



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN
TURÍSTICA Y HOTELERA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN
TURÍSTICA Y HOTELERA**

**TEMA: “ANÁLISIS DE LA ECOGESTION EN LOS
ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS DEL CENTRO
HISTÓRICO DEL CANTÓN LATACUNGA, PARA EL
DESARROLLO DEL TURISMO SOSTENIBLE”**

AUTORA: JENIFFER PATRICIA JAPÓN ORTEGA

DIRECTORA: ING. CRISTINA NASIMBA

LATACUNGA

2018



ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación, “ANÁLISIS DE LA ECOGESTION EN LOS ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS DEL CENTRO HISTÓRICO DEL CANTÓN LATACUNGA, PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO SOSTENIBLE” realizado por la señorita **JENIFFER PATRICIA JAPÓN ORTEGA**, ha sido revisado en su totalidad y analizado por el software anti-plagio, el mismo cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, por lo tanto me permito acreditarlo y autorizar a la señorita **JENIFFER PATRICIA JAPÓN ORTEGA** para que lo sustente públicamente.

Latacunga, 05 de Marzo del 2018

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Ing. C. Nasimba', written over a light blue rectangular background.

Ing. Cristina Nasimba

DIRECTORA



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS
Y DEL COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA**

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Yo, **JENIFFER PATRICIA JAPÓN ORTEGA**, con cédula de ciudadanía N° 1805087879, declaro que este trabajo de titulación, “**ANÁLISIS DE LA ECOGESTION EN LOS ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS DEL CENTRO HISTÓRICO DEL CANTÓN LATACUNGA, PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO SOSTENIBLE**” ha sido desarrollado considerando los modelos de investigación existentes, así como también se ha respetado los derechos intelectuales de terceros considerándose en las citas bibliográficas.

Consecuentemente declaro que este trabajo es de mi autoría, en virtud de ello me declaro responsable del contenido, veracidad y alcance de la investigación mencionada.

Latacunga, 05 de Marzo del 2018

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Jeniffer Patricia Japón Ortega', is written over a light blue rectangular background.

Jeniffer Patricia Japón Ortega

C.C.: 1805087879



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS
Y DEL COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA**

AUTORIZACIÓN

Yo, **JENIFFER PATRICIA JAPÓN ORTEGA**, autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar en la biblioteca Virtual de la institución el presente trabajo de titulación “**ANÁLISIS DE LA ECOGESTION EN LOS ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS DEL CENTRO HISTÓRICO DEL CANTÓN LATACUNGA, PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO SOSTENIBLE**” cuyo contenido, ideas y criterios son de mi autoría y responsabilidad.

Latacunga, 05 de Marzo del 2018

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Jeniffer Patricia Japón Ortega', is centered on a light blue rectangular background.

Jeniffer Patricia Japón Ortega

C.C.: 1805087879

DEDICATORIA

“El éxito depende del esfuerzo” Sófocles

Quiero dedicar el presente trabajo de investigación a mis adorados padres quienes han sido el motor más importante en mi vida para avanzar y concluir con una de las etapas más anheladas de mi superación personal, ustedes son mi inspiración y me han enseñado que, con el esfuerzo necesario, todo es posible en la vida.

A mi querida hermana y familiares cercanos quienes me han acompañado y apoyado durante todo este proceso de aprendizaje, así como motivado para seguir adelante a pesar de las circunstancias.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios y a la Virgencita del Cisne por darme la fortaleza espiritual necesaria para seguir adelante en todo momento y con sus designios permitirme mejorar como persona en este increíble viaje de vida. Así como por las bendiciones recibidas en mi vida, reflejadas en una bella familia y en el amanecer de cada día como una nueva oportunidad para ser feliz.

A mis maravillosos padres quienes me han enseñado y demostrado que no hay reto imposible en la vida, que, si uno quiere algo, lo puede conseguir con trabajo, dedicación y perseverancia; que ni el tiempo o los problemas, son un obstáculo para conquistar y triunfar en la vida. Gracias por educarme y guiarme por el mejor camino, que sólo ustedes lo pudieron haber creado, con su amor, correctivos y palabras de lucha en mi día a día. Los amo mucho.

A mi singular hermana, que con su compañía y forma de ser me alegra la vida, te adoro ñaña, eres muy talentosa y capaz de hacer todo lo que te propongas, tu felicidad es la mía, y de la misma manera quiero compartir contigo la mía.

A la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPEL que junto con sus docentes han formado a esta profesional y ahora servidora de vida. A mi querida tutora, la Ing. Cristina Nasimba, su guía y experiencia ha sido fundamental para concluir con éxito el escrito. A la Ing. María Fernanda Iturralde, quien ha reforzado de manera muy puntual el trabajo para que sea fructífero.

A mis amigos de clases, de mi deporte predilecto cheerleading, y a mis amistades de vida: José, Anita, Luchito, Karito, Giss y May, ustedes alegran mi existencia con sus ocurrencias, vivencias, consejos y sobre todo soporte en todo momento, en especial en los más difíciles, les adoro infinitamente. Son los mejores.

A todos y cada uno de ellos mi agradecimiento, cariño y respeto; ustedes han convertido este largo camino en una gran experiencia. Gracias por todo.

ÍNDICE DE CONTENIDO

PORTADA	i
CERTIFICACIÓN	ii
AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD	iii
AUTORIZACIÓN	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE DE CONTENIDO	vii
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE FIGURAS	xv
RESUMEN	xvii
ABSTRACT	xviii

CAPÍTULO I

GENERALIDADES	1
1.1. Planteamiento del problema.....	1
1.2. Formulación del problema	3
1.3. Justificación e importancia	3
1.4. Objetivos	4
1.4.1. Objetivo general.....	4
1.4.2. Objetivos específicos	4
1.5. Hipótesis	5
1.6. Variables de la investigación	5
1.6.1. Variable dependiente	5
1.6.2. Variable independiente	5

CAPÍTULO II

	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	6
2.1.	Turismo	6
2.1.1.	Desarrollo Sostenible	6
2.1.2.	Turismo sostenible	7
2.1.3.	Dimensiones del turismo sostenible.....	9
2.1.4.	Beneficios del turismo sostenible	9
2.1.5.	Sistema de indicadores de sostenibilidad turística.....	10
a)	Dimensión ambiental.....	11
b)	Dimensión económica	12
c)	Dimensión social	13
2.1.6.	Turismo sostenible para patrimonio cultural	13
2.1.7.	Gestión Sostenible Del Patrimonio Cultural Para El Desarrollo	14
2.2.	Establecimiento de alojamiento	17
2.2.1.	Eco-	18
2.2.2.	Gestión	18
2.2.3.	Ecogestión.....	19
2.2.4.	Gestión en establecimientos de alojamiento	20
2.2.5.	Ecogestión en establecimientos de alojamiento.....	21
2.2.6.	Herramientas para medir la ecogestión en establecimientos de alojamiento...	23
a)	Norma Smart Voyager.....	23
b)	Estándar Rainforest Alliance	24
2.3.	Centro Histórico.....	26
2.4.	Marco legal	27

CAPÍTULO III

	FUNDAMENTACIÓN METODOLÓGICA.....	32
3.1.	Enfoque	32
3.2.	Modalidad de la investigación	32
3.3.	Tipo de investigación.....	32
3.4.	Diseño de la investigación	33
3.4.1.	Estándar para Hoteles y Servicios de Alojamiento Rainforest Alliance Certified, para la investigación de la variable independiente	33
3.4.2.	Modelo estructurado para la investigación de la variable independiente	35
3.5.	Población y muestra.....	37
3.6.	Fuentes de recolección de información.....	38
3.7.	Técnicas de recolección de información.....	39
3.8.	Instrumentos.....	39
3.9.	Validez y confiabilidad	40
3.10.	Técnicas de análisis de datos	40

CAPÍTULO IV

	RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	42
4.1.	Tabulación de los resultados	42
4.2.	Análisis de los resultados.....	43
4.2.1.	Análisis e interpretación de los resultados de la variable dependiente “Ecogestión”	43
a)	Datos Generales.....	43
b)	Datos Específicos	50
4.2.2.	Análisis de los resultados de la variable independiente “Turismo sostenible”	91
a)	Análisis de datos secundarios.....	93

4.3.	Comprobación de hipótesis.....	95
4.3.1.	Planteamiento de hipótesis.....	95
4.3.2.	Cálculo de la hipótesis	100
4.3.3.	Grados de libertad.....	100
4.3.4.	Nivel de significación	100
4.3.5.	Regla de decisión	100
4.3.6.	Cálculo de Chi-cuadrado.....	100
4.3.7.	Decisión Final	102

CAPÍTULO V

	PROPUESTA	103
5.1.	Antecedentes de la propuesta.....	103
5.2.	Justificación	104
5.3.	Diseño y metodología de la propuesta.....	105
5.4.	Indicadores que no cumplen los establecimientos de alojamiento	106
5.5.	Estructura de la guía.....	115
5.6.	Guía de buenas prácticas de sostenibilidad.....	116
	CONCLUSIONES.....	203
	RECOMENDACIONES.....	204
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	205
	ANEXOS.....	212

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Dimensiones del turismo sostenible	9
Tabla 2	Beneficios del turismo sostenible	10
Tabla 3	Sistema de Indicadores de sostenibilidad turística	11
Tabla 4	Aspectos ambientales del turismo sostenible.....	11
Tabla 5	Aspectos económicos del turismo sostenible.....	12
Tabla 6	Aspectos sociales del turismo sostenible	13
Tabla 7	Componentes de sostenibilidad de Patrimonio Cultural.....	16
Tabla 8	Clasificación y categorías de establecimientos de alojamiento	17
Tabla 9	Parámetros de evaluación del Estándar Rainforest Alliance	35
Tabla 10	Etiquetas de valor para la tabulación de datos	42
Tabla 11	Nombre del establecimiento	43
Tabla 12	Nacionalidad del propietario.....	44
Tabla 13	Número de empleados	45
Tabla 14	Porcentaje de clientes por temporada alta.....	46
Tabla 15	Porcentaje de clientes por temporada baja.....	47
Tabla 16	Número de visitantes que regresan al año	48
Tabla 17	Ingresos anuales aproximados	49
Tabla 18	Principio E.1. Planificación de la Gestión Sostenible	50
Tabla 19	Principio E.2. Gestión de la Calidad.....	52
Tabla 20	Principio E.3. Gestión de Recursos Humanos	54
Tabla 21	Principio E.4. Gestión de Seguridad.....	56
Tabla 22	Principio E.5. Gestión de Comunicación y Mercadeo.....	58
Tabla 23	Principio E.6. Salubridad en los Servicios de Alimentos y Bebidas	60
Tabla 24	Principio E.7. Gestión Sostenible de los Proveedores	62
Tabla 25	Principio E.8. Educación para la Sostenibilidad.....	63

Tabla 26	Principio SC.1. Contribución al Desarrollo Local.....	65
Tabla 27	Principio SC.2. Legalidad y Ética de las Prácticas Laborales	66
Tabla 28	Principio SC.3. Respeto a las Culturas y Poblaciones Locales	68
Tabla 29	Principio SC.4. Rescate y Protección del Patrimonio Histórico – Cultural	69
Tabla 30	Principio A.1. Cambio Climático	71
Tabla 31	Principio A.2. Uso Racional del Agua.....	73
Tabla 32	Principio A.3. Uso Racional de la Energía.....	75
Tabla 33	Principio A.4. Protección de la Biodiversidad.....	77
Tabla 34	Principio A.5. Conservación de Áreas Naturales	79
Tabla 35	Principio A.6. Prevención de la Contaminación.....	80
Tabla 36	Principio A.7. Manejo Responsable de los Desechos Sólidos.....	81
Tabla 37	Cumplimiento del Ámbito Empresarial.....	83
Tabla 38	Cumplimiento del Ámbito Socio-Cultural.....	86
Tabla 39	Cumplimiento del Ámbito Ambiental	87
Tabla 40	Cumplimiento del Estándar para Hoteles y Servicios de Alojamiento Rainforest Alliance Certified.....	89
Tabla 41	Codificación de la variable dependiente.....	96
Tabla 42	Codificación de la variable dependiente por ámbito	96
Tabla 43	Codificación de la variable independiente.....	97
Tabla 44	Codificación de la variable independiente por efectos	99
Tabla 45	Frecuencias observadas	101
Tabla 46	Frecuencias esperadas.....	101
Tabla 47	Valor de chi-cuadrado calculado	101
Tabla 48	Indicadores del ámbito empresarial que no cumplen los establecimientos de alojamiento.....	106

Tabla 49	Indicadores del ámbito socio-cultural que no cumplen los establecimientos de alojamiento.....	110
Tabla 50	Indicadores del ámbito ambiental que no cumplen los establecimientos de alojamiento.....	111
Tabla 51	Visión, misión, valores empresariales	119
Tabla 52	Política de sostenibilidad	121
Tabla 53	Código de ética	122
Tabla 54	Comunicación de la filosofía empresarial	124
Tabla 55	Estándares de calidad y servicio	125
Tabla 56	Necesidades especiales de clientes	131
Tabla 57	Mantenimiento preventivo.....	132
Tabla 58	Mantenimiento correctivo.....	134
Tabla 59	Insumos operativos	135
Tabla 60	Uniforme del personal	136
Tabla 61	Infraestructura adecuada.....	137
Tabla 62	Comida tradicional.....	138
Tabla 63	Descriptor de puestos de trabajo.....	139
Tabla 64	Selección e inducción de personal	140
Tabla 65	Evaluación de la capacitación.....	147
Tabla 66	Desempeño del personal	149
Tabla 67	Incentivos.....	150
Tabla 68	Programa de gestión de seguridad	151
Tabla 69	Extintores	152
Tabla 70	Seguros	153
Tabla 71	Indicaciones de seguridad.....	154
Tabla 72	Plan de comunicación y mercadeo.....	155
Tabla 73	Materiales de comunicación	158

Tabla 74	Reconocimientos a la gestión sostenible	159
Tabla 75	Fidelización de clientes.....	160
Tabla 76	Manejo higiénico de alimentos	161
Tabla 77	Prevención y control de plagas	166
Tabla 78	Proveedores sostenibles	168
Tabla 79	Programa de educación para la sostenibilidad.....	169
Tabla 80	Actividades para beneficio de la comunidad	173
Tabla 81	Reglamento interno de trabajo.....	174
Tabla 82	Comportamiento apropiado	175
Tabla 83	Códigos de conducta.....	176
Tabla 84	Comportamientos de perjuicio social	176
Tabla 85	Satisfacción de la comunidad	177
Tabla 86	Actividades turísticas con la comunidad	178
Tabla 87	Apoyo al patrimonio cultural.....	179
Tabla 88	Cambio climático.....	181
Tabla 89	Ahorro en el consumo del agua	182
Tabla 90	Ahorro de energía	185
Tabla 91	Conservación de la biodiversidad.....	187
Tabla 92	Protección de áreas naturales.....	189
Tabla 93	Disminución de la contaminación.....	190
Tabla 94	Reducir, reutilizar, reciclar	192

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Ámbitos del estándar Rainforest Alliance para Turismo Sostenible ...	34
Figura 2	Gestión sostenible del patrimonio cultural para el desarrollo.....	36
Figura 3	Nacionalidad del propietario.....	44
Figura 4	Número de empleados.....	45
Figura 5	Porcentaje de clientes por temporada alta.....	46
Figura 6	Porcentaje de clientes por temporada baja.....	47
Figura 7	Número de visitantes que regresan al año.....	48
Figura 8	Ingresos anuales aproximados	49
Figura 9	Principio E.1. Planificación de la Gestión Sostenible.....	51
Figura 10	Principio E.2. Gestión de la Calidad	53
Figura 11	Principio E.3. Gestión de Recursos Humanos	55
Figura 12	Principio E.4. Gestión de Seguridad	57
Figura 13	Principio E.5. Gestión de Comunicación y Mercadeo	59
Figura 14	Principio E.6. Salubridad en los Servicios de Alimentos y Bebidas....	61
Figura 15	Principio E.7. Gestión Sostenible de los Proveedores	63
Figura 16	Principio E.8. Educación para la Sostenibilidad	64
Figura 17	Principio SC.1. Contribución al Desarrollo Local	65
Figura 18	Principio SC.2. Legalidad y Ética de las Prácticas Laborales.....	67
Figura 19	Principio SC.3. Respeto a las Culturas y Poblaciones Locales.....	68
Figura 20	Principio SC.4. Rescate y Protección del Patrimonio Histórico – Cultural.....	70
Figura 21	Principio A.1. Cambio Climático.....	72
Figura 22	Principio A.2. Uso Racional del Agua	74
Figura 23	Principio A.3. Uso Racional de la Energía	76
Figura 24	Principio A.4. Protección de la Biodiversidad.....	77

Figura 25	Principio A.5. Conservación de Áreas Naturales.....	79
Figura 26	Principio A.6. Prevención de la Contaminación	80
Figura 27	Principio A.7. Manejo Responsable de los Desechos Sólidos	82
Figura 28	Cumplimiento del Ámbito Empresarial	84
Figura 29	Cumplimiento del Ámbito Socio-Cultural	86
Figura 30	Cumplimiento del Ámbito Ambiental.....	88
Figura 31	Cumplimiento del Estándar para Hoteles y Servicios de Alojamiento Rainforest Alliance Certified	89
Figura 32	Entrevista realizada a la Cámara Provincial de Turismo Latacunga, Dirección de Turismo del Gad Municipal del Cantón Latacunga, Comisión de Patrimonio y Centro Histórico de la Ciudad de Latacunga, Empresa Pública de Gestión Ambiental de Latacunga (EPAGAL.....	92
Figura 33	Ejemplos de sueldos por actividad.....	94

RESUMEN

El presente trabajo de titulación analiza la ecogestión en los establecimientos de alojamiento del Centro Histórico del cantón Latacunga, para el desarrollo del turismo sostenible; el estudio es de tipo descriptivo y exploratorio, en el cual se usaron métodos cuali-cuantitativos mediante la aplicación de técnicas como la encuesta y la entrevista para la medición de las variables. Para la variable dependiente “Ecogestión” en las empresas turísticas se tuvo el apoyo de los indicadores establecidos por el “Estándar para Hoteles y Servicios de Alojamiento Rainforest Alliance Certified”, lo que permitió evaluar el desempeño de las empresas respecto a sus prácticas empresariales, socio-culturales y ambientales; para la variable independiente “Turismo Sostenible” se diseñó un instrumento basado en un modelo proporcionado por la UNESCO denominado “Gestión Sostenible del Patrimonio Cultural para el Desarrollo”. Un análisis estadístico aplicado a los datos recopilados demostró que los establecimientos de alojamiento no aportan directamente con el desarrollo del turismo sostenible en el Centro Histórico de la ciudad, la contribución a este desarrollo es responsabilidad de los entes gubernamentales quienes desde su competencia deben trabajar por el progreso del turismo en esta zona basado en la sostenibilidad. Sin embargo, para la propuesta se consideró trabajar por el sector de hospedaje mediante la creación de una guía de buenas prácticas de sostenibilidad, la cual está constituida por una serie de acciones que con su aplicación responsable permitirá mejorar la ecogestión de las empresas. No obstante, se presenta en la guía recomendaciones para tener una buena gestión sostenible del Centro Histórico orientadas para el gobierno cantonal.

PALABRAS CLAVE:

- **ECOGESTIÓN**
- **TURISMO SOSTENIBLE**
- **CANTÓN LATACUNGA – CENTRO HISTÓRICO**
- **PATRIMONIO CULTURAL**

ABSTRACT

The present titration work analyzes the eco-management in the accommodation establishments of the Historic Center of the canton Latacunga, for the development of sustainable tourism; The study is of descriptive and exploratory type, in which qualitative-quantitative methods were used through the application of techniques such as the survey and the interview for the measurement of the variables. For the dependent variable "Eco-management" in the tourism companies, the indicators established by the "Standard for Hotels and Rainforest Alliance Certified Accommodation Services" were supported, which allowed evaluating the performance of the companies with respect to their business practices , socio-cultural and environmental; for the independent variable "Sustainable Tourism" an instrument was designed based on a model provided by UNESCO called "Sustainable Management of Cultural Heritage for Development". A statistical analysis applied to the data collected showed that accommodation establishments do not directly contribute to the development of sustainable tourism in the Historic Center of the city, the contribution to this development is the responsibility of the governmental entities who from their competence must work for the progress of tourism in this area based on sustainability. However, for the proposal it was considered to work for the lodging sector through the creation of a guide of good practices of sustainability, which is constituted by a series of actions that with its responsible application will allow to improve the eco-management of the companies. However, recommendations for good sustainable management of the Historic Center, oriented to the cantonal government, are presented in the guide.

KEYWORDS:

- **ECO-MANAGEMENT**
- **SUSTAINABLE TOURISM**
- **LATACUNGA CANTON - HISTORICAL CENTER**
- **CULTURAL HERITAGE**

CAPÍTULO I

GENERALIDADES

1.1. Planteamiento del problema

En el sector turístico la búsqueda de modelos de gestión empresarial alternativos ha fomentado la aparición de nuevos paradigmas que valoran la relación con el entorno social, el respeto medioambiental, la sostenibilidad y el compromiso. Además, con los cambios en las regulaciones y las crecientes exigencias de la sociedad, se estimula a los equipos de dirección a tomar decisiones de carácter estable en esta línea. (González, 2016)

En tal sentido la gestión del sector de alojamiento debe ser esencialmente sostenible de modo que se establezcan estrategias de desarrollo social, económico y ambiental, para mejorar la calidad de su servicio y asegurar la satisfacción de sus clientes. Una adecuada gestión permite optimizar los recursos disponibles, plantear metas a un tiempo determinado, de modo que se aproveche el uso de los mismos, para de esta manera incrementar la productividad y rentabilidad.

La inclusión social, el desarrollo económico y la conservación ambiental de las empresas turísticas permiten el desarrollo del turismo sostenible. En el país existe un órgano regulador y controlador del sistema turístico nacional que es el Ministerio de Turismo cuya misión es: “fomentar la competitividad de la actividad turística, mediante procesos participativos y concertados, posicionando el turismo como eje estratégico del desarrollo social, económico y ambiental del Ecuador” (Equipo Consultor Tourism & Leisure, 2007). Por lo dicho las actividades en el ámbito turístico se deben realizar bajo los principios de sostenibilidad, sin embargo, el concepto de turismo sostenible es poco conocido por el personal administrativo y operativo de los establecimientos de alojamiento, lo que ocasiona que su gestión tenga pocas acciones sostenibles.

En el sistema turístico, se le suele denominar “oferta básica” al alojamiento ya que este es considerado como uno de los componentes más importantes en la oferta turística. En comparación al gran número de estudios realizados sobre los impactos generales de la actividad turística sobre economía, sociedad y medio ambiente, existen

pocos intentos de analizar de forma rigurosa los impactos atribuibles al sector hotelero. Centrándose en la problemática ambiental en los establecimientos de alojamiento los mayores impactos se dan en la fase de prestación de servicios o fase operacional (mantenimiento, limpieza, cocina, restauración, lavandería) y en menor medida en la fase anterior a la prestación del servicio (construcción y producción de productos auxiliares) (Ayuso, 2003). Sin embargo, administradores y operarios no conocen de manera real los impactos y el grado de contaminación que generan sus empresas de alojamiento, existe poca conciencia ambiental y por tanto una gestión poco sostenible.

Actualmente existen pocas empresas turísticas en el Ecuador que tratan de manejarse de manera sostenible, se han creado establecimientos ecológicos que llevan a cabo ciertas prácticas sostenibles, entre estos se tiene a *Mashpi Lodge* en Pichincha (Hotel Verde Líder de Ecuador 2016), *Finch Bay Eco Hotel* en Galápagos (elegido como Hotel Verde Líder de Sudamérica 2016), hospedajes que han obtenido el reconocimiento por la *World Travel Awards*, organización que entrega los premios más importantes de la industria del turismo; así como la empresa *Napo Wildlife Center* ubicado en el Parque Nacional Yasuní también ha sido galardonado como “*Sustainable Standard Setter Award*” por la organización internacional *Rainforest Alliance*; en el marco de esta observación se deduce que existen pocos establecimientos que valoran su gestión como para ser reconocida sobre todo en el ámbito de la sostenibilidad, y la mayoría no asumen de manera responsable su cuidado con el ambiente y en general por el entorno que les rodea con la comunidad, por tanto sus actividades deben ser controladas mediante acciones que permitan alcanzar un equilibrio entre la conservación del ambiente, su economía y la cultura en la que se desarrollan.

En la Provincia de Cotopaxi en los establecimientos existen pocas actividades para ahorrar luz, ahorrar agua, reciclar, tratar adecuadamente los desechos, aportar para el desarrollo local mediante una planificación sostenible; las empresas practican reducidas acciones sostenibles y sólo unas pocos son ecológicas, no obstante, sus actividades no son controladas de modo que, aunque por denominación sean *Ecolodge* no realizan prácticas totalmente sostenibles y por tanto contaminan el entorno, aunque en menor medida.

En el Cantón Latacunga según el catastro provincial otorgado por la dirección de Turismo cantonal no existen establecimientos ecológicos y en su mayoría tienen una

organización empírica, así pues los administradores actúan de acuerdo a su criterio personal, más no basados en modelos de gestión; además no se sigue un completo proceso administrativo lo que impide la mejora de la productividad y competitividad de las empresas, y al no contar con una planificación no se pueden establecer objetivos ni estrategias orientadas a un desarrollo socioeconómico y ambiental lo que trae como consecuencia la poca optimización de recursos que a su vez puede provocar que el servicio no cumpla con las expectativas de los usuarios.

Dadas las condiciones que anteceden es importante fomentar en los establecimientos una gestión basada en prácticas integrales sostenibles que generen un beneficio para la imagen de la empresa y se puedan ajustar a las preferencias del turista actual que busca que sus actividades se desarrollen de manera sostenible.

1.2. Formulación del problema

¿Cómo el análisis de la ecogestión en los establecimientos hoteleros del centro histórico, aporta al desarrollo del turismo sostenible?

1.3. Justificación e importancia

Como aporte teórico, la investigación describirá las variables que involucran al tema en estudio, se puntualizarán concepciones tanto de ecogestión en establecimientos de alojamiento como de turismo sostenible, y bajo estas nociones se podrá analizar de manera integral la problemática y comprender la relación existente entre las variables.

En lo práctico, basados en el análisis de la ecogestión en los establecimientos de alojamiento, se otorgará a los mismos una herramienta guía de gestión para que su administración se base en los principios de sostenibilidad, lo que les permitirá mejorar su planificación, reducir los impactos ambientales provocados con sus actividades y conservar la cultura, así como apoyar a la sociedad en la que se desenvuelven. Al mismo tiempo y como punto clave se mejorará la gestión del talento humano, el cual tiene un papel muy importante para la construcción del tema de sostenibilidad, mediante una buena comunicación interna se llevarán a cabo operaciones con responsabilidad social y corporativa que contribuirá con el anhelo de operar sosteniblemente en todos los ámbitos de la empresa.

El aporte principal en el aspecto metodológico se apoya en que la metodología a emplearse para alcanzar el cometido principal del proyecto servirá de base o referencia para futuras investigaciones afines al tema, ya que la misma se apoya en indicadores establecidos por organizaciones internacionales lo que garantiza su uso.

En cuanto a la relevancia social del proyecto, se facilitará de manera desinteresada una propuesta que permita mejorar la ecogestión de los establecimientos mediante acciones sostenibles empresariales. Además actualmente tener responsabilidad ambiental, social y económica es una exigencia del mercado, por tanto mientras más gestiones y prácticas sostenibles se realicen se fortalecerá la imagen de los establecimientos y se tendrá más preferencia por parte de los turistas lo que repercutirá directamente con más ingresos al negocio, así como también se motivará a otras empresas del sector turístico a valorar su gestión, y que promuevan hábitos que les permitan mitigar los efectos adversos que generan al entorno con sus funciones.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Analizar la ecogestión en los establecimientos hoteleros del centro histórico del cantón Latacunga, para el desarrollo del turismo sostenible.

1.4.2. Objetivos específicos

- Establecer la fundamentación teórica del proyecto como sustento base para el desarrollo de la investigación.
- Diagnosticar la situación actual de la ecogestión de los establecimientos de hospedaje, así como la gestión del turismo sostenible en el centro histórico de la ciudad.
- Elaborar una guía de buenas prácticas orientada al desarrollo sostenible empresarial.

1.5. Hipótesis

La ecogestión en los establecimientos hoteleros del Centro Histórico del cantón Latacunga, contribuye con el desarrollo del turismo sostenible.

1.6. Variables de la investigación

1.6.1. Variable dependiente

Ecogestión en los establecimientos hoteleros

1.6.2. Variable independiente

Incidencia en el desarrollo del Turismo Sostenible

CAPÍTULO II

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. Turismo

(Quesada, 2007) difunde la definición propuesta en 1942 por los expertos suizos Hunziker y Krapf, la cual dicta que “Turismo es el conjunto de las relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencia no estén motivados por una actividad lucrativa”.

La (Organización Mundial del Turismo (OMT), 2007) puntualiza al turismo como “un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas denominadas visitantes (excursionistas o turistas; residentes o no residentes) a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o profesionales”.

En el país se precisa al turismo como “el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.” (Congreso Nacional, 2014)

Basados en estas concepciones se deduce que el turismo es el desplazamiento y pernoctación de visitantes hacia un lugar diferente al de su entorno habitual ya sea por motivos de recreación, descanso, diversión o negocios, por un tiempo inferior a un año. Actualmente en nuestro país, esta actividad es una de las principales fuentes de ingreso nacional por lo que es imprescindible su estudio y la realización de proyectos para su desarrollo.

2.1.1. Desarrollo Sostenible

Para la (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, 2012) (UNESCO) el desarrollo sostenible es el paradigma general de las Naciones Unidas. El concepto fue descrito en 1987 como “el desarrollo que satisface las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones de satisfacer sus propias necesidades”

El desarrollo sostenible es el proceso inspirado por un nuevo paradigma que tiende a orientar los sistemas económicos, sociales y productivos, mediante cambios en los valores, las concepciones científicas y las actitudes de las personas, que permitan en su conjunto, gestionar las relaciones de la humanidad con su medio ambiente físico y social bajo criterios de equilibrio ecológico, equidad intra e intergeneracional y respeto a la diversidad. (Novo, 2006). Como tal proceso es, en esencia, una forma de viajar a la sostenibilidad.

En el país según (Fretes, Giugale, & López, 2005) la responsabilidad del desarrollo sostenible no debe recaer sólo en el Ministerio del Ambiente y sus autoridades, sino en los actores públicos y privados quienes tienen la responsabilidad de establecer esquemas integrales de gestión ambiental. Para garantizar el desarrollo sostenible en el Ecuador son fundamentales las consideraciones ambientales en los sectores económicos y el manejo eficiente de los recursos naturales, esto es aplicable a toda industria productiva o de servicios, por tanto, es necesario en el caso del sector hotelero tener una buena planificación y gestión integrada de los recursos que garantice la eficiencia y equidad de los proyectos de inversión, así como la efectividad de las soluciones programadas.

En efecto para que exista una aplicación integral de desarrollo sostenible es necesario equilibrar los aspectos sociales, económicos y ambientales en un sistema que permita el desarrollo eficiente y eficaz de los procesos, es decir que entrelazados estos factores satisfagan las necesidades de manera oportuna y que a largo plazo este consumo no genere daño en las generaciones futuras. El sector turístico incide mucho en este desarrollo, ya que el turismo es generador de empleos, brinda oportunidades de subsistencia y contribuye a atenuar la pobreza.

2.1.2. Turismo sostenible

El turismo sostenible no es una forma distinta de turismo, más bien cualquier modalidad de turismo debe tratar de ser sostenible. La (OMT, 2016) lo define como “el turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas”. Se exige la participación de todos los actores involucrados y un liderazgo político para lograr

colaboraciones y consensos. Este proceso necesita un seguimiento, para implementar acciones correctivas o preventivas y con su aplicación se logrará la concientización de los turistas para que en los destinos que visiten obren bajo prácticas sostenibles.

(Crosby & Moreda, 1996) analizan que el desarrollo turístico sostenible hace referencia directa a un desarrollo que evite el deterioro y agotamiento de los recursos, mediante un conjunto de actuaciones destinado a garantizar el mantenimiento de la diversidad de los recursos naturales, la autenticidad cultural y la rentabilidad de la actividad turística en el destino. Esta es una forma de turismo que intenta asegurar su permanencia a largo plazo, integrando a la comunidad local en el proyecto turístico.

El 2017 las Naciones Unidas lo declaró como el año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo, con el fin de apoyar cambios en los sectores públicos y privados y en los hábitos de los consumidores, para hacer del turismo un sector más sostenible. Según el Secretario General de la OMT, Taleb Rifai, “es una oportunidad única para construir un sector turístico más responsable y comprometido, que pueda capitalizar su inmenso potencial en términos de prosperidad económica, inclusión social, paz y entendimiento, y preservación de la cultura y el medio ambiente”, (OMT, 2016)

Argumentamos que el turismo al depender de los recursos naturales y culturales tiene una gran responsabilidad por potenciar el turismo sostenible y para lograr su desarrollo es importante que exista un plan detrás del mismo que permita establecer lineamientos formales para la ejecución de estrategias de gestión sostenible que permitan dar uso óptimo a los recursos involucrados (naturales, culturales y económicos). En el país existe el diseño de un Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible “PLANDETUR 2020” el cual es una herramienta de planificación que gestiona el desarrollo del turismo sostenible y mediante su aplicación y realización de varios programas y proyectos con el tiempo se ha logrado que el turismo sea uno de las principales actividades económicas.

2.1.3. Dimensiones del turismo sostenible

Para (Barrera & Bahamondes, 2012) el turismo genera impacto en la economía, en la cultura social y en el medio ambiente, dichas dimensiones se deben satisfacer en el turismo sostenible y se describen como:

Tabla 1

Dimensiones del turismo sostenible

Dimensiones del turismo sostenible	
Económica	El turismo sostenible debe ser rentable. Se deben realizar prácticas empresariales adecuadas para que el desarrollo económico sea eficiente y se beneficie a todos los agentes implicados del destino turístico y se contribuya a la reducción de la pobreza.
Social	El turismo debe reforzar valores de relación, enriquecimiento cultural para los visitantes y habitantes del destino turístico. Se debe considerar las posibles acciones y efectos del turismo en la zona geográfica, la idea es realizar la actividad sin dañar a la sociedad existente, para ello se debe respetar la cultura local, preservarla y revitalizarla.
Ambiental	El turismo debe colaborar en la protección y conservación del ambiente en el que se desarrolla. Es necesario responder al uso del medio ambiente hoy, sin dañar el uso futuro, sin comprometer la posibilidad de generaciones futuras de lo utilicen.

Fuente: (Barrera & Bahamondes, 2012)

Un turismo mal gestionado puede deteriorar el entorno, generar repartos económicos desiguales y degradar la sociedad y cultura. Para evitar eso se debe tomar el modelo de turismo sostenible para generar emprendimientos turísticos que permiten obtener ingresos económicos, con la condición de proteger el medio ambiente sin desatender a las culturas del lugar a aprovechar. Ésta sería una aplicación inteligente del principio de desarrollo sostenible y de los gestores de proyectos turísticos.

2.1.4. Beneficios del turismo sostenible

(Quesada, Fontana, Sánchez, & Fonseca, 2011) exponen los beneficios los beneficios derivados del turismo sostenible.

Tabla 2**Beneficios del turismo sostenible**

Beneficios del turismo sostenible
<ul style="list-style-type: none"> • Generación de empleo local • Estimula la rentabilidad de las industrias domésticas locales. • Mejora el sentido de pertenencia, de orgullo y revalorización de su entorno natural y cultural. • Facilita la comprensión de los impactos que genera el turismo en el medio natural, cultural y humano. • Contrarresta los efectos negativos que puede ocasionar un turismo masivo. • Estimula y diversifica las inversiones en la economía local. • Propicia el mejoramiento de los transportes locales. • Ofrece actividades y servicios que pueden ser disfrutados por residentes y turistas.

Fuente: (Quesada, Fontana, Sánchez, & Fonseca, 2011)

Es evidente entonces que para que existe un desarrollo integral del turismo sostenible se deben valorar aspectos económicos, ambientales y sociales; la sinergia de estos tres factores permitirá que el desarrollo del turismo perdure por años y sin consecuencias negativas, ya que éste es un sector con demanda masiva y si no se consideran dichos aspectos las implicaciones del mismo serían muy graves y sin retrospectiva.

2.1.5. Sistema de indicadores de sostenibilidad turística

Los indicadores son signos respecto al estado de situación, a los factores de riesgo, a las fortalezas y debilidades, a los efectos o impactos de la gestión, o a la necesidad de intervención, etc., son instrumentos de un proceso continuo de medición, interpretación, intervención, impacto que debe repetirse de manera iterativa.

Según (Sánchez D. , 2009) un sistema de indicadores es mucho más que un conjunto de indicadores; en un sistema los indicadores deben poder compararse y correlacionarse. El sistema de sostenibilidad está compuesto por cuatro subsistemas o dimensiones: los aspectos ambiental, económico y sociocultural, para garantizar la sostenibilidad a largo plazo se debe establecer un equilibrio entre estas dimensiones. Por ello se requiere de una cuarta dimensión: la político-institucional, que implica una estructura de gobierno descentralizada, participativa y altamente democrática.

Tabla 3

Sistema de Indicadores de sostenibilidad turística

Sistema de indicadores de sostenibilidad turística	
Subsistema Ambiental	Implica preservar y potenciar la diversidad y complejidad de los ecosistemas, su productividad, los ciclos naturales y la biodiversidad. Los indicadores responden a los temas de calidad del paisaje natural, áreas protegidas, usos del suelo, agua para consumo y saneamiento
Subsistema Económico	Asegura un desarrollo con niveles crecientes de empleo e ingresos y control de costos, con beneficios bien distribuidos socialmente, empleo estable, salarios justos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas. Los indicadores responden a los temas de ingresos públicos, empleo, oferta turística, equipamiento e infraestructura
Subsistema Socio-Cultural	Apunta a una justa distribución de los beneficios entre generaciones, géneros y culturas. Los indicadores responden a los temas de demografía, educación, seguridad, vivienda y pobreza.
Subsistema Político-Institucional	Refiere a la participación directa de las personas en la toma de decisiones, en la definición de su futuro colectivo y en la gestión de los recursos, a través de estructuras de gobierno descentralizadas y democráticas. Plantea la necesidad del protagonismo ciudadano a partir de relaciones horizontales; implica la devolución del poder de decisión al pueblo. Los indicadores responden a temas de participación ciudadana, política social, política cultural, política de salud y política de seguridad

Fuente: (Sánchez D. , 2009)

a) Dimensión ambiental

Para los autores (Blancas, González, Guerrero, & Lozano, 2010) en la dimensión ambiental se recogen los aspectos relacionados con la conservación y protección de los recursos y ecosistemas naturales, que permiten analizar la viabilidad a largo plazo de la actividad en función de los efectos que tiene sobre el medio.

Tabla 4

Aspectos ambientales del turismo sostenible

DIMENSION AMBIENTAL	Aspectos de sostenibilidad turística	Cuestiones básicas
	Protección de recursos naturales de valor	Protección de ecosistemas en peligro Calidad de las aguas marinas
Gestión de recursos naturales escasos	Gestión energética Disponibilidad y gestión del agua	
Limitación del impacto ambiental del turismo	Tratamiento de las aguas residuales Gestión de los residuos sólidos Contaminación atmosférica	

CONTINÚA →

	Gestión del impacto visual de la infraestructura y las instalaciones turísticas
Gestión ambiental	Políticas y prácticas de gestión ambiental en los negocios turísticos

Fuente: (Blancas, González, Guerrero, & Lozano, 2010)

b) Dimensión económica

Por su parte, la dimensión económica recoge los aspectos relacionados con la viabilidad a largo plazo de la actividad turística como actividad económica, que se muestran en el siguiente cuadro.

Tabla 5
Aspectos económicos del turismo sostenible

DIMENSION ECONOMICA	Aspectos de sostenibilidad turística	Cuestiones básicas
	Aprovechamiento de los beneficios económicos del turismo	Estacionalidad del turismo
		Beneficios económicos para la comunidad del destino
		Competitividad del destino y los negocios turísticos
Control de las actividades turísticas	Control de la intensidad de uso turístico	
Ordenación y control del lugar de destino	Integración del turismo en la planificación regional y local	Control del desarrollo
		Transportes relacionados con el turismo
Diseño y gama de productos y servicios	Creación de circuitos y rutas turísticas	Oferta de variedad de experiencias
		Actividades de marketing con miras al turismo sostenible
		Protección de la imagen o marca del destino
Satisfacción de los turistas	Mantenimiento de la satisfacción de los turistas	

Fuente: (Blancas, González, Guerrero, & Lozano, 2010)

c) Dimensión social

En la dimensión social, se recogen las cuestiones relacionadas con los impactos socioculturales de la actividad sobre el entorno y la población residente. Estas cuestiones sociales se agrupan en cuatro grandes aspectos que se detallan en el siguiente cuadro.

Tabla 6

Aspectos sociales del turismo sostenible

DIMENSIÓN SOCIAL	Aspectos de sostenibilidad turística	Cuestiones básicas
	Bienestar de las comunidades receptoras	Satisfacción de los residentes con el turismo
		Efectos socioculturales del turismo en la comunidad
		Acceso de los residentes a los principales recursos
	Conservación cultural	Conservación del patrimonio cultural construido
	Participación comunitaria en el turismo	Toma de conciencia y participación de la comunidad
Salud y seguridad	Aspectos sanitarios de la seguridad en el destino	
	Seguridad pública local. Influencia en la población visitante	

Fuente: (Blancas, González, Guerrero, & Lozano, 2010)

2.1.6. Turismo sostenible para patrimonio cultural

El turismo como una de las principales fuerzas económicas del país requiere la implementación de un concepto sostenible para su estrategia y operación para el éxito a largo plazo. El patrimonio cultural del turismo desempeña un importante papel en el desarrollo económico comunitario.

Varios autores han identificado grupo de indicadores en turismo general. Sin embargo, los indicadores ya mencionados para el desarrollo del turismo sostenible no son suficientes para medir la sostenibilidad en el turismo cultural y obtener datos confiables (Durovic & Lovrentjev, 2014). Por tanto, es necesario trabajar con un grupo de indicadores específicos para medir la sostenibilidad en el desarrollo del turismo cultural.

Teniendo en cuenta las tres dimensiones de la sostenibilidad, los indicadores para turismo cultural deben ser suficientes y adecuados para cada dimensión, de modo que se pueda lograr el objetivo de desarrollo sostenible.

La dimensión social del turismo cultural sostenible debe garantizar beneficios tanto para la comunidad local como para la cultura local, tangible e intangible. El monitoreo cuidadoso de los efectos del turismo cultural utilizando estos indicadores podría señalar posibles amenazas a la identidad cultural de la comunidad de acogida, el propio patrimonio cultural y el bienestar de la población local.

La economía del turismo cultural es sostenible cuando se satisfacen las necesidades económicas de la comunidad local con las posibilidades económicas de los turistas culturales. Se puede realizar con un producto turístico cultural de alta calidad, incluyendo parte cultural (rutas culturales, museos, galerías), parte turística (alojamiento, transporte, entretenimiento) y precondiciones institucionales para desarrollar el turismo cultural en el destino (leyes, reglamentos, Subsidios estatales).

La sostenibilidad ambiental puede lograrse respetando la capacidad del ecosistema y reconociendo las posibles amenazas a ella. La protección del ecosistema natural debe incluir la gestión de la energía, la gestión del agua, la gestión de los desechos y la gestión de la contaminación atmosférica, el impacto visible de las instalaciones y la infraestructura y especialmente la intensidad del uso. Estas herramientas podrían facilitar la identificación y prevención de problemas, ayudar en el proceso de toma de decisiones y establecer medidas correctivas cuando sean necesarias. (Durovic & Lovrentjev, 2014)

2.1.7. Gestión Sostenible Del Patrimonio Cultural Para El Desarrollo

La dimensión "Gestión sostenible del patrimonio cultural para el desarrollo" intenta examinar las relaciones entre los procesos de conservación, restauración e interpretación del patrimonio cultural (tangible e intangible, mueble e inmueble) y el desarrollo sostenible. Esto incluiría el cuidado del patrimonio, los beneficios sostenibles obtenidos del patrimonio, así como las formas de acceso y disfrute del patrimonio.

El patrimonio cultural es un producto y un proceso que proporciona a la sociedad atributos físicos e inmateriales, muebles e inmuebles que son heredados de generaciones pasadas o creados en el presente y otorgados para el beneficio de las generaciones futuras. Este patrimonio se manifiesta en una diversidad de formas desde estructuras grandes y complejas como ciudades históricas, pirámides y museos hasta paisajes sagrados, lenguas, arte, música y costumbres.

La gestión sostenible del patrimonio cultural al servicio del desarrollo tiene al menos dos dimensiones importantes: la de longevidad y la de viabilidad económica, medioambiental y social. Así, en primer lugar, se valoran los aspectos físicos del patrimonio cultural (el ladrillo y el mortero de los edificios históricos, los objetos de la cultura material, etc.) y su permanencia en buenas condiciones representa una forma de sostenibilidad de la gestión patrimonial al servicio del desarrollo. Esta longevidad del patrimonio cultural puede desempeñar un papel importante en la construcción de una imagen atractiva, confiada o audaz de los países tanto dentro como fuera de sus propios límites, para los inversores, los turistas o su propia población. En segundo lugar, ninguna gestión del patrimonio cultural es sostenible a menos que sea económicamente, ambientalmente y socialmente viable. Asegurar, por ejemplo, que el patrimonio cultural sólo sea económicamente viable es peligroso, ya que esto puede conducir a la destrucción del patrimonio ya la erosión de su entorno. Por otro lado, la viabilidad social del patrimonio cultural -además de su viabilidad económica y ambiental- obtenida a través de la participación de las poblaciones locales en su gestión es esencial para asegurar el orgullo colectivo e individual del patrimonio, el interés y la participación en su protección. (UNESCO)

Tabla 7

Componentes de sostenibilidad de Patrimonio Cultural

EFECTOS ECONÓMICOS	EFECTOS SOCIALES	EFECTOS FÍSICOS
<p>La distribución del ingreso</p> <ul style="list-style-type: none"> - Porcentaje de ingresos en comunidades - Empleo y multiplicadores de ingresos en gastos de turismo - Cambios en la tasa de compra de productos locales, valor y variedad - Porcentaje de la contribución del turismo a la economía local - Ratio comparativo de los salarios en el sector turístico con los salarios medios locales <p>Formación de capital en las comunidades / inversión</p> <ul style="list-style-type: none"> - Porcentaje de propiedad local / extranjera de establecimientos turísticos - Porcentaje de los ingresos / beneficios reinvertidos en el desarrollo comunitario o la gestión del patrimonio - Oportunidades empresariales para las comunidades locales <p>Demanda de Productos Patrimoniales</p> <ul style="list-style-type: none"> - Porcentaje de visitantes repetidos - Gasto del consumidor por variable demográfica 	<p>Tejido sociocultural</p> <ul style="list-style-type: none"> - Retención de las costumbres y lenguas locales - Cambios en la satisfacción con la integridad patrimonial y la seguridad <p>Educación cultural</p> <ul style="list-style-type: none"> - Número y tipos de oportunidades de formación disponibles para los empleados del patrimonio - Nivel de promoción del turismo patrimonial - Cantidad y calidad del material interpretativo del patrimonio <p>Política orientada localmente</p> <ul style="list-style-type: none"> - Incorporación e implementación de Ideas locales en la gestión del patrimonio - Presencia de autoridad patrimonial o planificador en la comunidad local - Nivel de apoyo a proyectos de conservación y desarrollo en comunidades locales - Colaboración de las partes interesadas - Disponibilidad de consejos asesores residentes - Nivel de asociación público-privada 	<p>Preservación / pérdida de recursos patrimoniales</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nivel de erosión, vandalismo, robo y destrucción del patrimonio - Nivel de protección de los sitios y otros recursos patrimoniales <p>Tasa de conservación del ecosistema</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tasa de reciclaje - Control formal requerido para el desarrollo de sitios y densidades de uso - Número de especies amenazadas - Nivel de pérdida de vegetación <p>Evaluación del impacto ambiental del turismo</p> <ul style="list-style-type: none"> - Contabilidad del entorno natural y análisis del ciclo de vida - Uso de recursos renovables - Tasa de reciclaje - Uso de la evaluación del impacto ambiental - Descarga per cápita de residuos sólidos - Descarga per cápita de aguas residuales

Fuente: (UNESCO)

2.2. Establecimiento de alojamiento

El (Ministerio de Turismo , 2015) define a la actividad turística de alojamiento o alojamiento turístico como “una actividad turística que puede ser desarrollada por personas naturales o jurídicas, que consiste en la prestación remunerada del servicio de hospedaje no permanente, a huéspedes nacionales o extranjeros.”

Las empresas turísticas de alojamiento para (Rojo & Peláez, 2006) se pueden definir como aquéllas que ofrecen hospedaje al turista a cambio de un precio estipulado, pudiendo opcionalmente desarrollar también otros servicios complementarios como alimentación y bebida, animación, actividades deportivas, etc., pero no obligatoriamente.

La variedad de clientes con distintas preferencias ha dado lugar a la aparición de diferentes tipos de alojamiento con diversas características como hoteles, hostales, hosterías, lodges, resorts, entre otros; los cuales están destinados a proporcionar una residencia temporal, junto o no con otros servicios complementarios a cambio de una contraprestación establecida.

Basados en el reglamento de alojamiento turístico vigente en el país, las categorías de los establecimientos de alojamiento turístico según su clasificación son:

Tabla 8

Clasificación y categorías de establecimientos de alojamiento

Clasificación del establecimiento de alojamiento turístico	Categorías asignadas
Hotel	2 estrellas a 5 estrellas
Hostal	1 estrella a 3 estrellas
Hostería - Hacienda turística - Lodge	3 estrellas a 5 estrellas
Resort	4 estrellas a 5 estrellas
Refugio	Categoría única
Campamento turístico	Categoría única
Casa de huéspedes	Categoría única

Fuente: (Ministerio de Turismo , 2015)

2.2.1. Eco-

Para (Augé, 2009) según la RAE el prefijo eco proviene del idioma griego *oikos*, el cual significa casa u hogar; de igual forma (Hermina, 2006) define a eco- como un “prefijo griego que da idea de casa, ambiente (ecosistema, ecoloxía)”

El término eco actualmente hace referencia a ecología, la cual es una ciencia que estudia las relaciones existentes entre los seres vivientes y el medio ambiente en que viven. En el lenguaje común, eco se utiliza para designar a todo lo que se vincule con las prácticas sustentables y que tienen al cuidado del medio ambiente como principal objetivo. (Definición de Eco, 2007).

Es así que el prefijo eco guarda relación con el medio ambiente y con una consciencia ecológica; cuestiones como ahorrar energía, no desperdiciar el agua, reciclar, no usar medios de transportes contaminantes son acciones que serían catalogadas como “eco”, ya que estas propenden el cuidado del medio ambiente.

2.2.2. Gestión

El diccionario de la Real Academia Española da como dos primeras acepciones de la palabra gestión: acción y efectos de gestionar, acción y efecto de administrar. Por tanto, identifica los conceptos de gestión y administración siendo las dos traducciones más comunes del término inglés *management*; no obstante, hoy en día está más generalizado la utilización de gestión frente a administración empresarial. Y gestión se conceptúa como un proceso que consiste en planificar, organizar, dirigir controlar y coordinar los esfuerzos de una organización, así como utilizar los recursos con el fin de conseguir los objetivos empresariales. (Barreiro, Diez, Barreiro, Ruzo, & Losada, 2003)

Mientras que (Calderón & Castaño, 2005) hablan de gestión, entendida como la capacidad para combinar elementos que permitan obtener buenos resultados y recalcan que el objetivo fundamental de la gestión empresarial es mejorar la productividad, sostenibilidad y competitividad, asegurando la viabilidad de la empresa en el largo plazo. Por otra parte (Sánchez, 2013) asocia a la gestión empresarial a las prácticas, organización, sistemas y procedimientos que facilitan el flujo de información para la toma de decisiones, el control, la evaluación y la dirección estratégica del negocio.

En efecto la gestión, administra de manera adecuada los recursos mediante un conjunto integrado de acciones estratégicas que permitirán a una empresa alcanzar sus objetivos y conseguir los mejores resultados con la operación de sus actividades.

2.2.3. Ecogestión

El prefijo eco y la palabra gestión congregan una tendencia de preocupación ecológica y medioambiental en la administración, se establece un panorama en donde la interacción entre el ser humano y el entorno debe ser sostenible.

De acuerdo con (Japan Management Association, 1999) los cambios fundamentales en el paradigma de la gestión hacia el establecimiento de la "eco-gestión" se convertirán en nuevas estrategias para el crecimiento y el desarrollo. La organización define a la eco-gestión como “gestión en la que se persigue la integración de la ecología y la economía y se minimizan las cargas ambientales mediante la estructuración de actividades empresariales basadas en el reciclaje.”

Es posible considerar simultáneamente aspectos económicos y ecológicos para garantizar un éxito sostenible a la empresa; (Luga, 2016) expone que la ecogestión es la ciencia o el arte para desarrollar actividades productivas o hacer negocios que tienen un impacto mínimo sobre el medio ambiente. La Estrategia de Desarrollo Sostenible de la Unión Europea tiene el objetivo general de mejorar continuamente la calidad de vida de las generaciones presentes y futuras a través de la creación de comunidades sostenibles capaces de gestionar y utilizar los recursos eficientemente y aprovechar el potencial de la eco-innovación, la economía social, la protección del medio ambiente y la cohesión social.

Por otra parte (Lonac, 2000) enmarca a la ecogestión como un sistema de gestión ambiental interna en las empresas, por tanto, se consideran las definiciones de gestión ambiental para la presente conceptualización.

La gestión ambiental para (Castro & Sánchez, 2011) es “un conjunto de decisiones y acciones orientadas al logro del desarrollo sostenible”. En un sentido más amplio (Pousa, 2007) manifiesta que la gestión medioambiental es el conjunto de acciones encaminadas a lograr la máxima racionalidad en el proceso de decisión relativo a la

conservación, defensa, protección y mejora del medio ambiente, debe abordarse desde varios frentes:

- Económico: Las actividades deben ser rentables y construir una fuente de bienestar económico, provocando una sostenibilidad social y cultural.
- Ecológico: Se deben tener en cuenta la integridad de los ecosistemas, su capacidad de carga y de generar externalidades positivas, así como la conservación de los recursos naturales y de la biodiversidad.
- Social: La sostenibilidad social se deriva del desarrollo de las actividades agroambientales, recreativas, paisajísticas y eco-turísticas.

De esta manera se comprende que la ecogestión pretende la protección del medio ambiente y (Castro & Sánchez, 2011) consideran al medio ambiente como “el conjunto de circunstancias físicas que rodean a los seres vivos, o en una interpretación más amplia, como el conjunto de circunstancias físicas, culturales, sociales, económicas, etc. que rodean a las personas”, es así que medio ambiente no solo hace mención a las condiciones físicas o biológicas propias del medio sino a todo tipo de factores que se interrelacionan con las personas para el desarrollo de su vida.

En consecuencia, la ecogestión precisa una administración que engloba un conjunto de actividades sostenibles que permiten el cuidado del medio ambiente, es decir el cuidado de todos los factores que influyen en la vida del ser humano ya sean estos sociales, ambientales, físicos, económicos o culturales; por tanto, esta administración nos lleva a un análisis integral, más no solo ambiental.

2.2.4. Gestión en establecimientos de alojamiento

(Campo, 2011) afirma que en la gestión de cualquier industria y en la hotelera de forma especial, se debe considerar como elemento básico la visión global del proyecto, para que su gestión esté claramente encaminada a la consecución de los objetivos de la empresa. Definido el objetivo final, se debe tener en cuenta que éste, deberá estar formado por un gran número de objetivos parciales, los que constituyen retos a los que se debe enfrentar el gestor de la empresa.

En un entorno económico cada vez más competitivo, (Publicaciones Vértice, 2008) considera que las empresas hoteleras necesitan disponer de sistemas de información

que constituyan un instrumento útil para controlar la gestión y buen funcionamiento de una compañía; y cuanto más compleja sea la estructura del establecimiento una buena coordinación interdepartamental es más que necesaria.

Es importante tener una adecuada gestión en establecimientos de alojamiento mediante la planificación de estrategias orientadas hacia la satisfacción del cliente ya que esto permitirá la fidelización de los mismos al superar sus expectativas de viaje, para lograr esto es necesario tener una buena comunicación tanto con clientes internos como externos con el fin de mejorar la calidad de servicio. Además, actualmente es necesario que la industria hotelera se involucre y dirija los establecimientos basados en tendencias modernas ya sean estas tecnológicas, socioculturales, políticas o ecologistas.

2.2.5. Ecogestión en establecimientos de alojamiento

Los establecimientos de alojamiento deben tener control sobre los impactos que generan en su entorno de modo que contribuyan a la competitividad del destino del cual se benefician. (Arrais & Cepeda, 2011) señalan que el sector hotelero, como principal componente del producto turístico, interactúa directamente con el medio ambiente dejando efectos negativos. Por ello, a partir de los años noventa, se comienza a adoptar diversas iniciativas para mejorar su desempeño ambiental; las más comunes de estas iniciativas son los códigos de conducta, las eco etiquetas y los sistemas de gestión ambiental (SGA) y las buenas prácticas ambientales.

El sector hotelero y el turismo en sí dependen del lugar y el entorno en el que se desarrollan, por tanto, el cuidado del mismo debe ser una prioridad. (Carbó, 2013) argumenta que la industria hotelera al esforzarse por brindar un excelente servicio genera una serie de contaminantes y daños ambientales. Para mantener un entorno de calidad en un hotel es necesario adoptar una serie de prácticas amigables con el ambiente y con la sociedad, y así mejorar la experiencia del huésped durante su estadía. Los establecimientos que no protegen el medio ambiente y la cultura contribuyen a la destrucción de los verdaderos atractivos de los que depende su éxito. Las buenas prácticas pueden convertirse en una herramienta eficaz de comercialización en un mercado de huéspedes que buscan destinos ambientales y socialmente responsables.

(Claver, Molina, & Pereira, 2006) proponen a la gestión medioambiental como factor clave de éxito en el sector hotelero debido a que, en muchas ocasiones, ha sido comparada con la gestión de la calidad. Esto es debido a que la calidad puede disminuir los costes de producción al reducir defectos y residuos, y en esa lógica las prácticas de prevención de la contaminación permiten ahorrar costes, materia prima, energía y reutilizar materiales reciclados, reduciendo así los costes de control y tratamiento de la contaminación generada. De la misma manera la OMT afirma que, si los hoteles practican una correcta gestión medioambiental, pueden contribuir a aumentar la calidad percibida de sus clientes sobre el producto turístico total. Esta disertación revela que una adecuada gestión de calidad y ambiental permitirán que un establecimiento tenga un buen rendimiento empresarial otorgando indudables beneficios tanto a propietarios como a clientes.

En cuanto a gestión sustentable en establecimientos (Vergara & Carbal, 2014) expresan que ser eficientes en todos los procesos, respetar el medio ambiente y ser partícipe de las problemáticas de los empleados, es el comienzo del camino hacia la gestión social sustentable. (Gómez & Sendín, 2008) lo ratifican al analizar que “La hotelería estaría en condiciones de tener una gestión sustentable cuando demostrara poseer una cultura empresarial dirigida al desarrollo sustentable, llevando a cabo una actividad económica viable, con equidad social y respeto a los recursos naturales, culturales y la biodiversidad.” Por estas consideraciones es necesario afrontar nuevas posibilidades de gestión e integrar estrategias de sostenibilidad global en donde los intereses financieros, sociales y ambientales se conjuguen de modo que se logre materializar el compromiso de contribuir al desarrollo de la sociedad.

Al turismo se lo conoce como la industria sin chimeneas, sin embargo esta apreciación actualmente está muy lejos de la realidad ya que los elementos que lo conforman incluyendo el sector hotelero generan altos niveles de contaminación, existen muy pocos establecimientos que tienen verdadera consciencia sobre esta problemática y más aún no conocen o son indiferentes a los términos de turismo sostenible por lo que en su gestión no emprenden acciones sostenibles; y es muy importante la adopción de las mismas sobre todo en los establecimientos de alojamiento ya que es la oferta básica del turismo, de modo que se pueda promover mejoras sociales, ambientales y económicas en el hospedaje para así garantizar al

cliente una buena experiencia turística integral durante el viaje, y esto dependerá por parte de todos los involucrados en el sector desde los proveedores de los servicios hasta los mismos turistas.

2.2.6. Herramientas para medir la ecogestión en establecimientos de alojamiento

En el país una herramienta que permite evaluar la gestión orientada al desarrollo sostenible en los establecimientos de alojamiento es la Norma Smart Voyager Express.

a) Norma Smart Voyager

Smart Voyager se creó con la colaboración de Rainforest Alliance en 1988, para minimizar los impactos ambientales que las operaciones turísticas producen. En el 2002 fue reconocido por la UNESCO, como ejemplo para ser implementado en los patrimonios naturales de la humanidad. Actualmente es miembro fundador de la Red de Certificación de Turismo Sostenible de las Américas.

Este es un programa de certificación sostenible para operaciones turísticas en América, el cual contempla normas ambientales, sociales y de seguridad; que al ser practicadas garantiza una reducción de los impactos ambientales, beneficios a la comunidad local y al personal, y una participación activa del turista en la conservación de los recursos naturales. (Fundación Conservación & Desarrollo (C&D), 2000)

Mediante el cumplimiento de las normas del programa se trata de acercar a las actividades turísticas a la sostenibilidad de modo que su desarrollo en el entorno genere impactos positivos y disminuya los negativos. Es aplicable a todo tipo de operaciones turísticas pero el programa ha fundado una norma adaptable al servicio de hospedaje, la norma Smart Voyager Express.

Norma Smart Voyager Express

La Fundación (C&D, 2013), crea la norma Smart Voyager Express - Hospedaje con la finalidad de motivar a que los establecimientos de alojamiento inicien acciones de buenas prácticas de turismo sostenible.

- **Objetivo**

El objetivo de la norma es dotar a los operadores del servicio de hospedaje de parámetros ambientales, sociales y de buenas prácticas que les permitan incorporar un nuevo modelo de gestión orientado al desarrollo sostenible y que sea la base para incorporarse posteriormente a la obtención de la Certificación “Smart Voyager Certified”.

- **Estructura**

La norma está conformada por cinco dimensiones, las mismas que cuentan con diversos criterios e indicadores que permiten que un establecimiento preste un servicio integral y sostenible. Las dimensiones son:

- Lineamientos estratégicos
- Protección y Conservación Ambiental
- Seguridad
- Desarrollo Socioeconómico
- Calidad del Servicio

- **Alcance y uso**

La norma se aplica a pequeños y medianos operadores de turismo especializados en hospedaje. Se debe realizar entrevistas, observación de campo y revisión de documentación para verificar el cumplimiento de la misma.

b) Estándar Rainforest Alliance

Rainforest Alliance es una organización internacional sin fines de lucro establecida en 1987, su misión es conservar la biodiversidad y asegurar medios de vida sostenibles con la transformación de las prácticas de uso de suelo, las prácticas empresariales y el comportamiento de los consumidores. (Rainforest Alliance, 2017)

La organización no gubernamental con 30 años de experiencia ha venido desarrollando normas sostenibles para la agricultura, silvicultura y el turismo, ya que son áreas que generan un impacto significativo con el medio ambiente y las personas.

Totalmente convencidos de que el estado del medio ambiente está conectado con el bienestar de las personas que dependen de ella para su sustento, la empresa capacita y certifica a productores agrícolas, silvicultores y empresarios turísticos con un sello de Rainforest Alliance como símbolo de sostenibilidad ambiental, económica y social. (Rainforest Alliance, 2017)

Turismo Sostenible Rainforest Alliance

Rainforest Alliance en turismo trabaja con establecimientos de alojamiento y operadores de turismo receptor y emisor, para ayudarles a proteger los recursos, mejorar su productividad y asegurar el bienestar local, de modo de acreditar su gestión sostenible.

Existen dos estándares para turismo sostenible: uno realizado para aplicarlo en hoteles y servicios de alojamiento y otro para aplicarlo en Tour Operadoras Receptoras. En ambos casos su contenido está avalado por el Consejo Global de Turismo Sostenible (GSTC), organismo que norma el turismo sostenible a nivel mundial.

En el tema de establecimientos de alojamiento, la herramienta específica que permite la evaluación de su gestión sostenible es: el Estándar para Hoteles y Servicios de Alojamiento Rainforest Alliance Certified, el cual se lo describirá a continuación.

Estándar para Hoteles y Servicios de Alojamiento Rainforest Alliance Certified

Este estándar es reconocido por el GSTC ya que sus indicadores integran en su contenido el 100% de los Criterios Globales de Turismo Sostenible, los cuales son los principios base que una empresa debe seguir para ser realmente sostenible; lo que permite la adopción de prácticas responsables para generar un impacto positivo en el entorno, economía y localidad en la que es aplicada. (Rainforest Alliance, 2017)

Objetivos del estándar Rainforest Alliance para Turismo Sostenible

El estándar Rainforest Alliance para Turismo Sostenible tiene cuatro objetivos:

- Que los destinos turísticos se preserven con la implementación de acciones de gestión ambiental en las empresas, para usar racionalmente los recursos naturales y reducir los impactos negativos al medio ambiente.
- Al fortalecer las actividades económicas de las comunidades involucradas en las actividades turísticas, se mejora su desarrollo social-cultural.
- Que las actividades turísticas se realizan respetando y valorando las manifestaciones culturales de la localidad, así como protegiendo y otorgando importancia a los bienes de patrimonio cultural.
- Las empresas certificadas se posicionan en los mercados internacionales por sus servicios sostenibles, gracias a la implementación de un sistema de gestión empresarial que incorpora los principios de sostenibilidad como base fundamental y filosófica. (Rainforest Alliance, 2017)

Las personas son la mejor defensa que tiene el medio ambiente, ellas son parte del sistema, por tanto, hay que trabajar con quienes se involucran en el sistema turístico para generar consciencia y cuidado del mismo, y si se apoya estas prácticas sostenibles lo que se genera contribuye hacer un mundo de diferencia.

Sin duda esta estándar es un instrumento que permite analizar la sostenibilidad integral en los establecimientos de alojamiento y para efectos del proyecto en estudio permitirá medir la ecogestión de los mismos, para posteriormente enfocarlos hacia una gestión sostenible.

2.3. Centro Histórico

Para (Matinez, 2004) el centro histórico es un lugar homogéneo, primero arquitectónico y luego urbano, producto de un proceso que se construyó en un momento determinado. La comprensión histórica de este concepto lleva a entenderlo como el lugar de encuentro o eslabón que, a través de su actual presencia, integra el pasado con el futuro deseado.

Contiene las distintas fases históricas por las que atraviesa una parte especial de la ciudad, que se encuentra articulada con las demás. Estos condensan el proceso histórico de una ciudad, y, por tanto, el incremento de valor producido a lo largo del tiempo.

Un centro histórico además de su importancia cultural refleja otras cualidades como el perfil urbano, el paisaje, sus valores artísticos y estéticos, así como la vida generada por la gente que lo habita; si se logra conservarlo y promocionarlo de manera adecuada este nunca morirá.

2.4. Marco legal

El Ecuador cuenta con el siguiente marco legal, el cual en base a reglamentos considera que el desarrollo y cuidado del país en todos los ámbitos y en especial del turismo se lo realice bajo el modelo de sostenibilidad.

Entre las normas y leyes que sustentan el proyecto, se establecen las siguientes:

Constitución Política de la República del Ecuador

La ley fundamental del Estado establece uno de los derechos primordiales de todos los ecuatorianos, el mismo que se menciona en el Título II - Derechos. Capítulo Segundo. Derechos del buen vivir. Sección Segunda. Ambiente sano. Art.14: “Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*.” (Asamblea Constituyente, 2008).

Vivir en un entorno sostenible y sano es un derecho humano, para su cumplimiento tienen gran influencia la gestión de todos los sectores productivos y de servicio del país ya que con sus operaciones intervienen directamente con el ambiente, la economía y el ser humano, y hoy en día en especial el sector turístico hotelero que cada día está más en auge tanto a nivel nacional como mundial.

Plan Nacional del Buen Vivir

Dentro de las políticas de Estado se encuentra el Plan Nacional del Buen Vivir donde se describe la importancia de la Gestión sostenible y ambiental en el objetivo 7, el cual señala: “Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental, territorial y global.” Es así que se apuesta por la transformación productiva bajo un modelo ecoeficiente con mayor valor económico, social y ambiental. Son prioridades la conservación y el uso sostenible del patrimonio natural y sus recursos, la inserción de tecnologías ambientalmente limpias, la aplicación de la eficiencia

energética y participación de energías renovables, así como la prevención, el control y la mitigación de la contaminación y la producción, el consumo y el posconsumo sustentables. (Senplades, 2013). Por tanto, se estimula que la producción de bienes y servicios se lo realice bajo procesos eficientemente ecológicos.

Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador “Plandetur 2020”

El Plandetur 2020 es parte de la planificación del país en el cual el turismo sostenible es considerado como un elemento fundamental dentro de una gestión integral. Uno de los objetivos estratégicos a ser alcanzados a través de la ejecución de sus programas y proyectos, es: “Generar una oferta turística sostenible y competitiva potenciando los recursos humanos, naturales y culturales, junto con la innovación tecnológica aplicada a los componentes de infraestructuras, equipamientos, facilidades y servicios, para garantizar una experiencia turística integral de los visitantes nacionales e internacionales.” (Equipo Consultor Tourism & Leisure, 2007) Consideración que avala el estudio de la ecogestión ya que al conocer el operar en este caso de los establecimientos de alojamiento se podrá aplicar prácticas sostenibles, las mismas que garantizarán que la oferta turística sea sostenible y competitiva.

Ley de Turismo

La ley de turismo en el Capítulo I. Generalidades, menciona las siguientes consideraciones en el art. 3: “Son principios de la actividad turística, los siguientes: La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional; y la conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país.” Además, el art. 5 establece: “Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de actividades como: alojamiento, servicio de alimentos y bebidas, transportación, entre otras”. (Congreso Nacional, 2014)

En este sentido el sector hotelero como actividad turística e iniciativa privada es fundamental para el desarrollo del turismo y mientras más establecimientos se creen más se deben regular sus actividades ya que los impactos que generan pueden ser tanto positivos como negativos y es importante controlarlos.

Ley de Gestión Ambiental

Dentro de la Ley de Gestión Ambiental. Título II - Del Régimen Institucional de la Gestión Ambiental. Capítulo I. Del Desarrollo Sustentable, se contempla en el art 7: “La gestión ambiental se enmarca en las políticas generales de desarrollo sustentable para la conservación del patrimonio natural y el aprovechamiento sustentable de los recursos naturales.” (Congreso nacional, 2008).

Se precisa así que la gestión ambiental basada en el desarrollo sustentable promueve además de la conservación de los recursos naturales, el cuidado de las culturas y el beneficio económico de la localidad, una simbiosis de administración que con su aplicación en cualquier entidad permitiría obtener beneficios tanto para los gestores como para los concurrentes.

Ley Orgánica de Defensa del Consumidor

Esta ley enmarca en el Capítulo II los Derechos y Obligaciones de los consumidores, en el art. 4 en los Derechos del Consumidor, se establece: “Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos.” y en el art. 5 en las obligaciones del consumidor, se cita: “Propiciar y ejercer el consumo racional y responsable de bienes y servicios; y preocuparse de no afectar el ambiente mediante el consumo de bienes o servicios que puedan resultar peligrosos en ese sentido.” (Congreso Nacional, 2011).

En este caso los turistas como consumidores, bajo la aplicación de esta ley deben estar totalmente conscientes de los servicios que reciben y de su uso tratando de minimizar impactos negativos al ambiente. Claro está que para esto la gestión e información correcta a los visitantes sobre los servicios ofertados es clave, además para su satisfacción.

Reglamento de alojamiento turístico

El Ministerio de Turismo como organismo rector de la actividad turística del país expide el reglamento de alojamiento turístico considerando que el servicio de alojamiento debe ser regulado a través de un cuerpo normativo para generar una oferta de calidad. En el Capítulo I. Sección II. Derechos y Obligaciones de los Huéspedes y

Establecimientos de Alojamiento Turístico. Art. 5.- Derechos y obligaciones de los huéspedes, se estipula entre otros apartados: “e) Tener a su disposición instalaciones y equipamiento en buen estado, sin signos de deterioro y en correcto funcionamiento.”

Asimismo, se establece en el Art. 6.- Derechos y obligaciones de los establecimientos de alojamiento turístico, consideraciones como: “h) Mantener las instalaciones, infraestructura y mobiliario, insumos y equipamiento del establecimiento en perfectas condiciones de limpieza y funcionamiento. l) Contar con personal calificado y capacitado para ofertar un servicio de excelencia y cordialidad al cliente.” (Ministerio de Turismo , 2015)

En definitiva es muy necesaria una normativa que proporcione mecanismos de mejoramiento de servicios para que sean de calidad, y más allá de las leyes es importante el control de las mismas, mediante la práctica y evaluación, el presente proyecto tiene una amplia relación con este reglamento ya que se medirá la gestión de los establecimientos de alojamiento para basados en sus resultados proponer un plan de acción que permita de manera integral mejorar sus servicios y el hospedaje al ser una oferta clave en el turismo, consolidarlo como una potencia del país.

Ordenanza Municipal para Protección del Centro Histórico de la Ciudad de Latacunga

El I Consejo Municipal de Latacunga decreta la ordenanza para Protección del Centro Histórico de Latacunga, en la cual se establece en el Título I: De la Comisión del Centro Histórico. Capítulo I. Art. 1.- “La Comisión de Centros y Sitios Históricos, es un organismo de carácter especial y técnico. Deberá actuar conforme a la Ley de Patrimonio Cultural, la Ley de Régimen Municipal y la presente Ordenanza.” Además, se concreta en el Capítulo II. Atribuciones. Art.6.- “Son atribuciones de la comisión entre otras las siguientes:

e) Elaborar un plan de acción y solicitar al Consejo Municipal la adopción del mismo para la preservación y salvaguardia de las zonas de protección y ejecutarlo en forma programada de acuerdo a una política de preservación, puesta en valor y restauración de los elementos que conformen en patrimonio Arquitectónico del Cantón.

k) Llevar a cabo constantemente campañas de valoración y difusión de lo que constituye los bienes culturales del Centro Histórico de la Ciudad y de las parroquias del Cantón, informando al mismo tiempo sobre la política y el Plan de Acción que realiza el I. Municipio.” (Municipalidad de Latacunga, 1983)

Es importante la consideración de esta ordenanza debido a que tanto autoridades como locales comerciales incluyendo los establecimientos de alojamiento y viviendas ubicadas en el Centro Histórico de la Ciudad deben tener conocimiento de la misma ya que en su contenido se señalan normas de actuación elementales para la protección integral de la zona del Centro Histórico que en gran parte permite el desarrollo del turismo sostenible patrimonial.

Texto Unificado de Legislación Secundaria de Medio Ambiente

El Ministerio del Ambiente como órgano rector de la gestión ambiental establece este texto (TULAS) en pro del ambiente. En el Título Preliminar de las Políticas Básicas Ambientales del Ecuador, en el artículo 1 se establece: “Reconociendo que el desarrollo sustentable sólo puede alcanzarse cuando sus tres elementos lo social, lo económico y lo ambiental son tratados armónica y equilibradamente en cada instante y para cada acción. Todo habitante en el Ecuador y sus instituciones y organizaciones públicas y privadas deberán realizar cada acción, en cada instante, de manera que propenda en forma simultánea a ser socialmente justa, económicamente rentable y ambientalmente sustentable.” (Ministerio del Ambiente, 2012).

Resolución que debe ser acotada por todos los sectores industriales y de servicio, y al ser aplicable a establecimientos de alojamiento como organización privada, estos deben operar bajo el modelo de sostenibilidad para así con su aporte lograr un desarrollo sostenible en el país.

CAPÍTULO III

FUNDAMENTACIÓN METODOLÓGICA

3.1. Enfoque

(Hernández, Fernández, & Baptista, 2006) explican que un enfoque cuantitativo usa recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías; mientras que un enfoque cualitativo utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación.

La investigación tendrá un enfoque cuantitativo ya que se recopilarán datos cuantificables mediante un cuestionario, estos serán analizados estadísticamente y desde una perspectiva objetiva se obtendrán resultados finales que serán de base para la propuesta del proyecto. Además, será útil el enfoque cualitativo ya que se indagará de manera subjetiva descripciones, perspectivas, experiencias y puntos de vista de los participantes del proyecto, para tener un panorama y comprensión general del escenario del problema.

3.2. Modalidad de la investigación

Se trabajará con una modalidad de campo, basado en (Herrera, 2010) en esta se analizan los hechos en el lugar en el que se producen; es así que se tendrá contacto directo con los establecimientos de alojamiento involucrados en el estudio para evaluar su situación actual y obtener información que permita cumplir con los objetivos de la investigación.

También se empleará la investigación documental-bibliográfica ya que se ampliará, profundizará y se respaldará la información teórica en base a fuentes de información como libros, revistas o publicaciones.

3.3. Tipo de investigación

El tipo de investigación será de nivel descriptivo, el cual reseña las características o los rasgos de la situación o del fenómeno objeto de estudio (Bernal, 2010). Este tipo

de investigación contribuirá a describir los aspectos de sostenibilidad que los establecimientos de alojamiento los ponen en práctica o no.

Asimismo, se trabajará con una investigación de nivel exploratorio, como sustenta (Herrera, 2010) servirá para sondear un problema poco investigativo y recolectar datos para identificar cuestiones reales.

3.4. Diseño de la investigación

Para el diseño de la investigación se usarán dos modelos diferentes para evaluar cada una de las variables del proyecto.

Para medir la variable dependiente “Ecogestión” se utilizará la guía propuesta por la Organización Internacional Rainforest Alliance titulada “Estándar para Hoteles y Servicios de Alojamiento Rainforest Alliance Certified”.

3.4.1. Estándar para Hoteles y Servicios de Alojamiento Rainforest Alliance Certified, para la investigación de la variable independiente

El estándar Rainforest Alliance ha sido diseñado para garantizar y promover la sostenibilidad de hoteles y servicios de alojamiento en todo el mundo, además integra en su contenido el 100% de los Criterios Globales para Turismo Sostenible, por tanto, es reconocido por el Consejo Global de Turismo Sostenible (GSTC). (Rainforest Alliance, 2017)

Ámbitos del Estándar para Hoteles y Servicios de Alojamiento Rainforest Alliance Certified.

El modelo se organiza en tres ámbitos, que permiten evaluar el desempeño de las empresas respecto a sus prácticas empresariales, socio-culturales y ambientales. Estos ámbitos se dividen en principios y criterios que definen el efecto esperado de su implementación, y a su vez cada criterio incluye indicadores específicos, como prácticas responsables que un establecimiento de alojamiento debe cumplir para llevar a cabo una gestión sostenible.

A continuación, se dan a conocer los ámbitos y principios del estándar Rainforest Alliance para Turismo Sostenible.

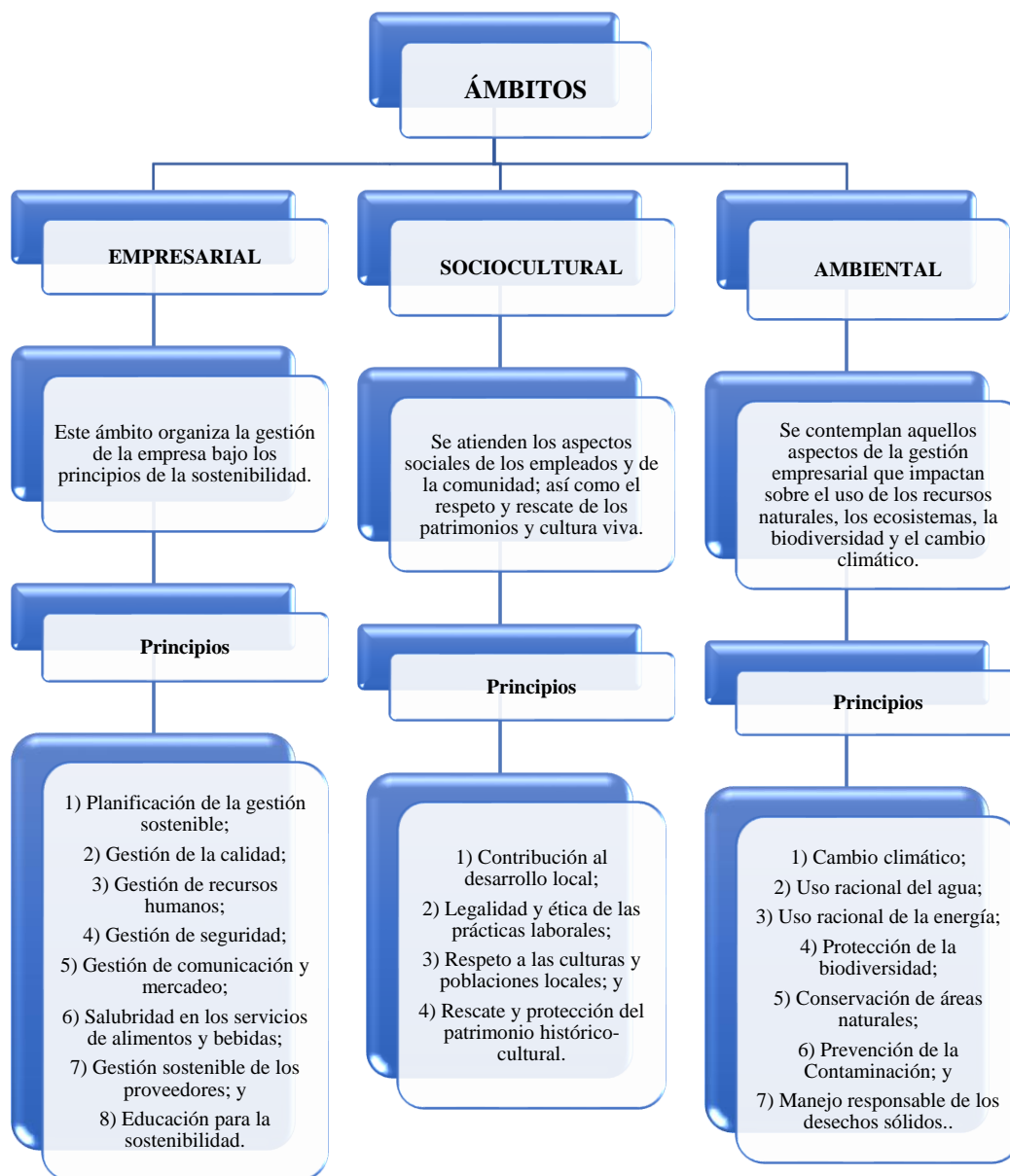


Figura 1 Ámbitos del estándar Rainforest Alliance para Turismo Sostenible

Fuente: (Rainforest Alliance, 2017)

El cuestionario de la encuesta estructurada realizado por la Organización Rainforest Alliance, basado en las dimensiones y principios descritos se lo puede observar en el anexo 3.

En el caso de que una empresa esté interesada en obtener la certificación para turismo sostenible de Rainforest Alliance, debe demostrar a los auditores competentes los indicadores específicos para este fin.

Los indicadores del estándar se clasifican en críticos que son obligatorios y no críticos. Si se desea obtener la certificación se debe demostrar el cumplimiento de al menos un 70% de todos los indicadores no críticos, así como el 100% de cumplimiento de los indicadores obligatorios. (Rainforest Alliance, 2017)

Evaluación

Los principios se evalúan a través de indicadores que permiten medir el grado de cumplimiento; y, por tanto, la existencia o no de un sistema de gestión sostenible formal.

La valoración se realizará de acuerdo a los siguientes parámetros:

Tabla 9

Parámetros de evaluación del Estándar Rainforest Alliance

Escala	Valor	Descripción
Cumple	1	La empresa evaluada cumple con la totalidad del indicador.
No Cumple	0	La empresa no cumple con el indicador, por tanto, debe realizar las acciones necesarias para cambiar su modelo de gestión.
No Aplica	-	El indicador no aplica a la valoración, por tanto, se invalida su calificación para no afectar la calificación final.

Fuente: Norma Smart Voyager Express

3.4.2. Modelo estructurado para la investigación de la variable independiente

Para la medición de la variable independiente “Turismo Sostenible” se usará un modelo estructurado que permita analizar las dimensiones e indicadores de sostenibilidad del patrimonio cultural.

En este caso se evaluará mediante indicadores de sostenibilidad de patrimonio cultural debido a que se medirá el turismo sostenible en el Centro Histórico de la ciudad de Latacunga como bien perteneciente al patrimonio cultural del Estado, y esto debido a que los establecimientos de alojamiento objeto de estudio se encuentran ubicados en esta zona, por tanto es necesario conocer la gestión sostenible del Centro Histórico versus la gestión del hospedaje para percibir la administración de cada una y su relación con el desarrollo del turismo sostenible.

El modelo de investigación que se empleará estará fundamentado en las tres dimensiones de la gestión sostenible del patrimonio cultural para el desarrollo proporcionado por la UNESCO, estos componentes de sostenibilidad son: efectos económicos, efectos sociales y efectos físicos. Un diagrama de las dimensiones e indicadores principales se observa en la siguiente figura.

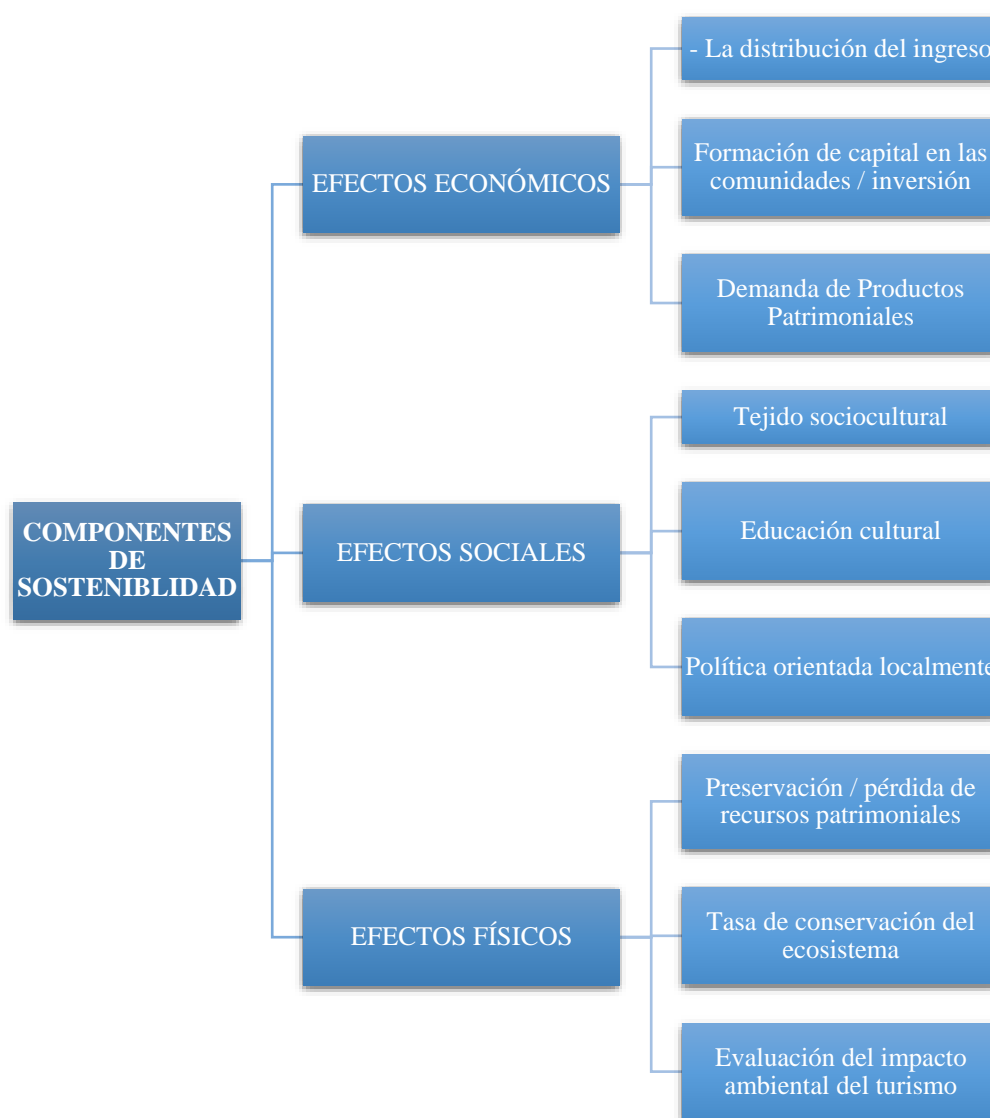


Figura 2 Gestión sostenible del patrimonio cultural para el desarrollo

Fuente: (UNESCO)

Basado en los fundamentos descritos, se ha establecido una serie de preguntas dirigidas a diferentes organizaciones, las cuales permitirán medir los indicadores de cada dimensión y por tanto la variable en estudio, los cuestionarios realizados se los pueden observar en el Anexo 4.

3.5. Población y muestra

(Malhotra, 1997) manifiesta que un proyecto de investigación obtiene información sobre las características o parámetros de una población. La población es el conjunto de todos los elementos que comparten un grupo común de características, y forman el universo. La información sobre los parámetros de la población puede obtenerse por medio de un censo o muestra. Un censo implica numerar a todos los elementos de la población, y una muestra es un subgrupo de la población que se selecciona para participar en el estudio.

En el presente proyecto, la población, unidad de análisis de la investigación son los administradores de los establecimientos de alojamiento del centro histórico del cantón Latacunga, y según el catastro provincial 2016 en esta zona existen 10 empresas turísticas de hospedaje.

Un censo no es realista si la población es numerosa, en este caso el tamaño de la población es reducida y esto hace que el censo sea factible y recomendable, por tanto, se incluirá en la investigación a todos los sujetos de la población.

Así para obtener información para desarrollar el proyecto se realizará un censo, en el cual se aplicará el instrumento de recolección de datos a la totalidad de la población, esto es a los 10 establecimientos de alojamiento que se encuentran en el centro histórico, hospedajes que son los que más turistas reciben por encontrarse en una ubicación privilegiada como es el centro de la ciudad, y al tener más afluencia turística realizan más actividades que los demás establecimientos y generan un mayor impacto al entorno, por lo que es necesario el estudio de toda la población para conocer el desempeño de cada uno.

Para establecer los límites del centro histórico se ha tomado en cuenta al marco legal en el que se encuentran los límites establecidos por el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, proporcionado por la ORDENANZA MUNICIPAL PARA PROTECCIÓN DEL CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE LATACUNGA, que fue discutida y aprobada en sesiones de 18 y 25 de agosto de 1983. El área de primer orden considerada como bien perteneciente al Patrimonio Cultural, está establecida por los siguientes límites:

NORTE: Calle Juan Abel Echeverría.

SUR: Hermanas Páez.

ESTE: Calle Napo.

OESTE: Calle dos de mayo.

Basados en estos límites los establecimientos involucrados en el estudio y que se encuentran registrados dentro del catastro provincial del año 2016 otorgado por la dirección de Turismo del cantón son 10 y son los siguientes:

- Hostal Villa de Tacvnga
- Hostal Café Tiana
- Hostal Residencia Cotopaxi
- Hostal Rodelú
- Hostal Residencia Central
- Hostal Residencia Rosim
- Hostal Santiago
- Hotel Makroz Colonial
- Hotel Residencia Gran Hotel Julio Sampedro
- Hotel Éndamo

3.6. Fuentes de recolección de información

Para el desarrollo de la investigación se usarán las siguientes fuentes de recolección de información:

Fuentes primarias: Según (Bernal, 2010) son aquellas de las cuales se obtiene información directa, es decir, de donde se origina la información. Esta información de primera mano se la obtendrá mediante las visitas in situ hacia las entidades en estudio con la aplicación de encuestas a los propietarios de los hospedajes, entrevistas hacia directores departamentales del área de turismo y cultura y la observación directa de los procesos operativos en los establecimientos de alojamiento.

Fuentes secundarias: Son aquellas que ofrecen información sobre el tema que se va a investigar. Estas fuentes de información serán esencialmente la revisión bibliográfica de libros y artículos sobre teoría y publicaciones que tengan que ver con gestión hotelera, buenas prácticas ambientales en el sector hotelero, turismo sostenible

en hotelería, gestión sostenible del patrimonio cultural, entre otros; además de reglamentos, leyes, políticas, catastros oficiales los cuales confieren datos importantes relacionados al proyecto.

3.7. Técnicas de recolección de información

Las técnicas de recolección de datos que se usarán serán encuestas, según (Malhotra, 1997) las encuestas son cuestionarios estructurados que se da a una muestra de la población y está diseñado para obtener información específica de los entrevistados; en base a esta técnica estructurada se tendrá contacto directo con los administradores de los establecimientos del centro histórico para conseguir información útil y específica para el desarrollo y análisis del proyecto de investigación.

Además, se aplicará la técnica de la observación, que es el registro en forma sistemática, de patrones conductuales de personas, objetos y sucesos a fin de obtener información sobre el fenómeno de interés (Malhotra, 1997), esta permitirá relacionar las respuestas obtenidas con contemplaciones particulares.

También se empleará la técnica de la entrevista, la cual se aplicará a directores departamentales del sector turístico y patrimonial de la ciudad para conocer su apreciación sobre el desarrollo del turismo sostenible en el centro histórico.

3.8. Instrumentos

El cuestionario es una técnica estructurada para recopilar datos, que consiste en una serie de preguntas, escritas u orales, que debe responder un entrevistado. (Malhotra, 1997)

Para la técnica de la encuesta se usará un cuestionario estructurado proporcionado por la Organización Rainforest Alliance, titulado Estándar para Hoteles y Servicios de Alojamiento Rainforest Alliance Certified, el cual se divide en tres ámbitos, empresarial, socio-cultural y ambiental, 19 principios y 204 indicadores, a través de este instrumento las operaciones de los hospedajes en estudio serán evaluadas para conocer el desempeño específico de cada establecimiento. Es importante mencionar que en el cuestionario se modificará la palabra regional por local debido a que el

alcance de aplicación del mismo será Latacunga como ciudad más no como provincia o región.

Para la técnica de la entrevista se usarán cuatro cuestionarios diferentes semiestructurados, uno aplicable para la Cámara Provincial de Turismo Latacunga con 4 preguntas, otro para la Dirección de Turismo del GAD Municipal del Cantón Latacunga con 15 preguntas, otro para la Comisión de Patrimonio y Centro Histórico de la ciudad de Latacunga con 13 preguntas y otro para la Empresa Pública de Gestión Ambiental de Latacunga (EPAGAL) con 7 preguntas, estos cuestionarios permitirán obtener información precisa en el momento del diálogo y al ser una entrevista con preguntas abiertas, podrá ser adaptable para tener una conversación más amplia e informativa.

3.9. Validez y confiabilidad

El cuestionario de la encuesta fue desarrollado por la Organización Internacional Rainforest Alliance, por tanto, este instrumento se encuentra totalmente validado por la institución creadora y con su aplicación se permitirá conocer las prácticas empresariales de los establecimientos que permitirá el análisis de la variable dependiente del proyecto como es la ecogestión. (Ver Anexo 3).

La validación del cuestionario de la entrevista será realizada por expertos en el tema, quienes revisarán y realizarán observaciones o correcciones al instrumento planteado, para proceder a su aprobación. (Ver Anexo 4).

El nivel de confianza o confiabilidad utilizado para el proyecto será del 100%, esto debido a que los datos provendrán de la totalidad de la población, ya que se realizará un censo en lugar de una muestra, es decir se investigará a cada integrante de la población en estudio, de esta manera los datos que se obtendrán serán totalmente confiables en la investigación.

3.10. Técnicas de análisis de datos

Las herramientas que permitirán el proceso de datos y el análisis de la información corresponderán a programas estadísticos informáticos como IBM SPSS Statistics 23,

Microsoft Excel 2016 y Microsoft Word 2016, los mismos que permitirán elaborar cuadros estadísticos, gráficos y tablas para una mejor interpretación de resultados.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. Tabulación de los resultados

Para tabular los resultados y analizarlos, una vez aplicado el cuestionario Estándar para Hoteles y Servicios de Alojamiento Rainforest Alliance Certified, se ingresaron los datos al programa IBM SPSS Statistics 23, posteriormente se tabularon los datos en este software mediante el cálculo de la moda como medida de tendencia central, para (Malhotra, 1997) la moda es el valor que ocurre con mayor frecuencia, representa la cima de la distribución y es una medida de tendencia central adecuada cuando la variable se agrupa en categorías. Se necesita un enfoque central de los datos y la moda permitirá agrupar los datos para su posterior análisis e interpretación.

La moda permitió obtener el valor o en este caso la escala que se repite con mayor frecuencia en cada principio, para calificarlos y conocer qué indicadores se cumplen, no se cumplen o no se aplican; para la tabulación se usaron las siguientes etiquetas de valor, según el cumplimiento de las preguntas.

Tabla 10

Etiquetas de valor para la tabulación de datos

Escala	Valor	Descripción
Cumple	1	Significa que los datos se concentran en el cumplimiento del indicador.
No cumple	2	Significa que los datos se concentran en el no cumplimiento del indicador.
No aplica	3	Significa que los datos se concentran en la no aplicación del indicador.

Una vez realizada la tabulación, se creará una tabla en el software informático Microsoft Word 2016 de cada principio de la encuesta, en la cual se pasará el resultado que se obtuvo en SPSS de la moda de cada pregunta.

Para la interpretación de figuras se realizará un gráfico en el programa estadístico Microsoft Excel 2016 basados en los resultados de las tablas, se insertará un gráfico de líneas que muestra tendencias, en el cual se observará si existe una brecha positiva o negativa de cumplimiento de los indicadores. La leyenda se representará con una

línea azul para el factor de cumple, línea naranja para el factor de no cumple y línea ploma para el de no aplica, por tanto, si en la figura de un principio la línea azul tiene una mayor prolongación que la línea naranja, quiere decir que la mayoría de sus elementos se cumplen y hay una brecha positiva de cumplimiento, caso contrario si la línea naranja tiene una mayor prolongación que la azul es un factor negativo de cumplimiento del principio analizado, por lo que se obtendrá una pauta clara de qué ámbitos se debe poner atención para mejorar la gestión de los establecimientos.

4.2. Análisis de los resultados

4.2.1. Análisis e interpretación de los resultados de la variable dependiente “Ecogestión”

a) Datos Generales

Tabla 11

Nombre del establecimiento

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	GRAN HOTEL JULIO	1	11,1
	SAMPEDRO		
	HOSTAL CAFE TIANA	1	11,1
	HOSTAL COTOPAXI	1	11,1
	HOSTAL ROSIM	1	11,1
	HOSTAL SANTIAGO	1	11,1
	HOTEL ENDAMO	1	11,1
	HOTEL MAKROZ	1	11,1
	COLONIAL		
	HOTEL RODELÚ	1	11,1
	HOTEL VILLA TCVNGA	1	11,1
	Total	9	100,0

Análisis e interpretación:

La encuesta se realizó a los administradores de los establecimientos de alojamiento que se encuentran ubicados en el centro histórico de la ciudad de Latacunga, basados en los límites del centro histórico, según el catastro de establecimientos turísticos del año 2017 en esta zona existen 10 alojamientos, pero se tuvo la apertura de 9 de ellos para realizar la encuesta, debido a que el Hostal Central no accedió a responder por motivos de confidencialidad. Es así que se tuvo la colaboración de la mayoría de hospedajes de la población, de 5 hoteles y 4 hostales de diferente categoría

A continuación, se especifica la categoría de cada establecimiento:

Hoteles:

- Hotel Endamo: 3 estrellas
- Hotel Rodelú: 2 estrellas
- Hotel Villa Tcvnga: 3 estrellas
- Hotel Makroz Colonial: 2 estrellas
- Gran Hotel Julio Sampedro: 2 estrellas

Hostales:

- Hostal Rosim: 3 estrellas
- Hostal Santiago: 3 estrellas
- Hostal Cafe Tiana: 3 estrellas
- Hostal Cotopaxi: 3 estrellas

Tabla 12

Nacionalidad del propietario

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Ecuatoriano	8	88,9
	Uruguayo	1	11,1
	Total	9	100,0



Figura 3 Nacionalidad del propietario

Análisis e interpretación:

Del 100% de los encuestados, el 89% de los propietarios de los establecimientos son de nacionalidad ecuatoriana, y el 11% restante es de nacionalidad uruguaya. Esto demuestra que existe un mayor porcentaje de establecimientos turísticos que son de propiedad local y por tanto la formación de capital e inversiones se centra en la comunidad para beneficio de la misma.

Tabla 13

Número de empleados

	Frecuencia	Porcentaje
Válido	3	44,4
	4	11,1
	5	11,1
	6	11,1
	9	11,1
	12	11,1
Total	9	100,0

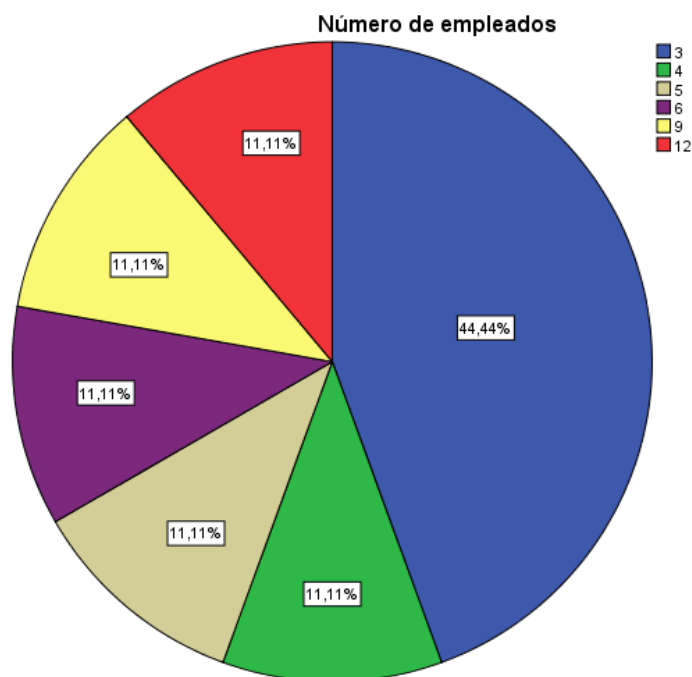


Figura 4 Número de empleados

Análisis e interpretación:

Del 100% de establecimientos de alojamiento encuestados, el 44% tienen 3 empleados, el 11% poseen 4 trabajadores, el 11% cuenta con 5 colaboradores, el 11% tienen 6 operarios, el 11% 9 empleados y el 11% restante cuenta con 12 trabajadores.

Las empresas de hospedaje otorgan beneficios a la comunidad mediante la generación de empleos ya que todos los establecimientos poseen un considerable número de empleados acorde a su tamaño y actividades a ejercer para satisfacer las necesidades de los turistas.

Tabla 14

Porcentaje de clientes por temporada alta

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	30	1	11,1
	50	1	11,1
	53	1	11,1
	75	1	11,1
	80	1	11,1
	90	3	33,3
	100	1	11,1
	Total	9	100,0

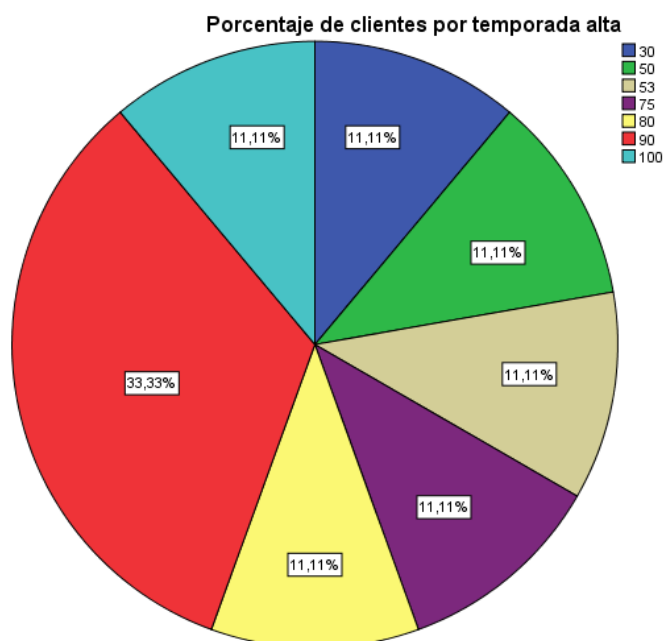


Figura 5 Porcentaje de clientes por temporada alta

Análisis e interpretación:

Del 100% de establecimientos de alojamiento encuestados, con respecto al porcentaje de clientes que tienen en temporada alta, es decir en los meses de febrero, mayo, junio, septiembre, octubre y noviembre, se obtuvieron los siguientes resultados; el 33% de los establecimientos tienen un 90% de clientes en esta temporada, el 11% tienen un 100% de clientes en dicha temporada, el 11% tienen un 80% de clientes en

temporada alta, el 11% tienen un 75% de clientes en esta temporada, el 11% tienen un 53% de clientes en la misma temporada, el 11% tienen un 50% de clientes en esta temporada y el 11% tienen un 30% de clientes en temporada alta.

Temporada alta es una época del año en la que existe gran cantidad de demanda hacia los ofertantes, los datos señalan que los establecimientos en esta temporada tienen una alta afluencia de turistas, por tanto, generan buenos ingresos económicos en esta época ya que sus instalaciones se encuentran casi o totalmente llenas lo que les permite mantenerse en el mercado.

Tabla 15

Porcentaje de clientes por temporada baja

	Frecuencia	Porcentaje
Válido	12	1
	17	1
	25	1
	30	1
	40	1
	50	3
	60	1
Total	9	100,0

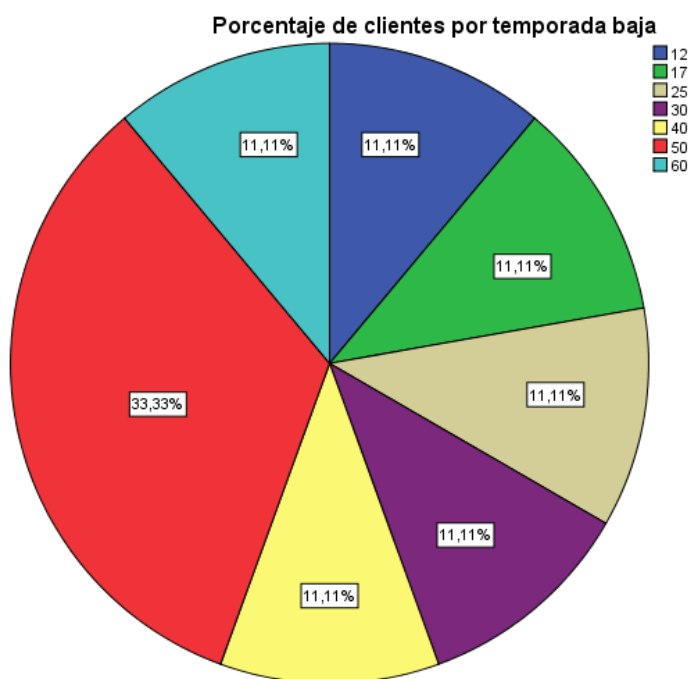


Figura 6 Porcentaje de clientes por temporada baja

Análisis e interpretación:

Del 100% de los establecimientos de alojamiento encuestados, con respecto al porcentaje de clientes que tienen en temporada baja, es decir en los meses de enero, marzo, abril, julio, agosto y diciembre, se obtuvieron los siguientes resultados; el 33% de los establecimientos tienen un 50% de clientes en temporada baja, el 11% tienen un 60% de clientes en esta temporada, el 11% tienen un 40% de clientes en la misma temporada, el 11% tienen un 30% de clientes en dicha temporada, el 11% tienen un 25% de clientes en temporada baja, el 11% tienen un 17% de clientes en esta temporada y el 11% tienen un 12% de clientes en temporada baja.

La temporada baja es considerada cuando existe una cantidad mínima o nula de demandantes en el mercado. En este caso la mayoría de establecimientos tienen una ocupación mayor al 40% en esta temporada, al ser una época sin mucha afluencia turística y tener casi la mitad de ocupación en sus instalaciones, las empresas con ese porcentaje de ocupación si pueden mantener el negocio, por tanto, estos son rentables.

Tabla 16

Número de visitantes que regresan al año

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	0	4	44,4
	3	1	11,1
	4	1	11,1
	20	3	33,3
	Total	9	100,0

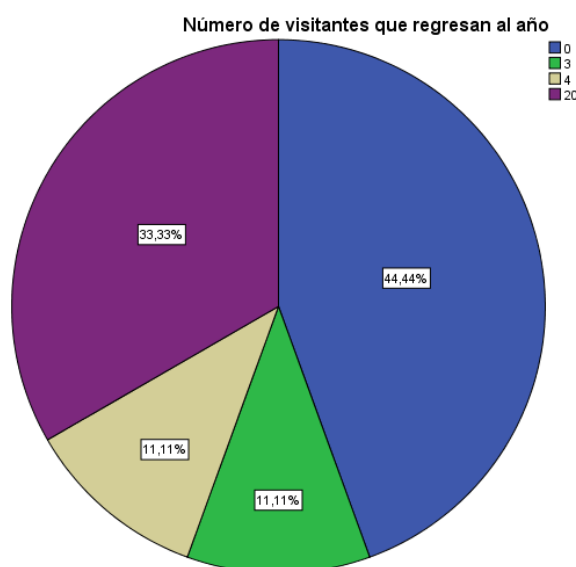


Figura 7 Número de visitantes que regresan al año

Análisis e interpretación:

Del 100% de establecimientos de alojamiento encuestados, el 44% no registra el número de visitantes que regresan al año debido a que sus clientes en su mayoría son turistas extranjeros que visitan el país por una sola vez y por tanto no regresan, el 33% de establecimientos registra a 20 visitantes que regresan al año, el 11% registran alrededor de 4 personas que regresan a sus establecimientos y el 11% restante manifiesta que alrededor de 3 personas regresan al año a sus instalaciones; ahora cabe recalcar que los usuarios que retornan a estos establecimientos son específicamente visitantes médicos y clientes nacionales, con los cuales se ha mantenido la fidelidad.

Tabla 17

Ingresos anuales aproximados

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	5000-10000	4	44,4
	20000-25000	2	22,2
	Otros	3	33,3
	Total	9	100,0

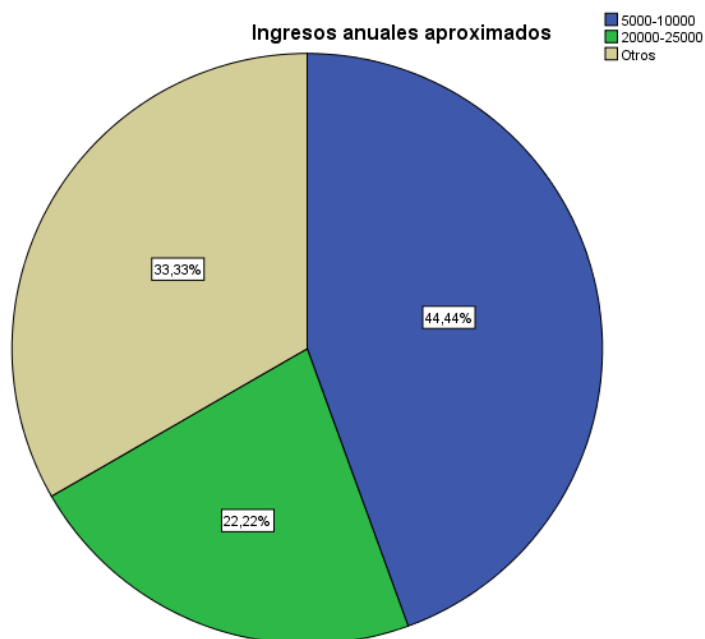


Figura 8 Ingresos anuales aproximados

Análisis e interpretación:

Del 100% de establecimientos de alojamiento encuestados, el 44% registra ingresos anuales aproximados entre \$5000 y \$10000, el 33% de establecimientos registran ingresos superiores a \$25000 y el 22% restante registra ingresos aproximados entre \$20000 y \$25000. Estos datos han sido proporcionados por los administradores de los establecimientos, quienes bajo su juicio han manifestado los rangos de ingresos, fuera de gastos para las empresas, y con este nivel de ganancias se han sabido mantener en el mercado pese a que sus ingresos en los últimos 5 años se han reducido, debido a la reactivación del volcán Cotopaxi.

b) Datos Específicos

Ámbito empresarial

Tabla 18

Principio E.1. Planificación de la Gestión Sostenible

Indicador	Cumple	No cumple	No aplica
1. Ha documentado la visión, la misión & los valores empresariales sostenibles.		2	
2. Ha documentado una política de sostenibilidad que define metas y objetivos para cada ámbito de su sistema de gestión sostenible		2	
3. Ha documentado, y aplica a todos sus miembros, un código de ética para promover los principios del desarrollo sostenible.		2	
4. La visión, misión & valores se comunican entre clientes, colaboradores y terceros para fomentar su implementación.		2	
5. La política de sostenibilidad se comunica entre clientes, colaboradores y terceros para fomentar su implementación.		2	
6. El personal es capacitado sobre cómo aplicar la política de sostenibilidad en sus tareas cotidianas.		2	
TOTAL	0	6	0

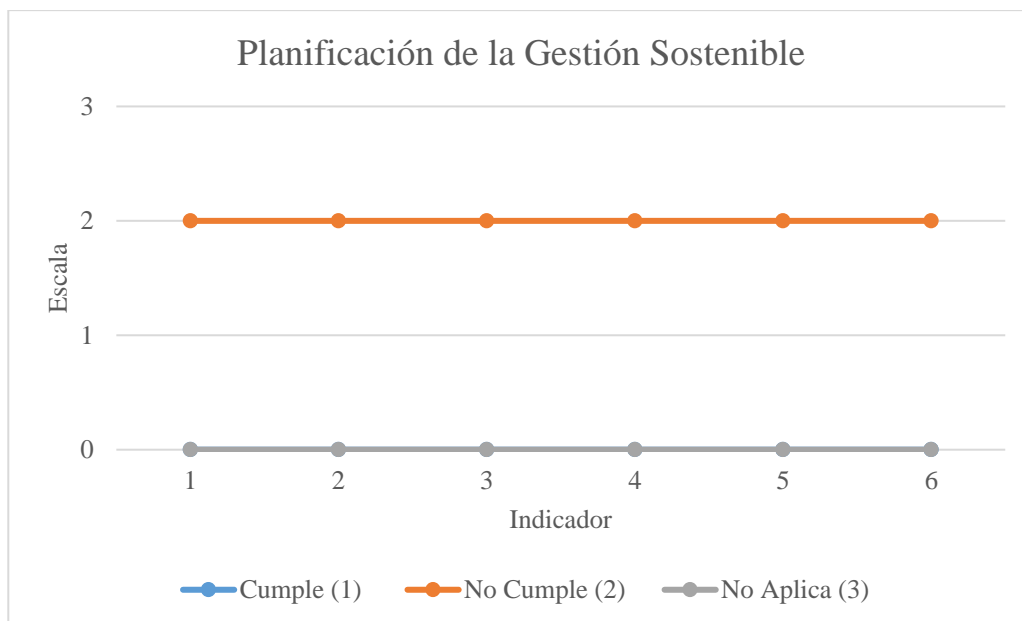


Figura 9 Principio E.1. Planificación de la Gestión Sostenible

Análisis e interpretación:

En el principio Planificación de la Gestión Sostenible se observa el incumplimiento de todos los indicadores, esto demuestra que los establecimientos de alojamiento no se gestionan de manera eficiente mediante la organización de programas de trabajo que incluyan los principios de sostenibilidad, la mayoría de establecimientos no tienen establecida su misión, visión o pautas de comportamiento sostenibles, uno de los factores de esta carencia es la administración empírica y el desconocimiento sobre turismo sostenible lo que ocasiona que la planificación y gestión no se guíe en las dimensiones de sostenibilidad.

La gestión de hoy en día debe ser sostenible y para trabajar en este ámbito se deben crear lineamientos que consideren los aspectos económicos, sociales y ambientales a través de una política de sostenibilidad, como herramienta para organizar, controlar e integrar acciones que permitan cumplir con los objetivos.

Al no tener documentada una filosofía empresarial y políticas de sostenibilidad, las empresas turísticas no tienen identidad, ni metas y objetivos trazados para cumplirlos a corto y largo plazo, esta falta de proyección hace que el desempeño sea regular e impide que los establecimientos sobresalgan en el mercado global.

Tabla 19**Principio E.2. Gestión de la Calidad**

Indicador	Cumple	No cumple	No aplica
7. Ha documentado los estándares de calidad y servicio para sus diferentes actividades.		2	
8. Ha documentado e implementa un proceso formal para el registro y seguimiento de reservaciones.	1		
9. El proceso de reservaciones permite identificar y anticipar las expectativas y/o necesidades especiales de sus clientes para mejorar la experiencia de los servicios contratados.		2	
10. Ha documentado un plan para el mantenimiento preventivo que incluye instalaciones, equipos y/o vehículos.		2	
11. Mantiene registros que demuestran la implementación de las acciones previstas en su plan de mantenimiento preventivo.		2	
12. Mantiene registros del reporte de fallas y/o deficiencias que se identifican en la operación diaria.		2	
13. Mantiene registros de las acciones correctivas tomadas en seguimiento a las fallas y/o deficiencias que se identifican en la operación diaria.		2	
14. Las instalaciones, mobiliario, equipos y/o vehículos demuestran estar en un adecuado estado de mantenimiento.	1		
15. Las instalaciones, mobiliario, equipos y/o vehículos demuestran estar en un adecuado estado de limpieza y orden.	1		
16. Las actividades de limpieza y mantenimiento se llevan a cabo en horarios adecuados para evitar ruidos o molestias a los clientes.	1		
17. Mantiene registros del consumo de todos los insumos operativos.		2	
18. Los registros de consumo de insumos operativos contemplan niveles de existencia mínimos y máximos.		2	
19. Implementa un mecanismo formal para conocer el grado de satisfacción de los clientes, sus sugerencias y opiniones.	1		
20. Realiza análisis de las opiniones de los clientes, y cuando aplica, toma acciones correctivas.	1		
21. Tiene un área designada para el recibimiento de los huéspedes.	1		
22. El personal de planta utiliza uniforme y un distintivo con su nombre para facilitar su identificación.		2	
23. Implementa un proceso formal para el registro de los huéspedes.	1		
24. Todos los huéspedes tienen acceso a agua apta para consumo humano.	1		
25. Las instalaciones cuentan con infraestructura adecuada o adaptada para facilitar la accesibilidad a personas con alguna discapacidad.		2	
26. Ofrece platillos o comida tradicional de la región y/o país.		2	

CONTINÚA ➡

27. Ofrece comida vegetariana.		2	
28. Ofrece opciones, previa solicitud, para personas con dietas especiales o restricciones alimenticias.	1		
29. Para la preparación de alimentos da prioridad a la utilización de productos frescos sobre los que contienen preservantes.	1		
TOTAL	11	12	0

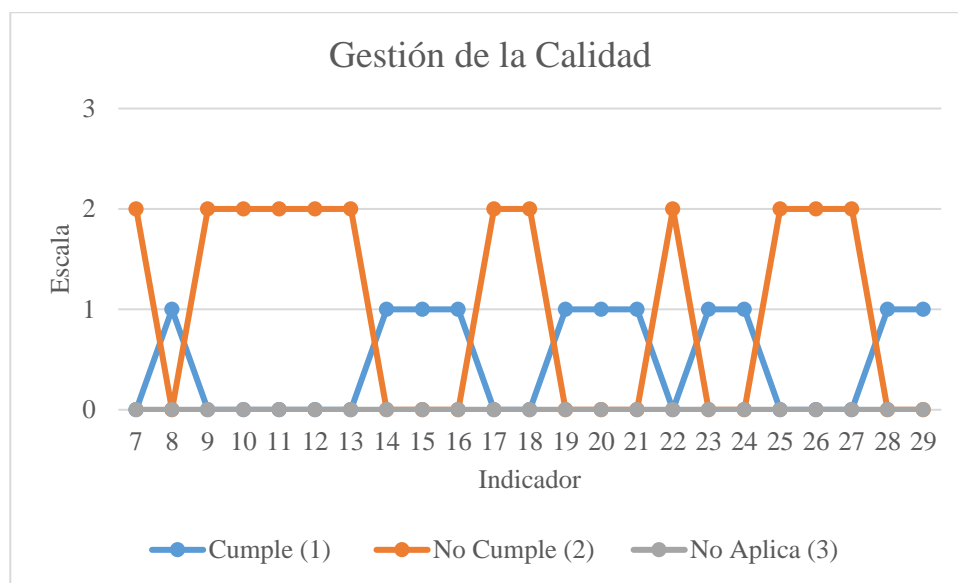


Figura 10 Principio E.2. Gestión de la Calidad

Análisis e interpretación:

En el principio gestión de la calidad se observa que existe una tendencia muy pareja entre el cumplimiento y no cumplimientos de sus indicadores, sin embargo, la mayoría de los componentes de este principio no se cumplen lo que advierte que los recursos no se organizan y administran de manera adecuada en los establecimientos de alojamiento, y sin esta gestión es más difícil obtener servicios y productos de calidad.

Las empresas si cumplen con ciertos parámetros de este principio, por ejemplo, a pesar de que no tienen documentados estándares de calidad y servicio para sus diferentes actividades, cuentan con un proceso formal para las reservaciones ya sea computarizado a través de programas como Fenix, Excel, booking o lo realizan manualmente. Además, la mayoría de establecimientos si utilizan mecanismos para medir el grado de satisfacción de los clientes por medio de buzones o libros de sugerencias y a través de internet mediante plataformas virtuales que permiten realizar comentarios, compartir las experiencias y calificar al hospedaje como tal.

Por otra parte, hay varios elementos que no se cumplen y son importantes para mejorar la gestión de la calidad de los establecimientos, como monitorear las acciones operativas para realizar acciones preventivas o correctivas que permitan mantener un funcionamiento adecuado de las instalaciones, unos administradores especifican que no cuentan con planes para mantenimiento porque el hotel es pequeño y eso implica gastos, sin embargo, a largo plazo la inversión con una planificación adecuada reduciría varios costos por mantenimiento. Tan solo dos establecimientos trabajan con bitácoras, una empresa con una manual la cual lleva un registro de daños, cambios y los costos que se generan cuando es necesario realizar el mantenimiento de las instalaciones; y la otra con una bitácora virtual de servicios, el administrador creó exclusivamente para su hotel una aplicación para celulares del mantenimiento de sus instalaciones, la cual la tienen el personal de trabajo en sus smartphones, en donde señalan diariamente las novedades de las operaciones que se llevan a cabo en el hospedaje y estas notificaciones llegan directamente al administrador quien toma las medidas precisas para garantizar el buen funcionamiento de las instalaciones, mobiliario o equipos. Se resalta que mediante esta innovación se evita el uso de papeleos y por ende se trata de reducir la emisión de desechos y de contaminación.

Por otro lado, el personal de la planta hotelera cuenta con uniforme, pero éste no lleva un distintivo con el nombre de cada uno, lo que es importante para facilitar la identificación de los colaboradores por parte de los clientes, a su vez, la mayoría de empresas no tienen infraestructura adecuada que facilite la accesibilidad a personas con alguna discapacidad. Es primordial coordinar todos estos procesos de manera eficiente con la participación y compromiso de todos los empleados, de modo que las empresas puedan tener éxito comercial, ser rentables y sostenibles, y sobre todo puedan cumplir con el objetivo básico de brindar servicios de calidad para satisfacer las necesidades de los clientes y del mercado.

Tabla 20

Principio E.3. Gestión de Recursos Humanos

Indicador	Cumple	No cumple	No aplica
30. Ha documentado las descripciones de todos sus puestos de trabajo, evitando en ellas requisitos potencialmente discriminatorios.		2	

CONTINÚA →

31. Ha documentado y aplica un procedimiento para reclutamiento y selección de personal, evitando en él prácticas potencialmente discriminatorias.	2		
32. Ha documentado y aplica un procedimiento formal para la inducción de nuevos trabajadores.	2		
33. Mantiene expedientes actualizados que respaldan el historial de cada uno de sus trabajadores.	1		
34. Evalúa las necesidades de capacitación del personal y elabora un plan formal para atenderlas.	1		
35. Capacita al personal para mejorar sus competencias laborales sostenibles.	1		
36. Evalúa los resultados del plan formal de capacitación y toma acciones para la mejora continua de sus contenidos.	2		
37. Implementa un proceso formal para realizar evaluaciones periódicas del desempeño de su personal.	2		
38. Implementa un programa formal de incentivos para las unidades de trabajo y/o trabajadores que presentan los mejores índices de desempeño.	2		
TOTAL	3	6	0

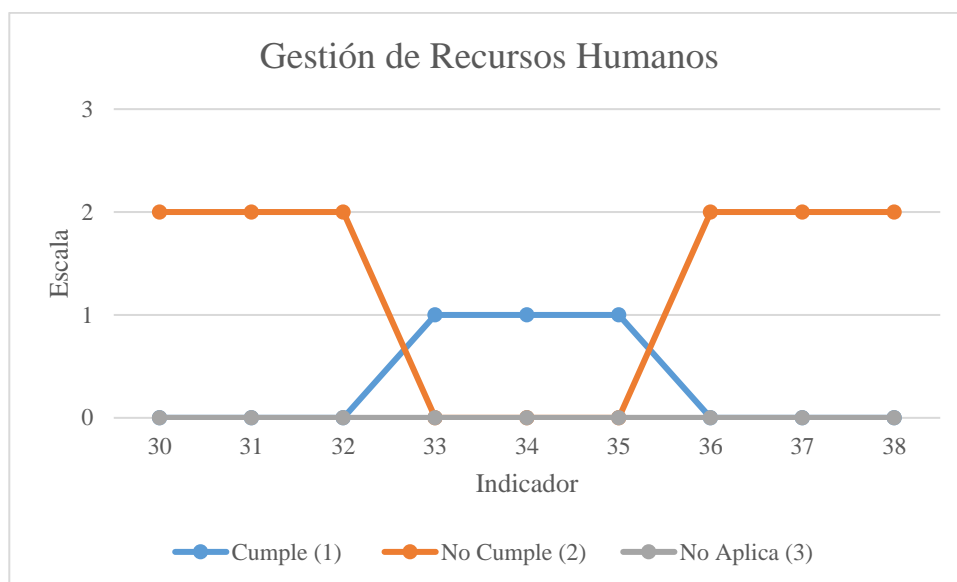


Figura 11 Principio E.3. Gestión de Recursos Humanos

Análisis e interpretación:

En el principio Gestión de Recursos Humanos la tendencia de no cumplimiento de los indicadores es mayor a la de cumplimiento, como consecuencia de que la mayoría de establecimientos de alojamiento en primera instancia no tienen documentado los elementos principales de la administración del talento humano, como la descripción de puestos de trabajo o los procesos para la selección del personal, por otra parte a pesar de que se capacitan a los colaboradores, no se realizan mejoras en los contenidos de capacitación, cuando actualmente es necesario que se desarrolle al

personal en el ámbito profesional y en el de sostenibilidad con responsabilidad social y ambiental; el éxito de una empresa depende de la calidad de su personal y ahora de su compromiso por una gestión sostenible.

Además, no se evalúa el desempeño laboral por lo que no se puede valorar las fortalezas o debilidades del equipo de trabajo, y así no se pueden implementar acciones correctivas o preventivas para contar con un mejor equipo humano; por último no se incentiva a los colaboradores de manera apropiada para que con una motivación adecuada puedan generar una mayor productividad corporativa; se debe tener siempre presente que el talento humano es la fuente principal del éxito de una empresa, por tanto debe ser atendido como tal.

Tabla 21

Principio E.4. Gestión de Seguridad

Indicador	Cumple	No cumple	No aplica
39. Ha documentado un análisis formal en el cual identifica los factores de riesgo a los que está expuesta su operación.		2	
40. El análisis de riesgos contempla todos los factores que podrían afectar la seguridad de clientes, trabajadores, terceros y la planta física.		2	
41. Ha documentado planes de contingencia y emergencia para responder ante las situaciones identificadas y priorizadas por el análisis formal de riesgos.	1		
42. El análisis formal de riesgos y los planes de emergencia se revisan periódicamente y se actualizan cuando es necesario.	1		
43. Cuenta con botiquín(es) para primeros auxilios que contiene(n) los insumos necesarios, en cantidad y tipo, para la atención de emergencias.	1		
44. Cuenta con extintores de incendios ubicados en sus instalaciones y/o medios de transporte.	1		
45. Los extintores contienen el agente extintor adecuado al tipo de fuego para el que podrían ser requeridos, según el área donde se ubiquen.		2	
46. Cuenta con los medios de comunicación adecuados para responder ante emergencias.	1		
47. Cuenta con seguros para cubrir los potenciales riesgos a la seguridad de clientes, personal, vehículos y planta física.		2	
48. Todo vehículo utilizado está equipado con cinturones de seguridad en cada asiento disponible.			3
49. Toda embarcación utilizada posee rótulos visibles en los que indica su capacidad máxima.			3
50. Toda embarcación utilizada cuenta con chalecos salvavidas en cantidad acorde a su capacidad máxima.			3

CONTINÚA ➡

51. Los animales de carga que se usan, gozan de buena salud, cuentan con buen equipo y los seguros correspondientes.			3
52. Apoya los programas locales de seguridad turística implementados por agencias gubernamentales, organizaciones comunitarias y/o gremiales de empresarios.	1		
53. El personal es capacitado sobre cómo aplicar los planes para la atención de emergencias y contingencias.	1		
54. Realiza simulacros de los casos de emergencia identificados como más probables manteniendo registros de los mismos.	1		
55. Las rutas de evacuación están señaladas de manera escrita y gráfica en todas las instalaciones.	1		
56. Las indicaciones de seguridad que deben seguirse en casos de emergencia son exhibidas en las instalaciones operativas y medios de transporte.		2	
57. Las salidas de emergencia se encuentran libres de obstáculos, debidamente señalizadas y son visibles en la oscuridad.	1		
58. Utiliza rótulos preventivos para avisar a los clientes sobre peligros potenciales.	1		
59. Las personas que preparan alimentos siguen medidas de seguridad para el manejo de insumos o equipos peligrosos.	1		
60. El personal de limpieza y cocina(s) está instruido acerca del uso adecuado de los agentes desinfectantes.	1		
61. El personal de cocina(s) utiliza vestimenta apropiada para sus funciones.	1		
62. Los cilindros de gas se encuentran alejados, como mínimo, 1.5 mts de fuentes de calor.	1		
63. Los suelos de la(s) cocina(s) son de materiales impermeables y antideslizantes.	1		
TOTAL	17	4	4

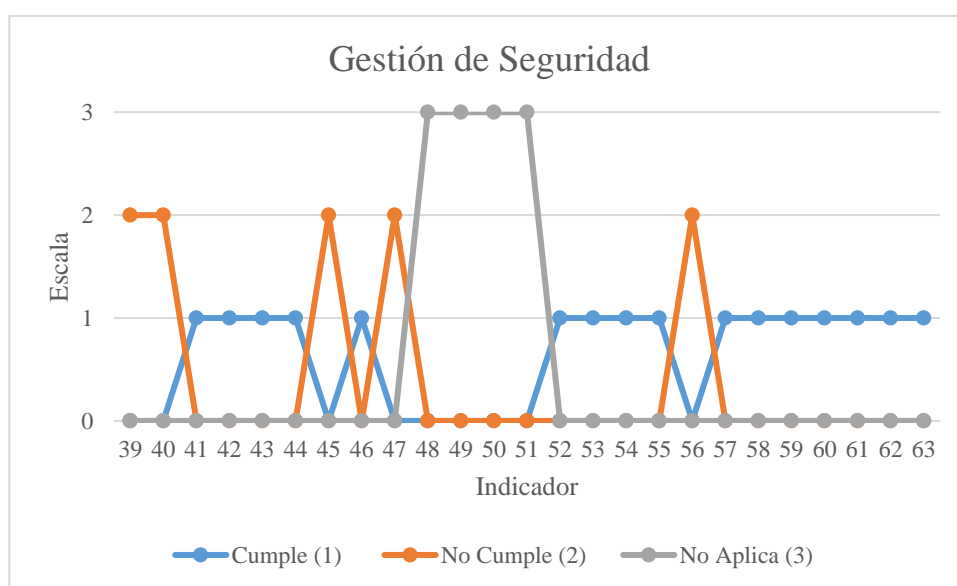


Figura 12 Principio E.4. Gestión de Seguridad

Análisis e interpretación:

El principio Gestión de Seguridad muestra un mayor nivel de cumplimiento que incumplimiento de sus indicadores, en tal sentido se determina que la mayoría de establecimientos de alojamiento garantizan la integridad física y emocional de los clientes y de las personas involucradas en la gestión y el servicio, esto debido a que los hospedajes poseen equipos e insumos necesarios para responder antes emergencias como rutas de evacuación, botiquín, extintores de incendios, medios de comunicación, salidas de emergencia libres de obstáculos, sensores de humo, entre otros; por otro lado se divulga entre clientes, personal y terceros los planes de reacción ante riesgos y emergencias, sin embargo, es válido recalcar que los planes de contingencia, emergencia y simulacros se han realizado después de la reactivación del Volcán Cotopaxi en el año 2015, por lo que esta fue una obligación que tuvieron que acatar muchas empresas de servicio y ahora forma parte de su programa de seguridad, al ser considerado el Volcán como un fenómeno natural de alto riesgo.

Pero pese al notable cumplimiento de los factores de este principio, existen otros que no se cumplen y que es importante mencionar para mejorar la seguridad de los establecimientos, como documentar los factores de riesgo a los que está expuesta la operación de servicios, contar con seguros para la planta física y clientes y exhibir las indicaciones de seguridad en las instalaciones del hospedaje de modo que se pueda seguir las en el caso de existir algún caso de emergencia, y con estas guías mantener la calma que permita evitar daños mayores tanto en instalaciones como en las personas. Es muy importante invertir en seguridad para minimizar riesgos, accidentes y enfermedades en las acciones y servicios empresariales, además de que este factor forma parte de los parámetros a cumplir para que una empresa sea sostenible, y al brindar servicios seguros la empresa se mostrará responsable con sus colaboradores, visitantes y conciudadanos, otorgando una ventaja competitiva para con las demás empresas.

Tabla 22

Principio E.5. Gestión de Comunicación y Mercadeo

Indicador	Cumple	No cumple	No aplica
64. Ha documentado un plan de comunicación y mercadeo, el cual define la estrategia básica para promover su perfil de sostenibilidad.		2	

CONTINÚA ➔

65. Cuenta con medios y/o materiales para comunicación y mercadeo, los cuales reflejan las características sostenibles de sus servicios.	1		
66. Provee a los clientes información veraz, clara y completa sobre las características sostenibles de los servicios ofrecidos.	1		
67. Todos los materiales para comunicación y mercadeo están disponibles en al menos dos idiomas.		2	
68. Aprovecha los reconocimientos a su gestión sostenible como una herramienta para la comunicación y el mercadeo.		2	
69. Cuenta con materiales especiales para comunicar y promover las características sostenibles de sus servicios a través de intermediarios y en eventos promocionales.	1		
70. Los materiales para ventas a través de intermediarios contienen información veraz sobre las características sostenibles de los servicios.	1		
71. Implementa mecanismos para conocer el perfil de los clientes atendidos.	1		
72. Implementa acciones concretas para promover la fidelización de los clientes.		2	
TOTAL	5	4	0

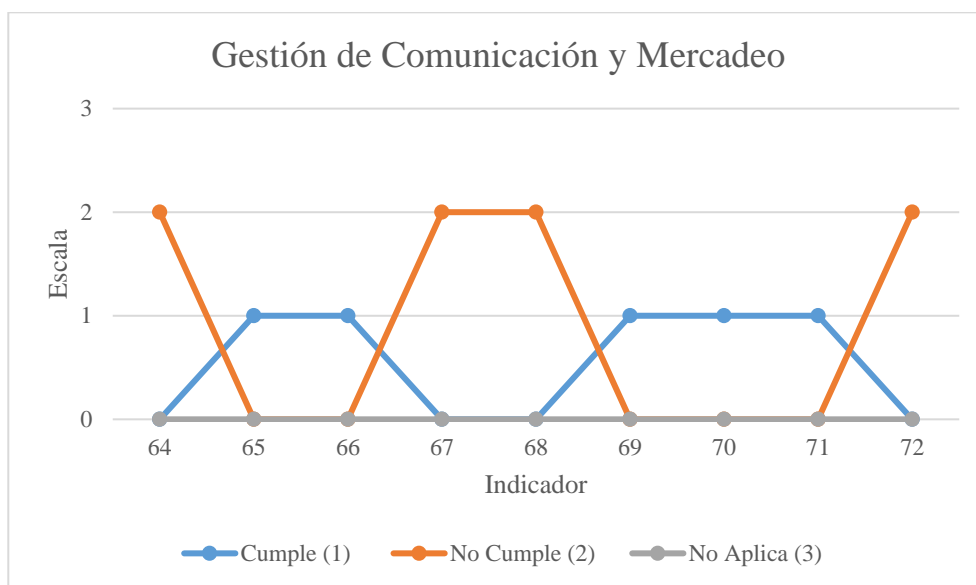


Figura 13 Principio E.5. Gestión de Comunicación y Mercadeo

Análisis e interpretación:

En el principio Gestión de Comunicación y Mercadeo se observa un mayor cumplimiento de los indicadores, debido a que la mayoría de establecimientos utilizan herramientas de comunicación, a través de tarjetas de presentación y especialmente en Internet mediante sitios web, redes sociales y páginas intermediadoras como mecanismos para dar a conocer sus servicios con información clave con el propósito de satisfacer las necesidades de los clientes, sin embargo algo que no cuentan

y es necesario resaltar es que las empresas no tienen incorporado el tema de sostenibilidad como un argumento de venta y de posicionamiento en el mercado, esto a causa de que tan solo 3 establecimientos tienen conocimiento sobre este tema, y a pesar de eso no lo utilizan como ventaja competitiva para atraer la atención de sectores interesados en el turismo sostenible.

En su mayoría los establecimientos cuentan con intermediarios para la venta de sus servicios a través de plataformas virtuales como booking, trivago, hostelbookers entre otras, en las que se puede tener información clara sobre sus servicios, imágenes del hospedaje u ofertas, además gracias al uso de estos medios digitales se pueden intercambiar opiniones y experiencias entre clientes, esto genera una buena interacción con los establecimientos y sus usuarios, ya que permite conocer en parte el grado de satisfacción, gustos, quejas e intereses sobre el servicio prestado, y con el respectivo análisis se podrá adaptar el servicio según las necesidades observadas de modo que cada día pueda ser mejor.

Es importante también mencionar que los materiales de comunicación estén disponibles en al menos dos idiomas, ya que los turistas que más se hospedan en estos establecimientos que se encuentran ubicados en el centro histórico de la ciudad, son extranjeros. Además, las empresas deben implementar mecanismos que permitan lograr la fidelización de sus clientes para que además de tener clientes fieles se obtengan recomendaciones por parte de ellos, incrementando así la cantidad de clientes y su rentabilidad.

Tabla 23

Principio E.6. Salubridad en los Servicios de Alimentos y Bebidas

Indicador	Cumple	No cumple	No aplica
73. Ha documentado todos los procedimientos específicos y necesarios para asegurar el manejo higiénico de los alimentos y cocina(s).		2	
74. Toda el agua y hielo utilizado en la preparación de alimentos y bebidas es potable.	1		
75. Todas las frutas y verduras utilizadas son debidamente desinfectadas.	1		
76. Realiza análisis periódicos para determinar la calidad del agua para consumo humano, manteniendo registro de los mismos.		2	

CONTINÚA ➔

77. Aplica el método PEPS (Primeras en Entrar, Primeras en Salir), para asegurar la rotación adecuada de los alimentos.	1		
78. Cuenta con los equipos necesarios y adecuados para asegurar la cadena de frío para productos alimenticios perecederos.	1		
79. Toda persona que ingresa en la(s) cocina(s) utiliza redcillas o gorros.		2	
80. Implementa procedimientos formales para la manipulación separada de alimentos crudos, semi-cocinados y cocinados.	1		
81. Cuenta con utensilios específicos para la manipulación separada de alimentos crudos, semi-cocinados y cocinados.	1		
82. Implementa procedimientos formales para almacenar alimentos de forma adecuada según sus características físicas.	1		
83. Realiza monitoreos diarios para verificar que las características físicas de los alimentos perecederos son adecuadas.	1		
84. Los suelos de la(s) cocina(s) se encuentran exentos de grietas o hendiduras facilitando su limpieza y desinfección.	1		
85. Las paredes de la(s) cocina(s) cuentan con superficies lisas, impermeables y de color claro, para facilitar su limpieza y desinfección.	1		
86. Cuenta con un mecanismo para la extracción de vapores y evitar la acumulación de humo y malos olores en la(s) cocina(s).	1		
87. Ha documentado un programa formal para la prevención y/o control de plagas en la(s) cocina(s).		2	
88. El personal de cocina conoce, y cuando aplica, implementa las medidas del programa de prevención y/o control de plagas.		2	
89. El programa para la prevención y/o control de plagas contempla medidas de carácter biológico o que provoquen el menor impacto ambiental.		2	
TOTAL	11	6	0

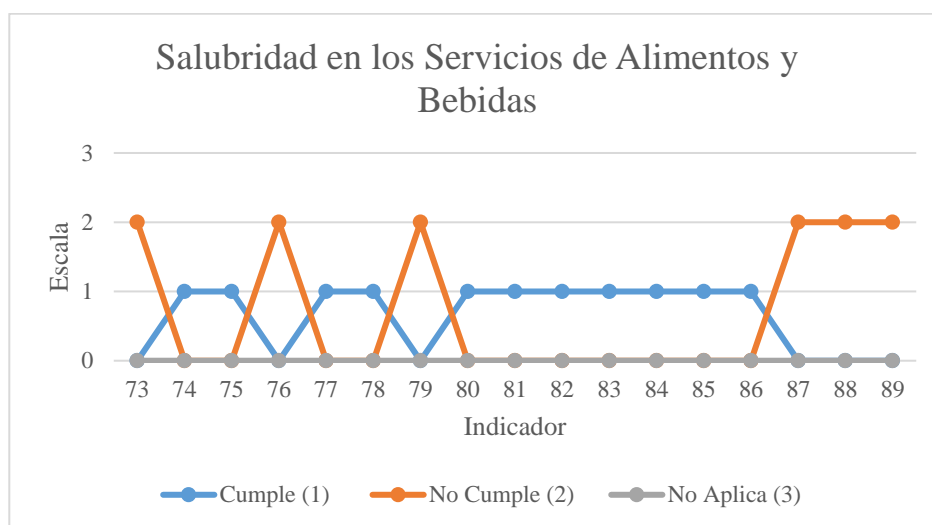


Figura 14 Principio E.6. Salubridad en los Servicios de Alimentos y Bebidas

Análisis e interpretación:

En el principio Salubridad en los Servicios de Alimentos y Bebidas se observa claramente una tendencia hacia el cumplimiento de sus indicadores, es importante mencionar que la mayoría de establecimientos cuentan solamente con el servicio de cafetería para servir desayunos, por tanto no tienen un restaurante y al no ofertar un servicio completo de A&B consideran los administradores que no es muy necesario y por motivos de gastos, tener un manual de manipulación de alimentos o un programa para la prevención y control de plagas, sin embargo en su servicio garantizan la sanidad de los alimentos con medidas que aseguran la higiene de los comestibles, por ejemplo: el personal a cargo de la manipulación y preparación de alimentos se encuentra instruido en cuanto a prácticas higiénicas y salubres para realizar sus labores, se cuenta con los utensilios adecuados para la manipulación separada de alimentos evitando la contaminación cruzada en su preparación, también se almacena de manera segura los insumos alimenticios y aseguran la limpieza en sus instalaciones, afianzando así la sanidad y seguridad óptima de los alimentos.

Tabla 24

Principio E.7. Gestión Sostenible de los Proveedores

Indicador	Cumple	No cumple	No aplica
90. Ha documentado una política de compras que promueve la contratación preferente de proveedores sostenibles.		2	
91. La política de compras define los parámetros para valorar/evaluar las características sostenibles de los proveedores/insumos o equipos.		2	
92. Mantiene registros que demuestran el monitoreo formal del desempeño sostenible de los proveedores habituales.		2	
93. Demuestra consumir, en tanto como le sea factible, insumos certificados de origen sostenible.		2	
94. Toma acciones concretas para la contratación preferente de proveedores que cumplen con parámetros de calidad.	1		
95. Toma acciones concretas para la contratación preferente de proveedores que cumplen parámetros de seguridad.	1		
96. Toma acciones concretas para la contratación preferente de proveedores que cumplen parámetros de salubridad alimentaria.	1		
TOTAL	3	4	0

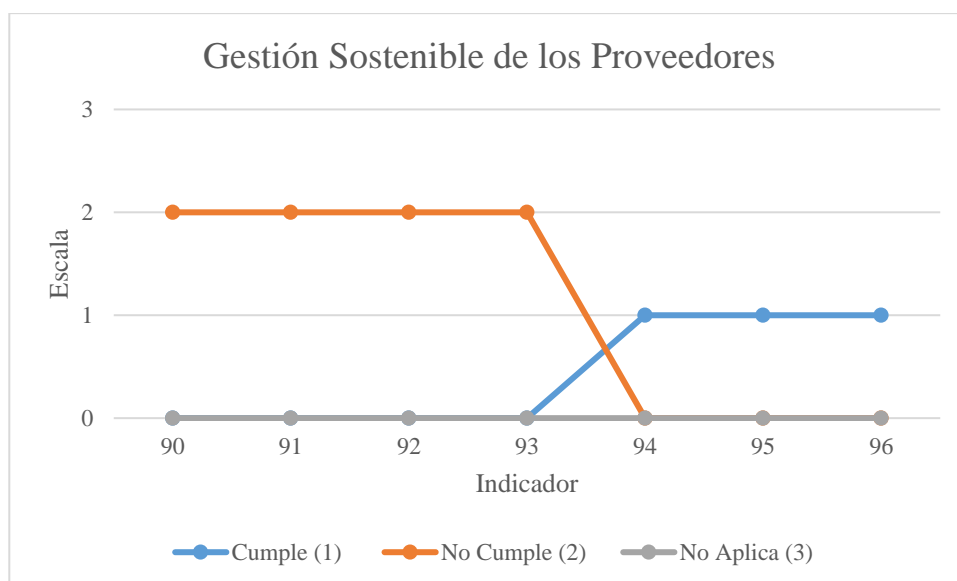


Figura 15 Principio E.7. Gestión Sostenible de los Proveedores

Análisis e interpretación:

En cuanto al principio Gestión Sostenible de los Proveedores existe una tendencia dirigida al incumplimiento de los indicadores, ningún establecimiento tiene una política de compras que promueva la contratación de proveedores que apliquen prácticas sostenibles, y tampoco consumen insumos certificados de origen sostenible, algunas entidades prefieren abastecerse de productos más baratos sin observar sus características, sino que estos sean los más convenientes en precios.

Sin embargo, la mayoría de establecimientos dan preferencia a proveedores que garanticen tener un estricto control de calidad, seguridad y salubridad en sus productos, esto debido a que trabajan con empresas de marcas reconocidas las cuales ya cumplen con estándares de calidad, seguridad y sostenibilidad, como Pronaca, Prodalecc, Familia Sancela, Comercial Mova, entre otras.

Tabla 25

Principio E.8. Educación para la Sostenibilidad

Indicador	Cumple	No cumple	No aplica
97. Ha documentado un programa de educación para la sostenibilidad que define actividades y metas dirigidas a clientes, colaboradores y la comunidad en general.		2	
98. Cuenta con los materiales didácticos o de apoyo para implementar las actividades de su programa de educación para la sostenibilidad.		2	

CONTINÚA ➡

99. Demuestra la implementación de las actividades programadas para educar sobre los temas de la sostenibilidad.	2		
100. Fomenta la participación de sus clientes en proyectos que promueven y apoyan la sostenibilidad en favor de su destino y/o comunidad.	2		
101. Mantiene registros de participación en las actividades de su programa de educación para la sostenibilidad.	2		
TOTAL	0	5	0

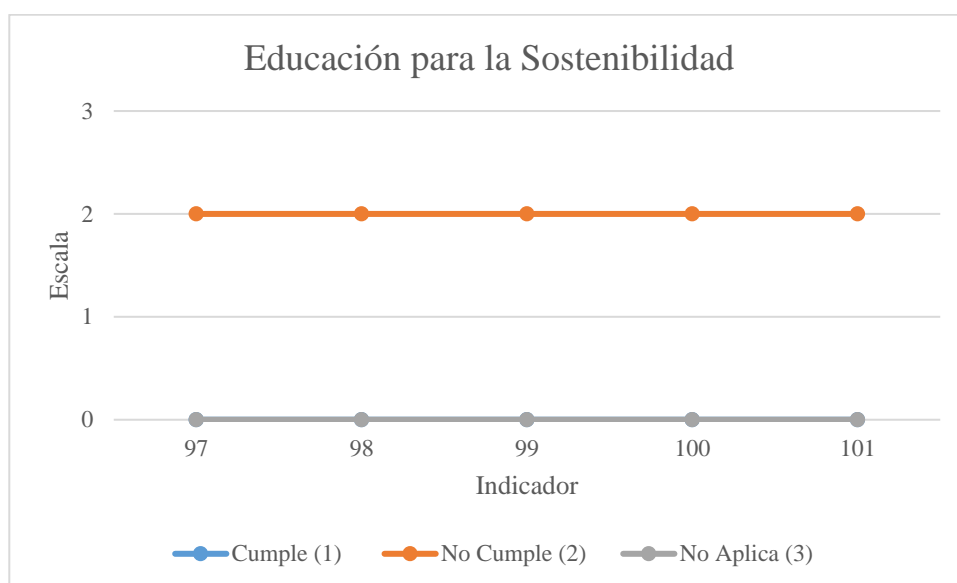


Figura 16 Principio E.8. Educación para la Sostenibilidad

Análisis e interpretación:

En el principio educación para la sostenibilidad se observa un total incumplimiento de los indicadores, esto en consecuencia a que la mayoría de los administradores de los establecimientos no tienen un conocimiento adecuado sobre el tema de sostenibilidad, y los que lo conocen no trabajan por el mismo, un administrador argumenta que tiene pocos turistas con precios bajos y debido al mercado pequeño no se puede trabajar en este tipo de temas o no se puede hablar de calidad total por motivos monetarios, si las cabecillas conocen muy poco sobre el tema es muy difícil que documenten e implementen un programa encaminado a educar a clientes, colaboradores y la comunidad, sobre los temas de desarrollo sostenible, sin embargo es más importante promover la adopción de hábitos sostenibles que transformen el comportamiento de manera positiva de las personas con las cuales interactúan por los beneficios que se generan a partir de estos.

Ámbito socio-cultural

Tabla 26

Principio SC.1. Contribución al Desarrollo Local

Indicador	Cumple	No cumple	No aplica
102. Prioriza la contratación de personas de la localidad donde tiene su operación, evitando prácticas discriminatorias.	1		
103. Favorece la contratación de personal local para puestos de mando, evitando prácticas discriminatorias.	1		
104. Toma acciones concretas para la contratación preferente de proveedores locales de insumos y de servicios.	1		
105. Toma acciones concretas para la contratación preferente de empresas comunitarias de turismo.		2	
106. Promueve la compra de productos y servicios locales entre sus clientes.	1		
107. Promueve la compra de productos culturales y artesanales locales entre sus clientes.	1		
108. Participa en la realización de actividades sociales de beneficio para su comunidad.		2	
109. Realiza contribuciones en especie o en efectivo para la ejecución de proyectos de beneficio para su comunidad.		2	
110. Promueve la participación de sus colaboradores en actividades comunitarias de beneficio social y cultural.		2	
TOTAL	5	4	0

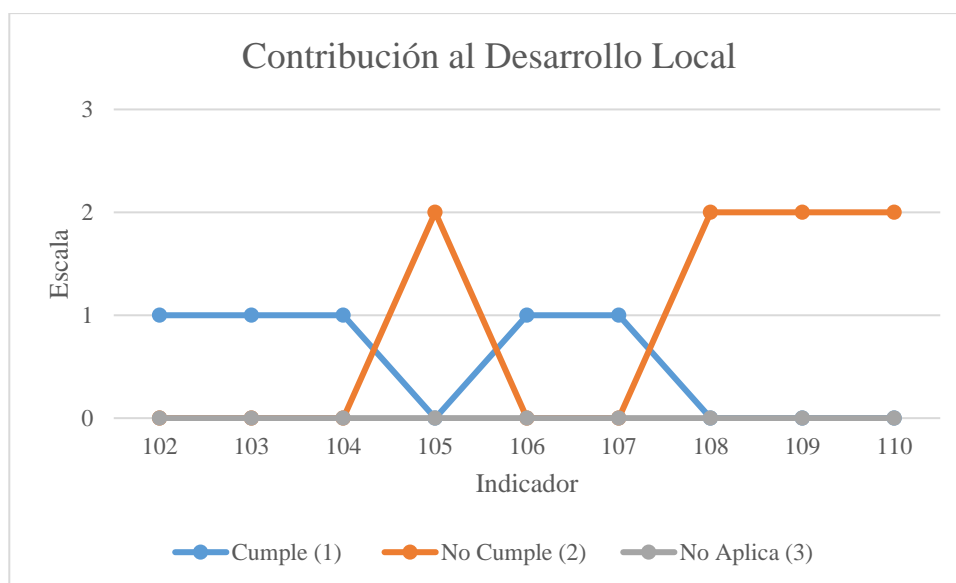


Figura 17 Principio SC.1. Contribución al Desarrollo Local

Análisis e interpretación:

En el principio Contribución al Desarrollo Local se observa un mayor cumplimiento de los indicadores, la mayoría de establecimientos de alojamiento manejan prácticas operativas que contribuyen a promover el desarrollo social, económico y cultural de la localidad, ofertando oportunidades de empleo equitativos, consumiendo y promoviendo productos locales y culturales, además de contratar a proveedores locales de insumos y servicios.

Por otra parte, la mayoría de establecimientos no se involucran o contribuyen activamente al desarrollo social y cultural de la comunidad, ya que su participación en actividades y proyectos de beneficio para la ciudad es muy limitada, unos argumentan que no realizan contribuciones porque no reciben nada de la ciudad tan solo impuestos y basura, otros no lo realizan porque no han tenido la oportunidad o la iniciativa y muy pocos si han realizado aportaciones mediante auspicios, entrega de trofeos, hospedaje o visitas al asilo de ancianos como ayuda social.

Este principio es muy trascendental ya que, si se contribuye con el desarrollo del entorno, el beneficio generado será para la sociedad y para las propias empresas, por tanto, sería muy conveniente que los establecimientos definan una política de desarrollo empresarial que contribuya con la cultura local, y que a la vez motive a los turistas a integrarse culturalmente con el lugar y los motive a promocionarlo o regresar.

Tabla 27

Principio SC.2. Legalidad y Ética de las Prácticas Laborales

Indicador	Cumple	No cumple	No aplica
111. Firma contratos individuales de trabajo legales que formalizan la relación laboral con todos sus trabajadores.	1		
112. Mantiene registros legales que demuestran el pago puntual de sueldos & salarios.	1		
113. Mantiene registros que demuestran el pago puntual que corresponda a las cuotas del Sistema Nacional de Seguridad Social.	1		
114. Cumple con la obligación del pago del salario mínimo establecido legalmente.	1		
115. Cumple con otorgar los beneficios laborales adicionales al salario que estén dispuestos en la legislación nacional.	1		
116. Ha documentado un reglamento interior de trabajo que es conocido por todos sus trabajadores.		2	

CONTINÚA ➡

117. Respeta los derechos laborales de las trabajadoras embarazadas, en periodos post parto y/o de lactancia.	1		
118. No permite el trabajo infantil en ninguna actividad relacionada con su operación (menores de 14 años).	1		
119. La contratación de personal extranjero cumple con los requisitos dispuestos en la legislación nacional.		3	
120. Toma medidas concretas para garantizar la equidad étnica y de género entre sus trabajadores.	1		
121. Las áreas destinadas para uso del personal se encuentran en buen estado y brindan las condiciones necesarias de salubridad y seguridad.	1		
122. El personal utiliza los equipos necesarios para proteger su integridad física en el desempeño de sus funciones.	1		
TOTAL	10	1	1

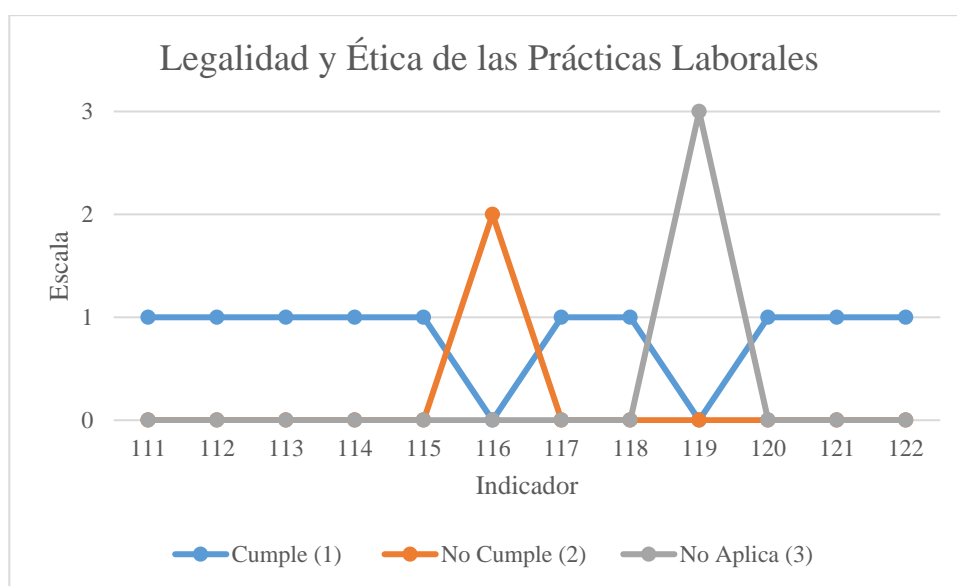


Figura 18 Principio SC.2. Legalidad y Ética de las Prácticas Laborales

Análisis e interpretación:

El principio legalidad y ética de las prácticas laborales cumple con la mayoría de sus indicadores, a pesar de que la mayoría de establecimientos no tienen documentado un reglamento interior de trabajo, las empresas implementan prácticas laborales que cumplen con la legislación vigente nacional, además aseguran que las condiciones laborales sean equitativas para todos los colaboradores, sin discriminación alguna y tratan de mejorar la calidad del empleo protegiendo el bienestar físico y emocional de los trabajadores; así mejoran el bienestar del personal a través de acciones profesionales que cumplen con principios legales y éticos.

Tabla 28

Principio SC.3. Respeto a las Culturas y Poblaciones Locales

Indicador	Cumple	No cumple	No aplica
123. Informa a sus huéspedes sobre cómo comportarse apropiadamente cuando visiten sitios de importancia cultural o interactúen en espacios públicos y privados de la vida local.		2	
124. Desarrolla en conjunto con las comunidades indígenas y/o locales, los códigos de conducta y respeto que rigen las actividades que realiza en estas comunidades.		2	
125. Implementa medidas específicas para evitar comportamientos de perjuicio social dentro de su operación.		2	
126. Implementa medidas específicas para evitar la explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes.		2	
127. Respeto el derecho de su personal a hablar el idioma y/o vestir los trajes propios de su grupo étnico y/o región.	1		
128. No impide el derecho de acceso de los residentes locales a sitios que les son de importancia histórica, cultural o espiritual.	1		
129. Las actividades de la operación no ponen en riesgo la provisión de servicios básicos a las comunidades locales.	1		
130. Evalúa el grado de satisfacción y los reclamos de la comunidad local, sobre las actividades promovidas a su favor.		2	
TOTAL	3	5	0

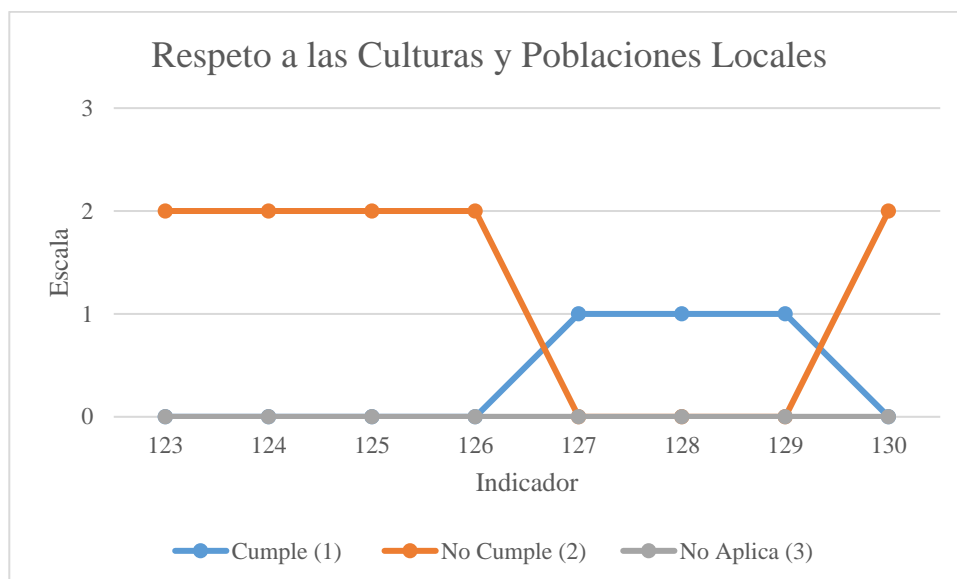


Figura 19 Principio SC.3. Respeto a las Culturas y Poblaciones Locales

Análisis e interpretación:

El principio Respeto a las Culturas y Poblaciones Locales tiene un mayor nivel de incumplimiento de sus indicadores, lo que revela que las empresas turísticas al no difundir ciertas normas de comportamiento no valorizan totalmente las costumbres, manifestaciones culturales y sociales de la localidad. Las empresas deben involucrarse con la comunidad de modo que se debe informar a los turistas que provienen de todas partes del mundo sobre costumbres locales, vestimenta, comportamientos sociales, propinas, si se puede regatear precios en mercados o tiendas, reacción de residentes al ser fotografiados y cualquier otro aspecto relacionado con la zona, si existe respeto y tolerancia a las diferencias de cada localidad que pueden estar enmarcadas en un código de conducta se podrá conseguir el desarrollo social y sostenible aspirado.

Tabla 29

Principio SC.4. Rescate y Protección del Patrimonio Histórico – Cultural

Indicador	Cumple	No cumple	No aplica
131. Pone a disposición de sus huéspedes información sobre la historia, cultura y tradiciones de la localidad.	1		
132. Cuenta con el consentimiento expreso de las comunidades indígenas y/o locales para incluirlas en actividades turísticas.		2	
133. Promueve que sus huéspedes visiten comunidades o atractivos históricos locales y/o participen en actividades culturales de la región.	1		
134. Apoya formalmente actividades de investigación, manejo y/o protección de algún sitio de patrimonio cultural de importancia arqueológica, histórica y/o sagrada.		2	
135. No participa en actividades que impliquen o promuevan la venta, tráfico ilícito y/o explotación de bienes culturales protegidos; y en el caso de exhibición, cuenta con los permisos respectivos.	1		
136. Incorpora elementos del arte, la arquitectura y el patrimonio cultural local en sus operaciones, diseños y decoración, respetando los derechos de propiedad intelectual de las comunidades indígenas y/o locales.	1		
137. Ha tomado medidas concretas para asegurar que sus construcciones no produzcan alteraciones en los sitios de patrimonio histórico, arqueológico y/o sagrado.	1		
TOTAL	5	2	0

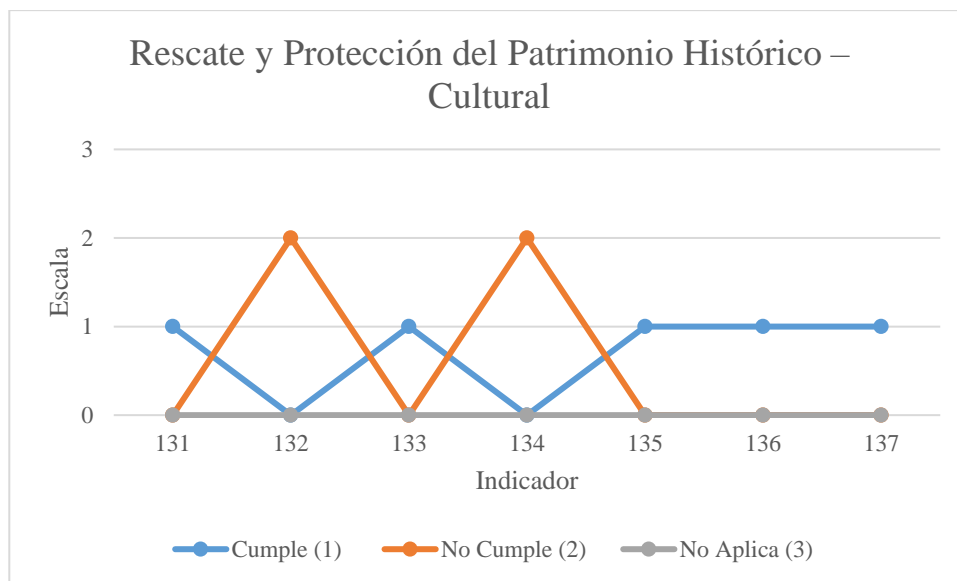


Figura 20 Principio SC.4. Rescate y Protección del Patrimonio Histórico – Cultural

Análisis e interpretación:

El principio Rescate y Protección del Patrimonio Histórico – Cultural tiene una tendencia de cumplimiento de la mayoría de sus indicadores, demostrando así que los actores locales valorizan el patrimonio histórico-cultural. La mayoría de establecimientos proveen información sobre la historia, cultura y tradiciones de la localidad mediante libros de historia y guías del Ecuador, calendarios, postales y posters de la ciudad con imágenes de las iglesias, sus fiestas, artesanías y gastronomía, asimismo algunas empresas brindan amplia información turística en su página web sobre la ciudad, su arte, cultura, fiestas populares, compras artesanales, naturaleza y aventura, promoviendo así la visita hacia atractivos culturales y naturales como: iglesias, parques, casa de la cultura, edificio municipal, casa de los Marqueses, fiesta de la mama negra, haciendas, ferias, pinturas, volcanes, lagunas, entre otros.

Algunos establecimientos impulsan la visita hacia estos lugares mediante paquetes turísticos que ellos mismo ofertan o mediante convenios con tour operadoras. Un establecimiento organiza una tarde de café con sus huéspedes en la sala de estar en donde se presenta un video presentando a la provincia de Cotopaxi con sus atractivos para que los puedan conocer y se brinda café con allullas, bocados típicos del cantón; además, están realizando un nuevo proyecto en el cual el establecimiento está creando alianzas con las parroquias del cantón para que sean visitadas por sus huéspedes, estas

son algunas de las acciones que se ejecutan para preservar el patrimonio histórico-cultural.

No obstante, algunos administradores manifiestan que tienen poca información respecto al tema debido a que el Ministerio de Turismo no les otorga el material adecuado para difundirlo.

En cuanto a la protección de un sitio de patrimonio cultural de importancia histórica, un establecimiento ha apoyado a los proyectos de conservación de la hacienda obraje Tilipulo, dos establecimientos han realizado restauraciones de sus instalaciones de modo que mantengan la arquitectura colonial, y los demás establecimientos debido a su ubicación central y para rescatar la cultura local si desean realizar alguna construcción, demolición, restauración o restitución deben regirse a la Ordenanza Municipal para Protección del Centro Histórico de la Ciudad de Latacunga, caso contrario serán sancionados. Un patrimonio bien conservado es una motivación turística muy importante, por tanto, las empresas turísticas, la comunidad y autoridades deben conservar los recursos del patrimonio cultural y mediante estrategias de gestión turística estimular ingresos económicos con su uso turístico, pero con el debido cuidado y conservación.

Ámbito ambiental

Tabla 30

Principio A.1. Cambio Climático

Indicador	Cumple	No cumple	No aplica
138. Informa a sus clientes, colaboradores y comunidad sobre el fenómeno del cambio climático.		2	
139. Participa en iniciativas que promueven la adaptación de su destino y operaciones a los efectos del cambio climático.		2	
140. Mantiene registros que demuestran la medición de las emisiones de GEI causadas por sus operaciones.		2	
141. Toma acciones concretas para reducir y/o compensar las emisiones de GEI causadas por sus operaciones.		2	
TOTAL	0	4	0

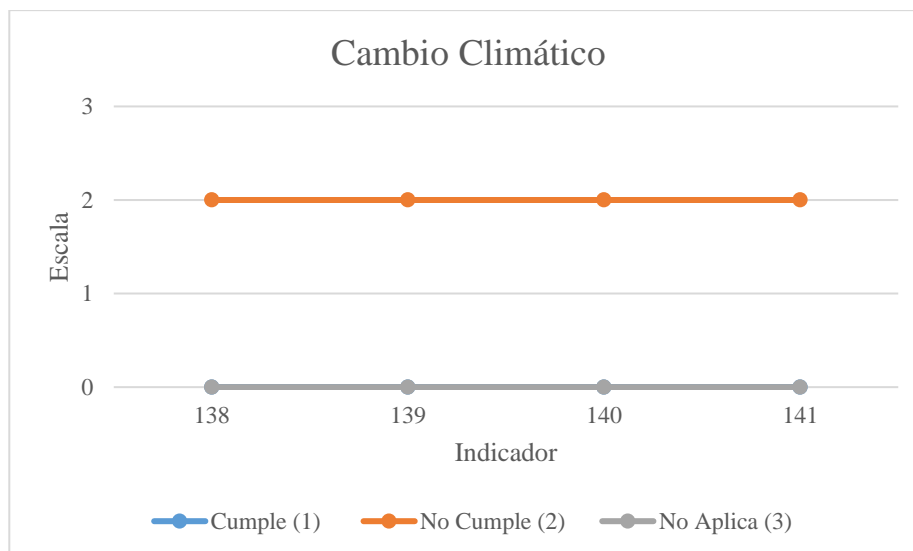


Figura 21 Principio A.1. Cambio Climático

Análisis e interpretación:

El principio cambio climático tiene un total incumplimiento de sus indicadores, ningún establecimiento informa a las audiencias respecto al fenómeno del cambio climático, por tanto, no se explican sus impactos ni se dan recomendaciones para mitigarlos como el uso de medios de transporte alternativos, uso racional de la energía, del agua, etc.

El calentamiento global es un problema que afecta a los ecosistemas y en gran medida a la industria turística, éste consiste en un cambio en la temperatura global promedio del planeta, el proceso de cambio climático es una fase normal, el problema radica en que las personas con sus actividades y formas ineficientes de consumo y contaminación aceleran este proceso natural, incrementando el efecto invernadero con la emisión de mayores cantidades de gases efecto invernadero (GEI).

El efecto invernadero es un fenómeno natural gracias al cual se mantiene una temperatura media constante en la superficie de la tierra debido a que ciertos GEI (dióxido de carbono, metano, vapor de agua, óxido de nitrógeno, clorofluorocarbonos) retienen el calor del sol y evitan su disipación hacia el espacio exterior. Este efecto es necesario para mantener la vida en el planeta, pero cuando se altera la composición de la atmósfera es decir cuando se aumentan los GEI el calor ya no se libera sino se retiene, por lo que se debe controlar la emisión de estos gases para mantener una estabilidad del clima y evitar el calentamiento global.

En los establecimientos prevalece un desconocimiento general acerca de la temática del cambio climático, y sobre todo del efecto invernadero y los GEI, por esta razón no existen registros que demuestren el cálculo de las emisiones de GEI que provoca la empresa, y por ende no se emprenden acciones para reducir o eliminar sus fuentes emisoras.

Tabla 31

Principio A.2. Uso Racional del Agua

Indicador	Cumple	No cumple	No aplica
142. Ha documentado un plan de acción para el ahorro y el uso racional del agua.		2	
143. Ha establecido metas para disminuir o mantener dentro de parámetros racionales su consumo de agua.		2	
144. Ha designado un responsable para implementar las acciones del plan para el ahorro y uso racional del agua y monitorear sus resultados.		2	
145. Cuenta con medidores para determinar su consumo de agua.	1		
146. Realiza monitoreo y mantiene registros de su consumo de agua.	1		
147. Analiza los resultados del monitoreo de su consumo de agua para mejorar continuamente su desempeño.		2	
148. Utiliza dispositivos para reducir el consumo de agua en todas las áreas posibles.		2	
149. Cuenta con rotulación e información para incentivar la participación de clientes y colaboradores en sus esfuerzos de ahorro en el consumo del agua.		2	
150. Toma medidas concretas para garantizar el uso racional de fuentes propias de abastecimiento de agua.			3
151. Evita que se realicen actividades potencialmente contaminantes cerca de las fuentes propias de abastecimiento de agua.			3
TOTAL	2	6	2

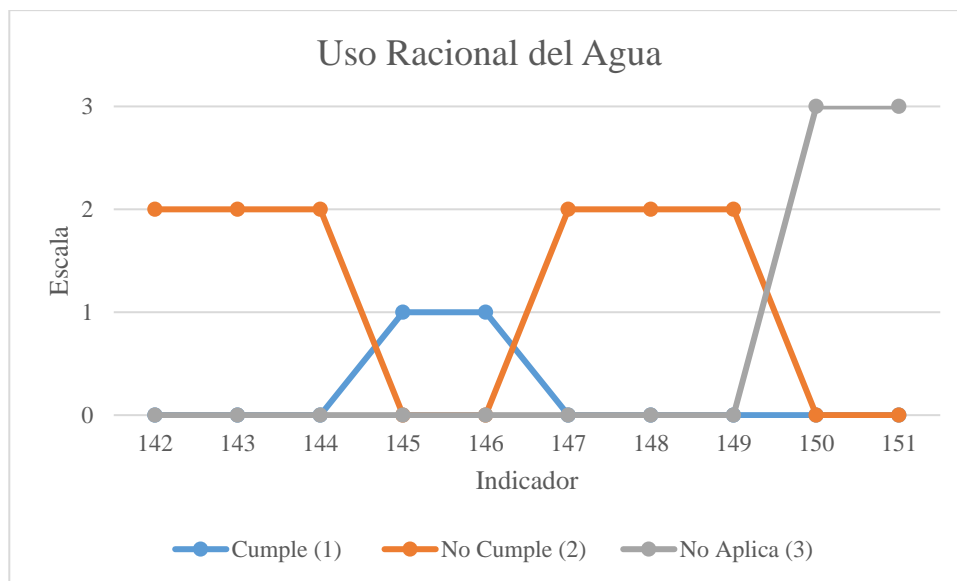


Figura 22 Principio A.2. Uso Racional del Agua

Análisis e interpretación:

La mayoría de establecimientos no cumplen con los indicadores propuestos en el principio Uso Racional del Agua, este es un aspecto negativo para la administración de alojamientos ya que el consumo de agua no se gestiona de manera eficiente para evitar la degradación de este recurso natural, los establecimientos no cuentan con un plan de acción para reducir su consumo o mantenerlo dentro de ciertos parámetros, el único registro que mantienen del consumo de agua es mediante las planillas que obtienen cuando realizan los pagos mensuales, por tanto no aplican acciones concretas para monitorear su consumo, y por ende no se la optimiza, ni se promueve su uso racional.

En cuanto al uso de dispositivos ahorradores de agua, muy pocos establecimientos usan pulsadores de agua como acciones directas para reducir el consumo de agua y una empresa tiene en las habitaciones duchas mono comandos con bombas que regulan la caída del agua, además de una máquina híbrida que mantiene la temperatura del agua para no desperdiciar esperando que se caliente, otros solo controlan el goteo o filtraciones como acciones de ahorro; y ninguno cuenta con rotulación e información para ahorrar agua. Es muy importante implementar unas buenas prácticas de manejo de este recurso ya que en el área turística y de servicio especialmente en la de alojamiento se la requiere para funcionar adecuadamente, los turistas la gastan mucho y si se toman medidas prácticas para la reducción de su consumo se disminuirán costos,

se ganará prestigio, utilidades y sobre todo se promoverá una relación sostenible entre agua, ambiente y turismo.

Tabla 32

Principio A.3. Uso Racional de la Energía

Indicador	Cumple	No cumple	No aplica
152. Ha documentado un plan de acción para el ahorro y uso racional de la energía.		2	
153. Ha establecido metas para disminuir o mantener dentro de parámetros racionales su consumo de energía.		2	
154. Ha designado un responsable para implementar las acciones del plan para el ahorro y uso racional de la energía y monitorear sus resultados.		2	
155. Cuenta con medidores divididos por áreas operativas para determinar su consumo de energía.	1		
156. Realiza monitoreo y mantiene registros de su consumo de energía.	1		
157. Analiza los resultados del monitoreo de su consumo de energía para mejorar continuamente su desempeño.		2	
158. La política de compras incluye criterios para favorecer la selección de dispositivos y equipos energéticamente eficientes.		2	
159. Aplica medidas concretas para minimizar las pérdidas de calor y frío.		2	
160. Utiliza dispositivos y equipos energéticamente eficientes para reducir el consumo de energía en todas las áreas posibles.	1		
161. Toma acciones concretas para el apagado de equipos y/o dispositivos que consumen energía cuando estos no están siendo utilizados.		2	
162. Cuenta con rotulación e información para incentivar la participación de clientes y colaboradores en sus esfuerzos de ahorro en el consumo de energía.		2	
163. Aprovecha en sus instalaciones la iluminación, calor y/o ventilación natural para reducir su consumo de energía.	1		
164. Toma acciones concretas para aprovechar las fuerzas naturales con la finalidad de reducir su consumo de energía.	1		
165. Utiliza fuentes o tecnologías alternativas renovables para la generación de energía en sus instalaciones.		2	
TOTAL	5	9	0

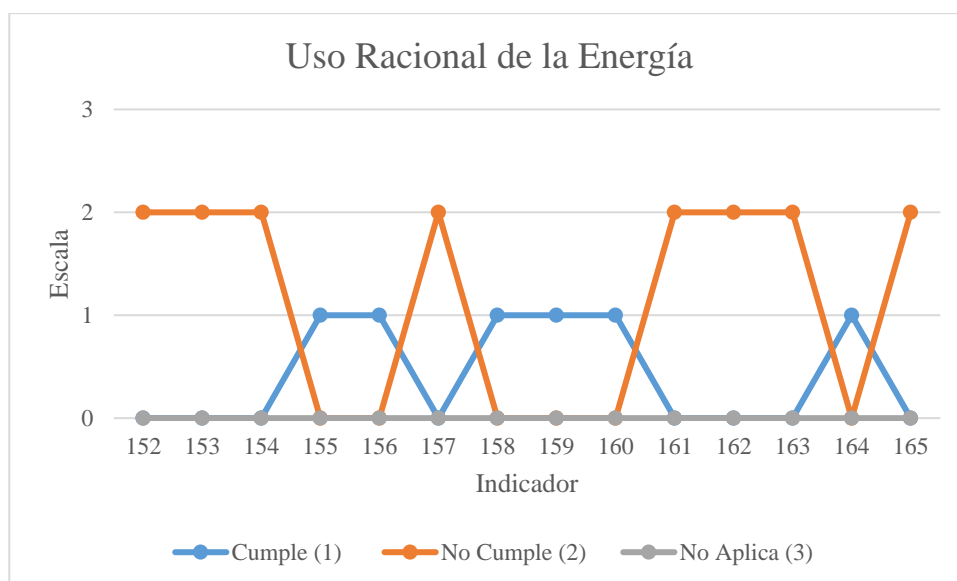


Figura 23 Principio A.3. Uso Racional de la Energía

Análisis e interpretación:

La mayoría de establecimientos no cumplen con los parámetros establecidos para el principio Uso Racional de la Energía, las empresas no cuentan con un plan para el uso racional de la energía ni se monitorea su consumo, al igual que en el agua sólo observan el consumo de energía mediante las planillas que obtienen con el pago mensual de la luz, notan la variación de los pagos dependiendo del uso pero no implementan acciones concretas que permitan reducir su consumo o mantenerlo dentro de rangos definidos.

Algunos establecimientos utilizan focos ahorradores, y solamente uno tiene instalado sensores de luz que encienden y apagan automáticamente las luces en las áreas públicas del hotel, la mayoría mantienen conectados sus equipos eléctricos y encendidas las luces en las instalaciones ya sea en el día o en la noche, no poseen rotulación para incentivar el ahorro energético ni tampoco emplean fuentes alternativas renovables de energía, argumentando que los costos son excesivo; debido a la falta de consciencia ambiental es importante incentivarla de modo que puedan comprender que si se ahorra energía se disminuyen los costos de operación ya que esta representa el mayor gasto, se reduce la emisión de gases contaminantes que ocasionan el calentamiento global y se asegura la sostenibilidad y prestigio de la empresa.

Tabla 33
Principio A.4. Protección de la Biodiversidad

Indicador	Cumple	No cumple	No aplica
166. Las construcciones realizadas en los últimos 5 años no implican acciones que produzcan conversión negativa de los ecosistemas.	1		
167. Recupera o compensa la conversión negativa de ecosistemas producida por su construcción y/u operación (con anterioridad a los 5 años referidos en el indicador 166)		2	
168. Maneja adecuadamente la disposición de las aguas pluviales.	1		
169. La leña utilizada proviene de fuentes manejadas sosteniblemente.			3
170. No permite la venta, tráfico o exhibición de especies silvestres, a menos que sean parte de un programa de crianza y/o reproducción legalmente establecido.	1		
171. No utiliza, ni comercia con especies amenazadas o en peligro de extinción.	1		
172. No se alimenta a las especies silvestres, salvo por medio de la siembra de plantas que les proveen alimentos naturalmente.	1		
173. Informa a sus huéspedes sobre los impactos adversos provocados por alimentar animales silvestres.		2	
174. La iluminación de sus instalaciones y/o actividades no afecta el hábitat ni el comportamiento de las especies silvestres.			3
175. No genera ni permite ruidos excesivos que alteren el comportamiento de las especies silvestres.			3
176. No utiliza especies exóticas (plantas o animales) que puedan alterar los ecosistemas naturales.		2	
177. Da preferencia a la utilización de plantas nativas para sus áreas verdes.		2	
TOTAL	5	4	3

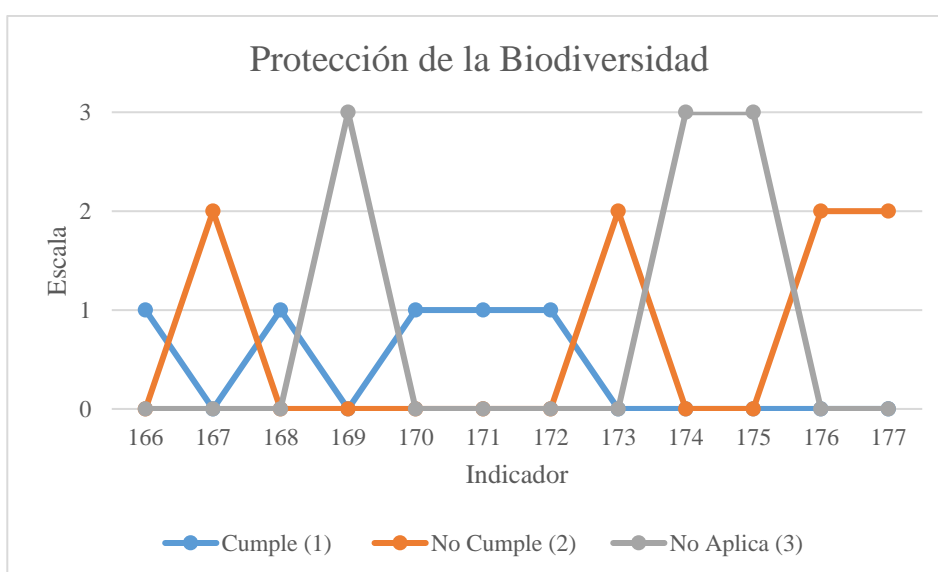


Figura 24 Principio A.4. Protección de la Biodiversidad

Análisis e interpretación:

Los establecimientos de alojamiento cumplen con la mayoría de los indicadores del principio Protección de la Biodiversidad, para los casos que aplican, la biodiversidad se refiere a todas las formas de vida de un lugar que componen el ambiente natural, si se la altera ya sea por contaminación del aire, agua, ruido; el ecosistema y la actividad turística se verá afectada.

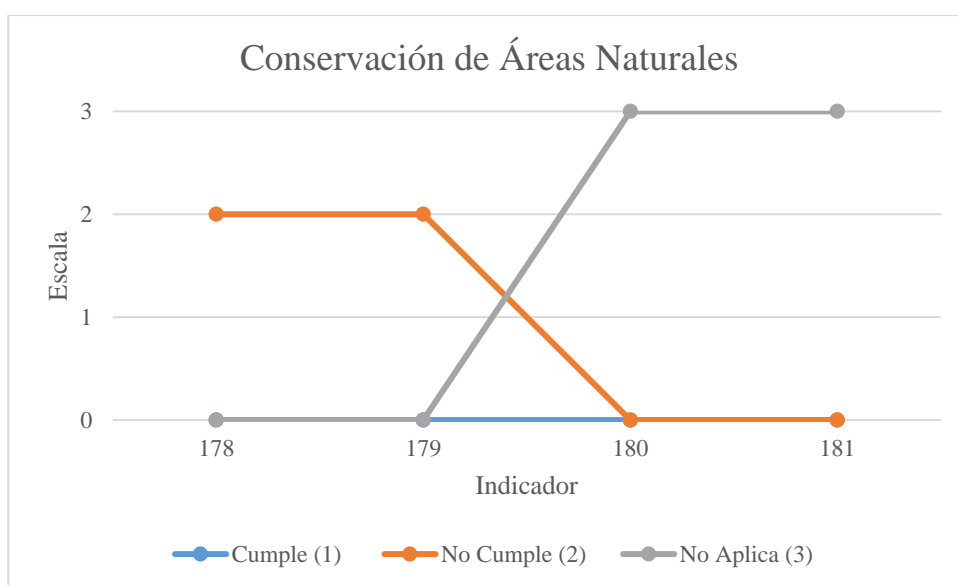
Las empresas turísticas han realizado construcciones asumiendo que no han ocasionado daños al ecosistema, sin embargo, esta afirmación no es totalmente acertada ya que al no contar con instrumentos de gestión ambiental no pueden medir ni reducir los impactos provocados por la construcción. En cuanto a la disposición de aguas pluviales todos los establecimientos poseen canaletas de agua que transporta el agua hasta su depósito final en el alcantarillado.

Los establecimientos se encuentran ubicados en el centro histórico de la ciudad, por tanto no operan de manera cercana a un ecosistema delicado, no obstante es importante minimizar el impacto sobre la biodiversidad en las áreas verdes de los hospedajes ya que todos tienen una pequeña área verde o macetas con plantas dentro y fuera de las instalaciones, basados en los resultados de la encuesta ningún hotel u hostel garantiza la protección de especies nativas de flora, debido a que no tienen conocimiento sobre cuáles son plantas nativas (ejemplos: 7 cueros, anturios, palmeras, cauchos, helechos, lengua de suegra, chifleras) y tan solo tienen plantas decorativas que dan una imagen agradable al hospedaje; cuando se debería disponer de plantas propias de la región que además del ornamento, están adaptadas al clima, suelo, atraen organismos nativos como aves, mariposas y se crea un ambiente agradable sin incurrir en grandes costos.

En este principio existen indicadores que no se aplican a las entidades en estudio, por ejemplo, las empresas no utilizan leña y no afectan el hábitat o comportamiento de especies silvestres con su iluminación o ruido, debido a que este tipo de especies no se encuentran cerca de los establecimientos ya que están ubicados en el centro de la ciudad, en estos casos la valoración corresponde a la no aplicación del indicador.

Tabla 34**Principio A.5. Conservación de Áreas Naturales**

Indicador	Cumple	No cumple	No aplica
178. Apoya formalmente o mantiene directamente la conservación de algún área natural, ya sea estatal o privada.		2	
179. Informa a sus huéspedes sobre cómo comportarse responsablemente cuando visitan áreas naturales y de conservación.		2	
180. Cumple con todas las regulaciones de las áreas naturales protegidas donde realiza actividades turísticas.			3
181. Cuenta con todos los permisos y/o licencias requeridos para operar en áreas naturales protegidas.			3
TOTAL	0	2	2

**Figura 25 Principio A.5. Conservación de Áreas Naturales****Análisis e interpretación:**

En cuanto al principio Conservación de áreas naturales, ningún establecimiento apoya la conservación de un área natural protegida, ni ofrece información sobre normas de conducta o comportamiento recomendado para que sus huéspedes visiten estas áreas. Es importante implementar buenas prácticas de manejo en áreas protegidas debido a que el turismo puede causar daños graves en estas zonas y si el espacio está degradado ya no será visitado. Los establecimientos deben trabajar en la protección de estos espacios, debido a que a su alrededor existen varias áreas de conservación muy significativas para el turismo de la ciudad, como el Parque Nacional Cotopaxi, la Reserva Ecológica Los Illinizas, el Área Nacional de Recreación el Boliche, entre

otros; atractivos de gran influencia turística que en muchos casos son el motivo principal de visita a la ciudad, y si las empresas se relacionan con estas áreas influirán en la sostenibilidad del atractivo y en la calidad de la experiencia turística lo que sin duda generará beneficios a toda la comunidad.

Tabla 35

Principio A.6. Prevención de la Contaminación

Indicador	Cumple	No cumple	No aplica
182. Da preferencia a la utilización de productos de higiene y limpieza biodegradables o de bajo impacto ambiental.		2	
183. Evita el uso de sustancias peligrosas que son tóxicas para la salud de las personas y el ambiente.	1		
184. Da preferencia a la utilización de productos naturales u orgánicos para el mantenimiento de sus áreas verdes minimizando el uso de agroquímicos.		2	
185. Toma acciones concretas para el manejo adecuado de los residuos tóxicos y/o peligrosos.	1		
186. Cuenta con un sistema para el tratamiento de sus aguas residuales que funciona de manera eficiente.	1		
187. Mantiene registros que demuestran el mantenimiento oportuno del sistema de tratamiento de sus aguas residuales.		2	
TOTAL	3	3	0

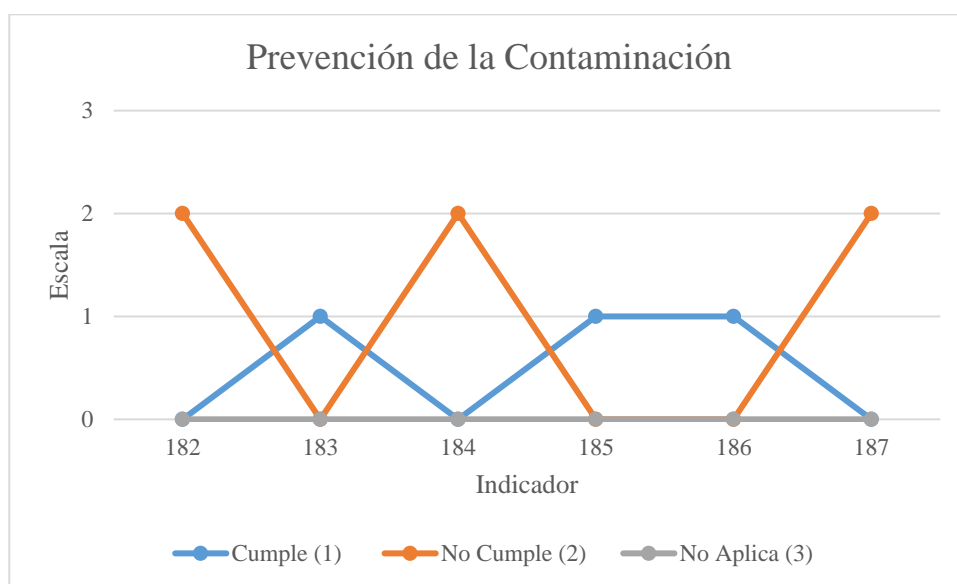


Figura 26 Principio A.6. Prevención de la Contaminación

Análisis e interpretación:

El principio Prevención de la contaminación tiene un mismo nivel de cumplimiento y de no cumplimiento de sus indicadores, los establecimientos tratan de minimizar la contaminación para contribuir hacia un turismo más limpio, sano y agradable, pero no en su totalidad ya que deben tomar más acciones concretas que permita que las empresas no afecten el agua, suelo o aire con sustancias contaminantes que se producen por sus operaciones. Pocos establecimientos dan preferencia al uso de productos de limpieza biodegradables, otros optan por los más económicos y solamente uno realiza pruebas con nuevos artículos como vinagre, agua y bicarbonato para reemplazar los productos de limpieza convencionales por otros menos contaminantes.

En cuanto al sistema de tratamiento de aguas residuales, al encontrarse en el centro de la ciudad la planta de alojamiento, las aguas residuales son depositadas en el sistema de tratamiento local aprobado por el municipio.

Tabla 36

Principio A.7. Manejo Responsable de los Desechos Sólidos

Indicador	Cumple	No cumple	No aplica
188. Ha documentado un plan para el manejo de los desechos sólidos.		2	
189. El personal es capacitado acerca de la aplicación e importancia del plan de manejo de los desechos sólidos.		2	
190. La política de compras incluye criterios de selección para el rechazo y reducción de insumos que producen desechos sólidos.		2	
191. En todos los casos posibles, compra sus insumos en empaques de grandes cantidades reduciendo el uso de presentaciones individuales.	1		
192. Emplea envases y dispositivos reutilizables, rellenables o reciclables para los insumos en presentaciones individuales.	1		
193. Utiliza papel reciclado o con certificación FSC u otra análoga de carácter independiente que asegure la producción responsable de la materia prima.	1		
194. Evita el uso de materiales desechables.	1		
195. Mantiene registros de las cantidades (por tipo) de los desechos generados por su operación.		2	
196. Las áreas donde se generan desechos sólidos cuentan con recipientes para su correcta separación.		2	
197. Todo desecho generado en la operación es separado para su adecuado manejo o disposición final.		2	

CONTINÚA ➡

198. Cuenta con un área limpia y ordenada donde se almacenan los desechos para antes de su disposición final.	1		
199. Contrata servicios de recolección de desechos que son seguros y legales.	1		
200. Los desechos de construcción se reutilizan hasta donde sea posible.	1		
201. Los desechos de construcción y no tradicionales se disponen en una forma ambientalmente adecuada.	1		
202. Cuenta con rotulación e información para incentivar la participación de clientes y colaboradores en sus esfuerzos para el manejo integral de desechos sólidos.		2	
203. Procura el reciclado o la reutilización de todos los desechos inorgánicos que han sido separados.		2	
204. Los desechos orgánicos reciben un tratamiento adecuado.		2	
TOTAL	8	9	0

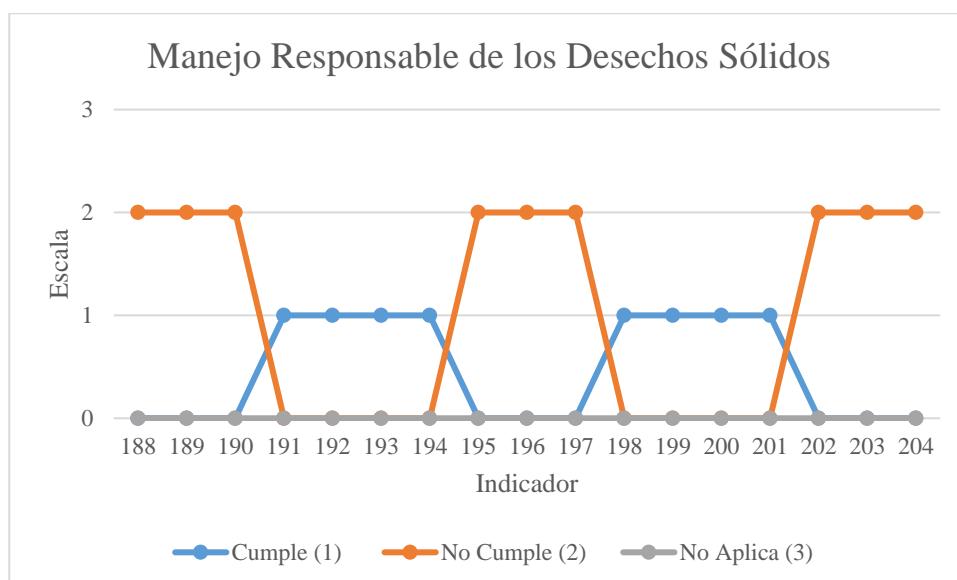


Figura 27 Principio A.7. Manejo Responsable de los Desechos Sólidos

Análisis e interpretación:

En el principio Manejo Responsable de los Desechos Sólidos la mayoría de establecimientos de alojamiento no cumplen con los indicadores propuestos. Las empresas no planifican la reducción y el manejo responsable de sus desechos sólidos, sin embargo, hay pocas prácticas que realizan para tratar de reducirlos, por ejemplo, la mayoría afirma que compra insumos en paquetes grandes para evitar el uso de presentaciones individuales, usan papel reciclado para la oficina y recepción y un establecimiento recicla botellas.

No obstante los desechos no se disponen adecuadamente según su tipo ya que muy pocos tienen recipientes separados para los diferentes tipos de desechos que se generan, y los que lo separan en orgánico e inorgánico, a los desechos orgánicos los envían con una tercera persona para que esta la use como humus, además no cuentan con rotulación que incentive el adecuado manejo de desechos, algunos administradores asumen que eso ya saben los clientes por lo que no es necesario especificarlo; y otros mencionan que se rigen a disposiciones del EPAGAL en cuanto al uso de fundas rojas o negras para desechos sólidos u otros.

Tabla 37

Cumplimiento del Ámbito Empresarial

Principio	Cumple	No Cumple	No Aplica	Total
Principio E.1. Planificación de la Gestión Sostenible	0	6	0	6
Principio E.2. Gestión de la Calidad	11	12	0	23
Principio E.3. Gestión de Recursos Humanos	3	6	0	9
Principio E.4. Gestión de Seguridad	17	4	4	25
Principio E.5. Gestión de Comunicación y Mercadeo	4	5	0	9
Principio E.6. Salubridad en los Servicios de Alimentos y Bebidas	11	6	0	17
Principio E.7. Gestión Sostenible de los Proveedores	3	4	0	7
Principio E.8. Educación para la Sostenibilidad	0	5	0	5
TOTAL	49	48	4	101

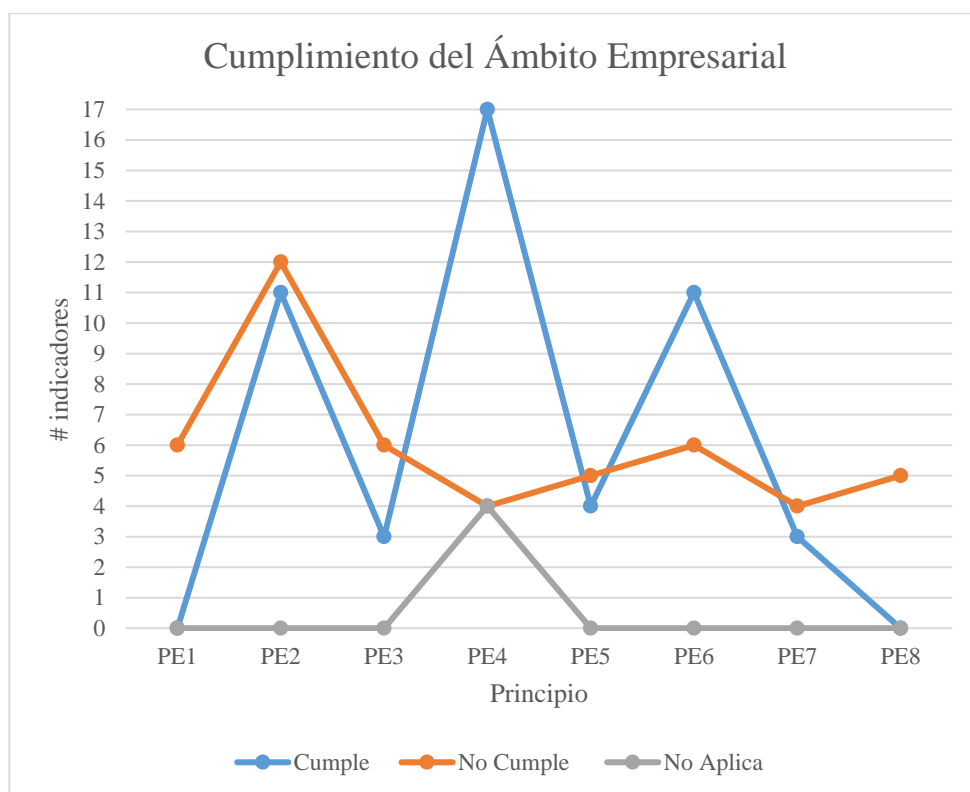


Figura 28 Cumplimiento del Ámbito Empresarial

Análisis e interpretación:

De los 101 indicadores que conforman el ámbito empresarial, 49 cumplen los establecimientos de alojamiento encuestados, 48 no se cumplen por los mismos y 4 parámetros no aplican a estas empresas turísticas, se puede distinguir que la mitad de los indicadores en este ámbito se cumplen y la otra mitad no se cumplen; por tanto, se deduce que los establecimientos manejan varias prácticas apropiadas en su administración que les permiten cumplir con ciertos objetivos, sin embargo, es indispensable desarrollar un sistema de gestión empresarial adecuado que permita alcanzar objetivos de sostenibilidad y a través del uso oportuno de los recursos mejorar la productividad y competitividad de las empresas.

Sobre la base de la figura se destaca el gran nivel de cumplimiento de los principios: Gestión de Seguridad y Salubridad en los Servicios de Alimentos y Bebidas, por otra parte, se observa que existe gran incumplimiento de los principios: Planificación de la Gestión Sostenible, Gestión de Recursos Humanos y Educación para la Sostenibilidad. Así se evidencia en que aspectos se debe trabajar para mejorar el ámbito empresarial y por ende el desempeño financiero, productivo, laboral y de

servicio de los establecimientos; no obstante, no se debe descuidar el cumplimiento de los demás principios, al contrario, se debe trabajar continuamente en su mejora.

Al hablar sobre Planificación de la Gestión Sostenible en los establecimientos turísticos, estos no tienen documentados los principales elementos de un sistema de gestión y menos sostenible, las empresas deben tener establecida una filosofía empresarial (misión, visión, valores) y políticas sostenibles claras y bien definidas que permitirán ser el primer paso para marcar el rumbo de la organización, darle personalidad propia y sentar las bases de estrategias empresariales para alcanzar la sostenibilidad; en esta fase de planificación las empresas de alojamiento deben insertar el concepto y el anhelo de operar sosteniblemente en todos los ámbitos de la organización.

En cuanto a Gestión de Recursos Humanos, la mayoría de establecimientos no cuentan con los elementos básicos de administración de este recurso que van desde los descriptores de puestos de trabajo, la inducción de los trabajadores hasta la generación de competencias apropiadas. A pesar de que las empresas realizan capacitaciones, los programas de capacitación no contemplan competencias laborables sostenibles, tampoco existe un sistema de evaluación de desempeño del personal, ni métodos de incentivos. Todos estos aspectos deben ser atendidos de manera especial ya el personal es el recurso más importante de las empresas; y el desempeño y calidad del servicio turístico está directamente relacionado con la calidad de su personal, si los trabajadores son excelentes en sus labores, el servicio también lo será.

Por tanto, es necesario implementar un programa de administración y desarrollo de RRHH con acciones que aseguren una eficiente participación del personal en los procesos sostenibles de la empresa, que genere un agradable clima laboral, compromiso y seguridad de los trabajadores. Si los colaboradores son más competentes y comprometidos con los objetivos de la empresa se obtendrá un mejor desempeño empresarial sostenible, y una mayor productividad y rentabilidad.

Educación para la Sostenibilidad es otro principio que no cumplen los establecimientos, ninguno cuenta con un programa de educación para la sostenibilidad, principalmente por el poco conocimiento sobre este tema. Las empresas deben establecer un programa con actividades educativas dirigidas a clientes, colaboradores

y la comunidad en general para orientarlos a adoptar hábitos sostenibles que transformen positivamente su comportamiento de modo que sus medios de vida y de consumo estén basados en la sostenibilidad. Es importante nuevamente mencionar que no solo se trata de capacitar o enseñar sobre el tema, sino se trata de educar, de estimular un espíritu crítico, promover valores, transmitir patrones de comportamiento, provocar sensibilidad intelectual, moral y afectiva respecto a la naturaleza, culturas y normas de convivencia social; esto se verá materializado a través de los cambios emocionales, intelectuales y sociales que efectúen las personas formadas en el tema.

Tabla 38

Cumplimiento del Ámbito Socio-Cultural

Principio	Cumple	No Cumple	No Aplica	Total
Principio SC.1. Contribución al Desarrollo Local	5	4	0	9
Principio SC.2. Legalidad y Ética de las Prácticas Laborales	10	1	1	12
Principio SC.3. Respeto a las Culturas y Poblaciones Locales	3	5	0	8
Principio SC.4. Rescate y Protección del Patrimonio Histórico – Cultural	5	2	0	7
TOTAL	23	12	1	36

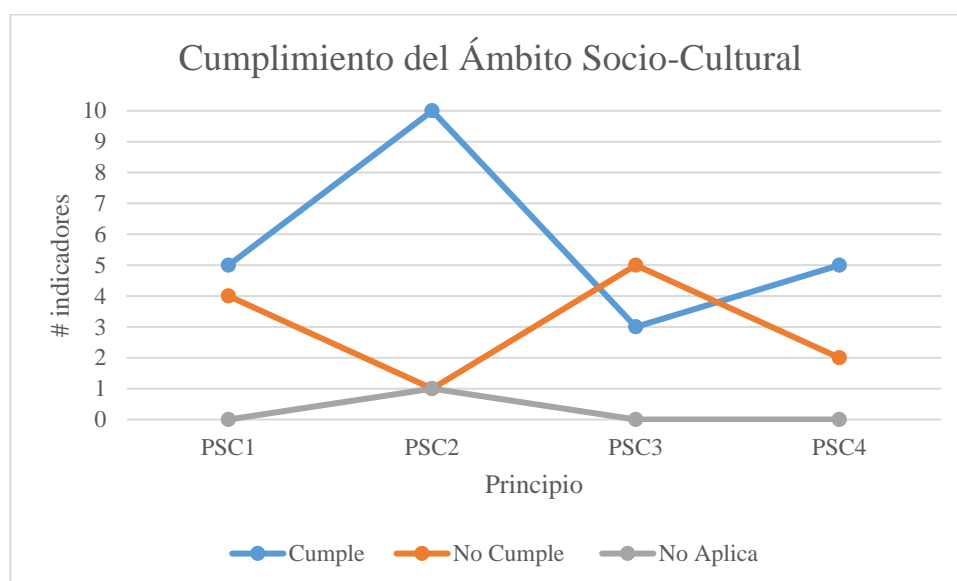


Figura 29 Cumplimiento del Ámbito Socio-Cultural

Análisis e interpretación:

De los 36 indicadores que conforman el ámbito socio-cultural, 23 cumplen las empresas turísticas encuestadas, 12 parámetros no cumplen y 1 no aplica a los establecimientos, se reconoce un mayor cumplimiento de los indicadores en este ámbito, lo que señala que el desarrollo social y cultural en la zona es bueno, se respeta y valoriza las culturas locales y se preserva los patrimonios culturales tangibles e intangibles.

Al observar la figura se distingue que el principio Legalidad y Ética de las Prácticas Laborales es el que más se cumple y el principio Respeto a las Culturas y Poblaciones Locales es el que menos se cumple en este ámbito. Se debe trabajar con énfasis en este principio sin dejar de lado los demás ya que a pesar de que se cumplan se los pueden mejorar.

Las causas por las que el principio tres se incumple, tiene que ver con que la operación turística no respalda en un 100% el respeto hacia las culturas y las poblaciones locales, esto en gran parte debido a que no se implementan ni se informan a los huéspedes normas de comportamiento de la localidad; es importante dar a conocer a los turistas sobre las costumbres locales, comportamientos sociales no aceptables, conducta en lugares religiosos, propinas, regateo de precios, reacción de residentes al ser fotografiados y cualquier otro aspecto relacionado a la zona; y esto se lo puede plasmar a través de códigos de conducta, en el cual se describa lo que se espera del turista, lo que se espera de la comunidad y lo que se espera de la empresa para que el ambiente sociocultural proporcione una valiosa experiencia.

Es indispensable mantener un ambiente socio-cultural sano y fuerte que promueva buenas prácticas que favorezcan la preservación y sostenibilidad del área y por tanto atraigan turistas interesados en temas culturales.

Tabla 39

Cumplimiento del Ámbito Ambiental

Principio	Cumple	No Cumple	No Aplica	Total
Principio A.1. Cambio Climático	0	4	0	4
Principio A.2. Uso Racional del Agua	2	6	2	10

CONTINÚA ➡

Principio A.3. Uso Racional de la Energía	5	9	0	14
Principio A.4. Protección de la Biodiversidad	5	4	3	12
Principio A.5. Conservación de Áreas Naturales	0	2	2	4
Principio A.6. Prevención de la Contaminación	3	3	0	6
Principio A.7. Manejo Responsable de los Desechos Sólidos	8	9	0	18
TOTAL	23	37	7	68

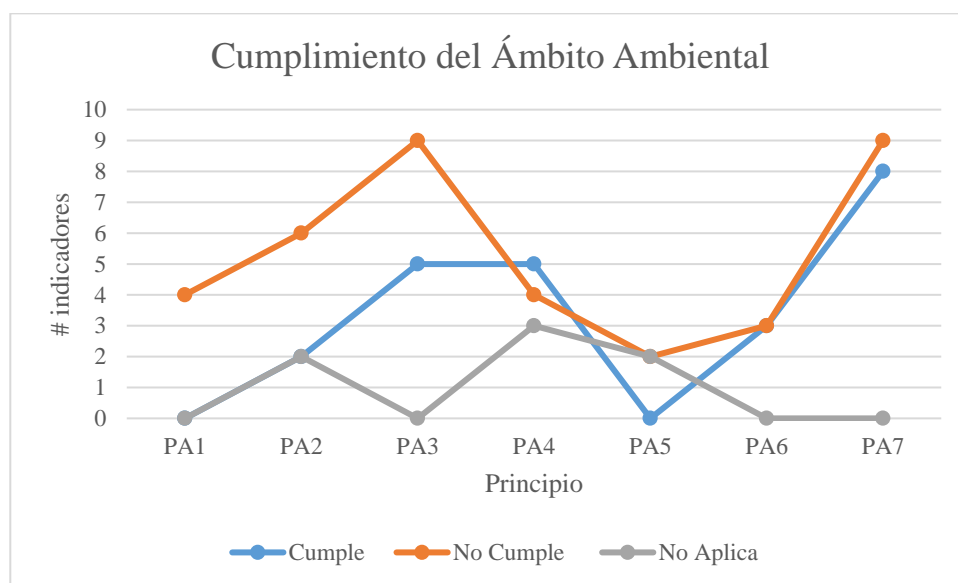


Figura 30 Cumplimiento del Ámbito Ambiental

Análisis e interpretación:

De los 68 indicadores que conforman el ámbito empresarial, 23 parámetros cumplen los establecimientos de alojamiento encuestados, 37 no cumplen y 7 no aplican a estas empresas turísticas, como se observa prevalece el incumplimiento de parámetros en este ámbito; por tanto, se discurre que existen pocas medidas de gestión ambiental en las empresas para proteger en plenitud los ecosistemas, el uso racional de los recursos naturales y la mitigación de la contaminación.

Basados en las tendencias de la figura se observa que la mayoría de principios no se cumplen en este ámbito, en especial los principios: Uso Racional del Agua, Uso Racional de la Energía y Manejo Responsable de los Desechos Sólidos. Esto advierte que el consumo de los recursos no se gestionan de manera eficiente por tanto es

indispensable implementar planes de acción con prácticas amigables para el ambiente en los temas de agua, energía, biodiversidad, desechos y contaminación, para reducir la emisión de gases contaminantes que dañan el ambiente, mitigar la contaminación, asegurar la sostenibilidad de las empresas y ahorrar dinero ya que con su aplicación se disminuirán los costos de producción y operación de los establecimientos, además se tendrá una buena imagen y reputación con los turistas al mostrarse conscientes y comprometidos con el cuidado del medio en el que vivimos.

Tabla 40

Cumplimiento del Estándar para Hoteles y Servicios de Alojamiento Rainforest Alliance Certified

Ámbito	Cumple	No Cumple	No Aplica	Total
Ámbito Empresarial	49	48	4	101
Ámbito Socio-Cultural	23	12	1	36
Ámbito Ambiental	23	37	7	67
TOTAL	95	97	12	204

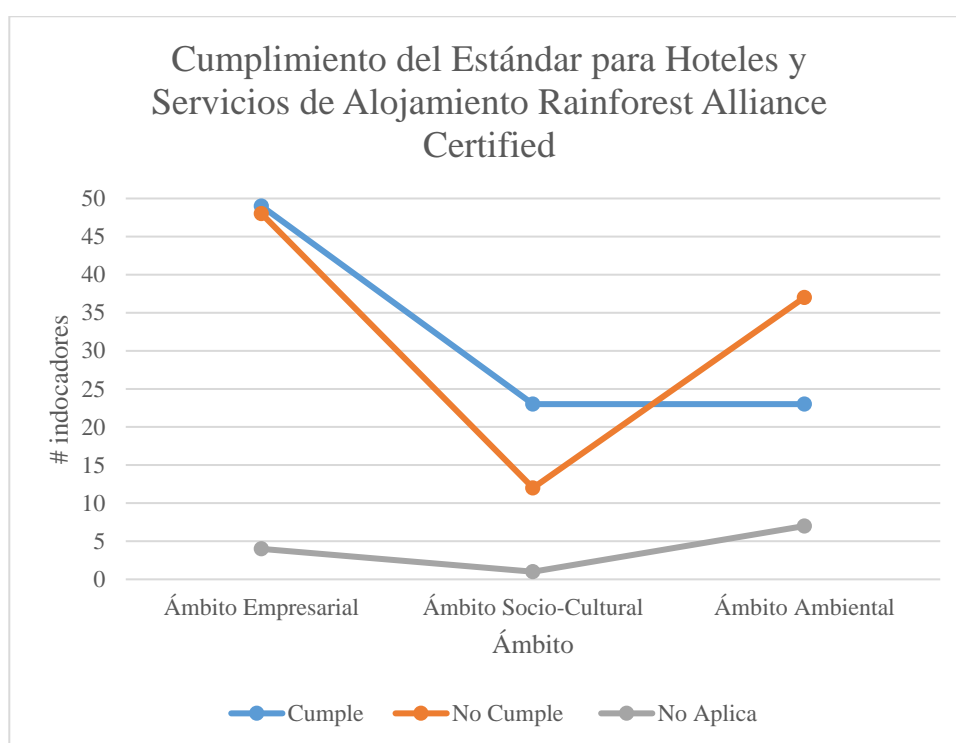


Figura 31 **Cumplimiento del Estándar para Hoteles y Servicios de Alojamiento Rainforest Alliance Certified**

Análisis e interpretación:

Del total de los 204 indicadores de la encuesta Estándar para Hoteles y Servicios de Alojamiento Rainforest Alliance Certified aplicada a los nueve establecimientos de alojamiento ubicados en el Centro Histórico de la ciudad de Latacunga, 95 indicadores cumplen las empresas turísticas, 97 no cumplen y 12 no aplican a los hoteles y hostales.

Como puede observarse en la figura y en los resultados finales, existe muy poca diferencia entre el cumplimiento y no cumplimiento de los indicadores del estándar, una vez realizada la evaluación del desempeño de las empresas respecto a sus prácticas empresariales, socio-culturales y ambientales, se puede resolver que los establecimientos de alojamiento tienen un nivel medio de cumplimiento del Estándar para Hoteles y Servicios de Alojamiento Rainforest Alliance Certified, la cantidad de indicadores que se cumplen es considerable tomando en cuenta que en la mayoría de empresas no se aplica una normativa de ecogestión o sostenibilidad, y a pesar de que los establecimientos no tengan documentado normas, políticas, planes o procedimientos, cumplen con la mitad del estándar lo que señala que la gestión de las empresas no es mala pero tampoco óptima, por lo que se debe poner énfasis en los principios que tienen un bajo nivel de cumplimiento, que en parte se genera por el poco conocimiento sobre los temas formulados.

Basados en la figura el ámbito Socio-Cultural es el que más criterios cumple a comparación de los demás, esto debido a que la investigación se llevó a cabo en los establecimientos que se encuentran ubicados en el centro histórico de la ciudad, y por tanto la mayoría de hospedajes disponen de información sobre la cultura y tradiciones de la localidad para darla a conocer, promueven la visita hacia atractivos de la zona, y sobre todo incorporan elementos del arte, arquitectura y patrimonio en sus diseños y decoración, ya que se encuentran regulados por la Ordenanza Municipal para Protección del Centro Histórico de la Ciudad de Latacunga y la violación a la misma conlleva sanciones.

Así mismo, favorecen el desarrollo social de la ciudad, ya que el personal, proveedores y productos que emplean para prestar el servicio de hospedaje son de la localidad, también cumplen con la legalidad en las prácticas laborales de sus colaboradores; sin embargo, a este ámbito se lo puede mejorar y aún más en conjunto con los demás de manera que el servicio no sea solo bueno sino excelente.

En el ámbito empresarial la mitad de los indicadores se cumplen y la otra mitad no, en este caso no se puede hablar de un resultado positivo o negativo sino neutro, es importante trabajar en la mejora continua de cada principio que conforma este ámbito, pero sobre todo en el de implementar un sistema de gestión sostenible formal en el que se considere los tres ejes de la sostenibilidad, para que las empresas se puedan posicionar en el mercado por la calidad de sus productos y servicios sostenibles.

El ámbito ambiental es el que menos parámetros cumple del estándar, los turistas producen muchos desechos y contaminación y si a esta industria no se la regula de manera adecuada, se puede generar un impacto negativo e irreversible al ambiente, la gestión ambiental no es un tema de prioridad para los establecimientos y es indispensable proteger el ecosistema y usar los recursos racionalmente; establecer prácticas de ahorro de agua, energía, reducción de la contaminación y desechos, permitirá conservar el ambiente, ganar más utilidades y sobre todo otorgará prestigio a los establecimientos al mostrarse sensibles en el tema ambiental, ya que actualmente los turistas buscan opciones más ecológicas que no afecten el medio ambiente.

En fin, si a las actividades que realizan los establecimientos de alojamiento no se las manejan de manera adecuada, se puede acabar con la riqueza patrimonial natural y cultural, por tanto, es necesario convertir las prácticas tradicionales en prácticas sostenibles basadas en el turismo sostenible. Con la combinación de los tres ejes de sostenibilidad a través de un sistema de gestión sostenible se minimizará los impactos negativos y aumentarán los beneficios de la actividad turística en el ámbito empresarial, socio-cultural y ambiental.

4.2.2. Análisis de los resultados de la variable independiente “Turismo sostenible”

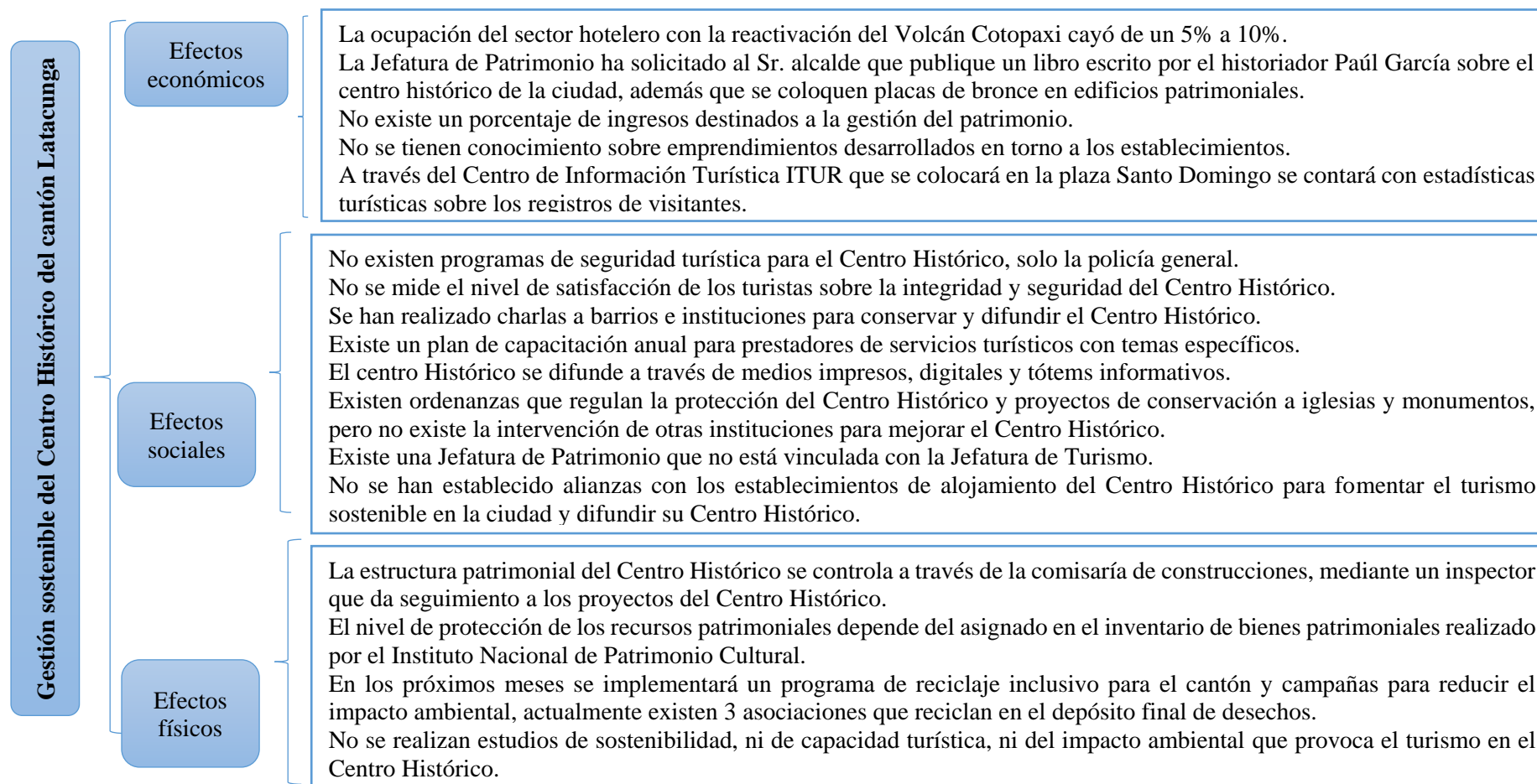


Figura 32

Entrevista realizada a la Cámara Provincial de Turismo Latacunga, Dirección de Turismo del GAD Municipal del Cantón Latacunga, Comisión de Patrimonio y Centro Histórico de la Ciudad de Latacunga, Empresa Pública de Gestión Ambiental de Latacunga (EPAGAL)

Fuente: Anexo 4

a) Análisis de datos secundarios

Número de empleados de turismo en el Centro Histórico de la ciudad de Latacunga

En la tesis de tema: Evaluación del potencial turístico del centro histórico, para establecer un circuito histórico cultural como eje de dinamización turística de la ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi; realizada por Silva Viteri, Xavier Alejandro, en el año 2014, se obtuvo la información referente al número de empleados de turismo en el Centro Histórico de la ciudad, el dato se encuentra en la tabla de convalidación de la oferta turística en la zona de primer orden, la cual establece que los establecimientos estudiados entre agencias de viaje, alojamiento y de comidas y bebidas cuentan con un talento humano de 157 trabajadores de planta.

Número de empresas registradas en la ciudad de Latacunga

Este dato se lo obtuvo de la página web del Servicio de Rentas Internas (SRI) del país; el enlace SRI en línea tiene una base de datos del Registro Único de Contribuyentes de personas naturales y sociedades con fecha de corte 10 de mayo de 2017, la misma que se encuentra detallada por provincias, se escogió la provincia de Cotopaxi para descargar el archivo y una vez con el documento abierto en Excel, en la descripción del cantón de la lista desplegable se seleccionó el cantón Latacunga para obtener el dato de la ciudad, realizado el conteo se tuvo como resultado 28411 empresas registradas en estado abierto en el cantón Latacunga.

Número de empresas turísticas registradas en la ciudad de Latacunga

En el Catastro Provincial del año 2016 otorgado por la Dirección de Turismo del cantón se pudo obtener el número de empresas turísticas registradas en la ciudad, el catastro detalla a las siguientes como empresas turísticas: agencias de viaje, alojamiento, comidas y bebidas, recreación, diversión y esparcimiento, y transporte turístico. Al filtrar los datos por cantones y al escoger el cantón Latacunga se obtuvo el dato de 308 empresas turísticas catastradas en la ciudad.

Tabla de salarios mínimos sectoriales

Las remuneraciones básicas según la actividad económica y el cargo se han obtenido del documento de salarios mínimos sectoriales 2017 proporcionado por el Ministerio de Trabajo en su página web.

Para resumir los salarios mínimos según la rama comercial, se ha tomado la tabla de ejemplos de sueldos por actividad realizado por el diario ecuatoriano el Comercio en su sitio web, se la muestra a continuación.



Figura 33 Ejemplos de sueldos por actividad

Fuente: Acuerdo Ministerial 03/ El Comercio

4.3. Comprobación de hipótesis

4.3.1. Planteamiento de hipótesis

Hipótesis: La Ecogestión en los establecimientos hoteleros del Centro Histórico del cantón Latacunga, contribuye con el desarrollo del turismo sostenible.

H₀: La Ecogestión en los establecimientos hoteleros del Centro Histórico del cantón Latacunga, no contribuye con el desarrollo del turismo sostenible.

H₁: La Ecogestión en los establecimientos hoteleros del Centro Histórico del cantón Latacunga contribuye con el desarrollo del turismo sostenible.

Para la comprobación de hipótesis se procede a separar las variables propuestas en la operacionalización de variables.

Variable Dependiente

La variable dependiente que corresponde a ecogestión fue evaluada a través de la metodología Estándar para Hoteles y Servicios de Alojamiento Rainforest Alliance Certified propuesto por la organización Rainforest Alliance, mediante este esquema se valoró el desempeño de los establecimientos de alojamiento respecto a sus prácticas empresariales, socio-culturales y ambientales.

Para la construcción de la codificación de la variable dependiente se tomaron los datos de las tablas de cumplimiento de la 36 a la 38.

Para comprobar la hipótesis se codificaron las calificaciones para igualar los parámetros, basados en la siguiente condición.

Condición: Cuando las dos categorías de cumplimiento sean calificadas, se considerará como 1, cuando el principio en las tablas de cumplimiento tenga un valor mayor a la media, caso contrario será 0. Además, se mantendrá como 1 si los valores de la escala de cumplimiento son iguales o muy cercanos entre sí.

Tabla 41**Codificación de la variable dependiente**

Ámbitos del Estándar Rainforest Alliance	SI	NO
Ámbito Empresarial		
Principio E.1. Planificación de la Gestión Sostenible	0	1
Principio E.2. Gestión de la Calidad	1	1
Principio E.3. Gestión de Recursos Humanos	0	1
Principio E.4. Gestión de Seguridad	1	0
Principio E.5. Gestión de Comunicación y Mercadeo	1	1
Principio E.6. Salubridad en los Servicios de Alimentos y Bebidas	1	0
Principio E.7. Gestión Sostenible de los Proveedores	1	1
Principio E.8. Educación para la Sostenibilidad	0	1
Total Ámbito Empresarial	5	6
Ámbito Socio-Cultural		
Principio SC.1. Contribución al Desarrollo Local	1	1
Principio SC.2. Legalidad y Ética de las Prácticas Laborales	1	0
Principio SC.3. Respeto a las Culturas y Poblaciones Locales	0	1
Principio SC.4. Rescate y Protección del Patrimonio Histórico – Cultural	1	0
Total Ámbito Socio-Cultural	3	2
Ámbito Ambiental		
Principio A.1. Cambio Climático	0	1
Principio A.2. Uso Racional del Agua	0	1
Principio A.3. Uso Racional de la Energía	0	1
Principio A.4. Protección de la Biodiversidad	1	1
Principio A.5. Conservación de Áreas Naturales	0	1
Principio A.6. Prevención de la Contaminación	1	1
Principio A.7. Manejo Responsable de los Desechos Sólidos	1	1
Total Ámbito Ambiental	3	7

Tabla 42**Codificación de la variable dependiente por ámbito**

Ámbito	SI	NO
Ámbito Empresarial	5	6
Ámbito Socio-Cultural	3	2
Ámbito Ambiental	3	7
TOTAL	11	15

Variable Independiente

La variable independiente que corresponde a Turismo Sostenible fue evaluada a través de la metodología de Gestión Sostenible de Patrimonio Cultural propuesto por la UNESCO, para medir los aspectos económicos, sociales y físicos en este caso del Centro

Histórico del Cantón Latacunga y conocer la aplicación del turismo sostenible en esta zona.

Para la codificación de la variable independiente la información se obtuvo de la interpretación de las entrevistas realizadas a diferentes entes como se muestra en la figura 33 y del análisis de datos secundarios.

De igual manera para comprobar la hipótesis se codificarán las calificaciones para igualar los parámetros, basados en la siguiente condición.

Condición: Cuando no exista información sobre el tema, cuando la información no sea relevante o no aporte con la investigación se le asignará el valor de 0, caso contrario cuando la información obtenida sea concreta, relevante, real y las respuestas en este caso aporten al desarrollo del turismo sostenible se asignará el valor de 1.

Tabla 43

Codificación de la variable independiente

Gestión Sostenible Patrimonio Cultural	SI	NO
Efectos económicos		
Registro de ingresos por turismo a la ciudad de Latacunga	0	1
Registro de ingresos de los hoteles del Centro Histórico de la ciudad de Latacunga.	0	1
Porcentaje de clientes por temporada alta	1	0
Porcentaje de clientes por temporada baja	1	0
Número de empleados en establecimientos de alojamiento del Centro Histórico de la ciudad.	1	0
¿Cuánto ha generado en los últimos 5 años la industria hotelera en la ciudad de Latacunga?	0	1
Número de empleados de turismo en el Centro Histórico de la ciudad de Latacunga	1	0
¿Cómo cambió el comportamiento del consumo en los establecimientos de alojamiento del centro histórico de la ciudad de Latacunga después de la reactivación del Volcán Cotopaxi?	0	1
Número de empresas registradas en la ciudad de Latacunga.	1	0
Número de empresas turísticas registradas en la ciudad de Latacunga.	0	1
Tabla de sueldos mínimos sectoriales 2017	1	0
Nacionalidad del propietario del establecimiento de alojamiento	1	0

CONTINÚA ➡

¿Cómo contribuyen al desarrollo comunitario o a la protección del patrimonio cultural?	0	1
¿Qué porcentaje de los ingresos se destinan al desarrollo comunitario o la gestión del patrimonio?	0	1
¿Qué oportunidades de emprendimientos se han desarrollado en torno a los establecimientos de alojamiento del centro Histórico de la ciudad?	0	1
¿En qué porcentaje los visitantes regresan al establecimiento de alojamiento al año?	0	1
Número de registro de visitantes mensuales y anuales a la ciudad de Latacunga.	0	1
¿Existe un registro para evaluar si los turistas regresan al Centro Histórico de la ciudad?	0	1
Total efectos económicos	7	11
Efectos sociales		
¿Existe alguna normativa nacional o local que motive el uso y conservación de costumbres y lenguas locales?	1	0
¿Existen programas de seguridad turística en el Centro Histórico?	0	1
¿Se mide el nivel de satisfacción de los turistas sobre la integridad patrimonial y la seguridad del Centro Histórico?	0	1
¿Qué actividades se realizan para promover la seguridad e integridad patrimonial del Centro Histórico?	0	1
¿Se dictan cursos para formación de empleados que trabajan en el Centro Histórico?	1	0
¿Se apoyan procesos de capacitación para establecimientos de alojamiento?	1	0
¿Se incluyen en los cursos de formación a los establecimientos de alojamiento del Centro Histórico?	1	0
¿Qué actividades de comunicación y promoción se realizan para difundir el Centro Histórico de la ciudad de Latacunga?	0	1
¿Existe material interpretativo del Centro Histórico de la ciudad de Latacunga como bien del patrimonio cultural del Estado? Mencione.	1	0
¿Qué actividades o estrategias se realizan para mejorar las condiciones del sector hotelero en el Centro Histórico?	0	1
¿Existe un reglamento, ordenanza o comisión especial que regule la conservación o restauración del Centro Histórico de la ciudad de Latacunga?	1	0
¿Existen proyectos de conservación y protección del Centro Histórico? ¿Cuáles son? ¿Cuál es el nivel de apoyo a estos proyectos? (Presupuesto, apoyo técnico)	1	0
¿Existe colaboración por parte de los establecimientos de alojamiento, de la Cámara Provincial de Turismo Latacunga, de la Dirección de Turismo del GAD Municipal y del Ministerio de Turismo para mejorar el Centro Histórico?	0	1
¿Existe una comisión de Turismo Patrimonial para el Centro Histórico de la ciudad?	0	1

CONTINÚA →

¿Se han establecido alianzas o convenios con los establecimientos de alojamiento del Centro Histórico, para fomentar el turismo sostenible en la ciudad, y para difundir su Centro Histórico?	0	1
Total efectos sociales	7	8
Efectos físicos		
¿Cuál es el índice de robos en el Centro Histórico?	0	1
¿Cómo controlan que no se destruya la estructura patrimonial del Centro Histórico?	1	0
¿Se regula el diseño urbano del Centro Histórico?	1	0
¿Cuál es el nivel de protección del Centro Histórico y sus recursos patrimoniales?	1	0
¿Qué mecanismos de control se utilizan para la conservación del patrimonio del Centro Histórico?	1	0
¿Existe un programa de reciclaje para el Centro Histórico de la ciudad?	0	1
¿Qué mecanismos de reciclaje se realizan para el Centro Histórico de la ciudad?	0	1
¿Cuál es la tasa de reciclaje en el Centro Histórico?	0	1
¿Se desarrollan estudios de sostenibilidad para el Centro Histórico? ¿Qué se realiza?	0	1
¿Se realizan estudios de capacidad turística para el Centro Histórico de la ciudad de Latacunga?	0	1
¿Se tienen inventarios patrimoniales naturales de la ciudad?	0	1
¿Qué acciones se realizan para garantizar el consumo racional del agua, de la energía y mitigar la contaminación del Centro Histórico de la ciudad?	0	1
¿Se realizan estudios del impacto ambiental que provoca el turismo en el centro histórico?	0	1
¿Existe una reglamentación que controle el manejo de desechos sólidos y el tratamiento de aguas residuales del Centro Histórico de la ciudad de Latacunga? ¿En qué porcentaje se aplica el cumplimiento de las mismas?	1	0
Total efectos físicos	5	9

Tabla 44**Codificación de la variable independiente por efectos**

Efectos	SI	NO
Efectos económicos	7	11
Efectos sociales	7	8
Efectos físicos	5	9
TOTAL	19	28

4.3.2. Cálculo de la hipótesis

Para el cálculo de la hipótesis se utilizará el método matemático de Chi – cuadrado.

4.3.3. Grados de libertad

Representa el estadístico que delimita la zona de aceptación o rechazo, para calcular los grados de libertad (gl) se debe conocer el número de filas y columnas, como se puede observar en la tabla de frecuencias observadas (Ver Tabla 44), se tiene 6 filas y 2 columnas.

$$gl = (\text{columnas}-1) (\text{filas}-1)$$

$$gl = (2-1) (6-1)$$

$$gl = (1)(5) = 5$$

4.3.4. Nivel de significación

$$\alpha = 0,05$$

Con un nivel de significación de 0,05 y 5 grados de libertad, basados en la Tabla de distribución de chi cuadrado de (Malhotra, 1997, p. 854), el valor de Chi cuadrado tabular es 11.071 ($X^2_t = 11.071$)

4.3.5. Regla de decisión

Los autores (Herrera, Medina, & Naranjo, Tutoría de la Investigación Científica, 2004) especifican para la regla de decisión lo siguiente: “Se acepta la hipótesis nula si el valor de chi-cuadrado a calcularse es igual o menor a chi-cuadrado tabular, caso contrario se rechaza y se acepta la hipótesis alterna”

Para el caso de estudio la regla de decisión sería: Se acepta la hipótesis nula si el valor de chi-cuadrado a calcularse es igual o menor a $X^2_t = 11.071$, caso contrario se rechaza.

4.3.6. Cálculo de Chi-cuadrado

Para el cálculo de chi-cuadrado se usará la siguiente fórmula:

$$X^2 = \Sigma \left[\frac{(O - E)^2}{E} \right]$$

X^2 = Valor a calcularse de chi-cuadrado

Σ = Sumatoria

O = Frecuencia observada

E = Frecuencia esperada

Tabla 45

Frecuencias observadas

Variables	SI	NO	TOTAL
Ámbito Empresarial	5	6	11
Ámbito Socio-Cultural	3	2	5
Ámbito Ambiental	3	7	10
Efectos económicos	7	11	18
Efectos sociales	7	8	15
Efectos físicos	5	9	14
TOTAL	30	43	73

Tabla 46

Frecuencias esperadas

Variables	SI	NO	TOTAL
Ámbito Empresarial	4,52	6,48	11
Ámbito Socio-Cultural	2,05	2,95	5
Ámbito Ambiental	4,11	5,89	10
Efectos económicos	7,40	10,60	18
Efectos sociales	6,16	8,84	15
Efectos físicos	5,75	8,25	14
TOTAL	30	43	73

Tabla 47

Valor de chi-cuadrado calculado

Frecuencias observadas	Frecuencias esperadas	$(O-E)^2/E$
5	4,52	0,051
3	2,05	0,435
3	4,11	0,300
7	7,40	0,021
7	6,16	0,113

CONTINÚA ➡

5	5,75	0,099
6	6,48	0,035
2	2,95	0,303
7	5,89	0,209
11	10,60	0,015
8	8,84	0,079
9	8,25	0,069
TOTAL		1,729

4.3.7. Decisión Final

$X^2_c = 1.729 < X^2_t = 11.071$ y de acuerdo con lo establecido en la regla de decisión, se acepta la hipótesis nula, es decir, la Ecogestión en los establecimientos hoteleros del Centro Histórico del cantón Latacunga, no contribuye con el desarrollo del turismo sostenible.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1. Antecedentes de la propuesta

Para desarrollar y obtener los resultados finales del proyecto, se estudió y analizó cada una de las variables del tema propuesto de manera diferente, mediante el uso de varios tipos, técnicas y métodos de investigación.

El análisis de las variables se realizó de la siguiente manera, la variable dependiente “Ecogestión” se investigó en base a un cuestionario estructurado diseñado por la organización Internacional Rainforest Alliance, titulado “Estándar para Hoteles y Servicios de Alojamiento”, los resultados de las encuestas permitieron conocer que los establecimientos de alojamiento cumplen con la mitad de parámetros establecidos por el Estándar, así como los ámbitos, principios e indicadores de gestión en los que las empresas de hospedaje deben trabajar para que su administración sea más eficiente y sostenible.

La variable independiente “Turismo sostenible” se profundizó mediante la elaboración de cuatro entrevistas a diferentes entes directivos del cantón, los cuales proporcionaron información sobre la gestión del turismo sostenible en el Centro Histórico de la ciudad, con la aplicación de esta técnica se percibió que, la gestión de la zona en sus aspectos económicos, sociales y físicos, no es buena ya que la mayoría de indicadores que se aplicaron para medir su gestión, no se realizan o se cumplen; así se discurre que no existe una adecuada gestión del turismo sostenible en el Centro Histórico de Latacunga.

Basados en el resultado de la comprobación de hipótesis se analizó lo siguiente, el desarrollo del turismo sostenible en el Centro Histórico recae en la gestión de los entes gubernamentales del cantón, quienes emprenden pocas acciones para llevar a cabo un progreso del turismo basado en los criterios de sostenibilidad. Por otra parte, las empresas privadas como son los establecimientos de alojamiento no influyen directamente en el aporte del turismo sostenible de esta zona, estos participan en el desarrollo, pero no son

los actores principales, sin embargo, es importante que sus operaciones se mejoren para brindar un servicio de calidad y desde sus labores aporten con la sostenibilidad.

Bajo este contexto se resuelve trabajar por las empresas turísticas ya que el desarrollo del turismo sostenible no puede ser manejado o mejorado por el investigador, esto compete a las instituciones públicas, y se considera que se hace un aporte más relevante al sector de hospedaje; por tanto, la propuesta estará enfocada principalmente en mejorar la ecogestión de los establecimientos de alojamiento, y la herramienta para dar a conocer una serie de acciones prácticas de gestión sostenible para las empresas será una guía de buenas prácticas de sostenibilidad. Sin embargo, adicionalmente se presentará en la guía una serie de recomendaciones para una buena gestión sostenible del Centro Histórico orientadas para el gobierno cantonal.

5.2. Justificación

La propuesta está enfocada al mejoramiento de la ecogestión en los establecimientos de alojamiento para lo cual se considera preciso diseñar una guía de buenas prácticas de sostenibilidad, mediante recomendaciones que permitan convertir las prácticas tradicionales en prácticas sostenibles, para así mejorar la prestación del servicio con responsabilidad operativa, ahorrar gastos, proteger los intereses de los colaboradores, ser responsables con el medio ambiente, apoyar a la comunidad en la que se desarrollan y preservar el patrimonio cultural de la ciudad para atraer a turistas motivados por el cuidado del entorno y de las comunidades.

Según los resultados, la propuesta prestará especial atención a mejorar los indicadores de los ámbitos de sostenibilidad que presentan un bajo nivel de cumplimiento en los establecimientos, de modo que se puede conseguir que las empresas cumplan con el 50% restante de los indicadores que no permiten que las mismas sean totalmente sostenibles.

Los principales beneficiarios de la propuesta son los prestadores de servicios turísticos específicamente las empresas de hospedaje, quienes al poner en práctica las acciones sostenibles favorecerán a los propietarios, los colaboradores, los proveedores, el medio

ambiente, el patrimonio cultural y por supuesto los turistas quienes recibirán un servicio responsable basado en los criterios de sostenibilidad.

Adicional en la guía se incluyen algunas sugerencias para mejorar la gestión sostenible en el Centro Histórico de la ciudad, dirigida para el gobierno cantonal del sector turístico y patrimonial. Con esta investigación y las recomendaciones propuestas, los entes gubernamentales podrán observar la realidad de gestión del turismo sostenible de la zona y del cantón, para realizar más estudios a futuro y tomar acciones que favorezcan al turismo en la ciudad.

5.3. Diseño y metodología de la propuesta

La guía de buenas prácticas sostenibles tiene por objeto agrupar un conjunto de pautas y recomendaciones amigables con el medio ambiente, la cultura y la sociedad de modo que contribuyan a mejorar la sostenibilidad en sus tres dimensiones.

De acuerdo con (Sarriés & Casares, 2008) una buena práctica significa una acción considerada como excelente y que, al mismo tiempo, es imitable y transferible. La Unión Europea, a la hora de subvencionar proyectos económicos y sociales, ha dado siempre importancia al hecho de que el proyecto, una vez realizado, pueda ser imitado por otras organizaciones. Si se identifican mejores prácticas se podrá enriquecer la gestión de las organizaciones con ideas innovadoras, y cualquier empresa puede ser generadora de una buena práctica, que luego puede ser imitada por otras, no son una camisa de fuerza y pueden ser aplicadas por varias empresas con su misma o diferente actividad.

Para realizar el compendio de Buenas Prácticas para una gestión sostenible en establecimientos de alojamiento, primero se reconocerá a los indicadores que las empresas no cumplen basados en el diagnóstico realizado anteriormente, mostrado en las tablas de la 18 a la 36 del proyecto, y son los que se enlistan a continuación:

5.4. Indicadores que no cumplen los establecimientos de alojamiento

Tabla 48

Indicadores del ámbito empresarial que no cumplen los establecimientos de alojamiento

Ámbito Empresarial
<p>Principio E.1.</p> <p>Planificación de la Gestión Sostenible</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ha documentado la visión, la misión & los valores empresariales sostenibles. • Ha documentado una política de sostenibilidad que define metas y objetivos para cada ámbito de su sistema de gestión sostenible • Ha documentado, y aplica a todos sus miembros, un código de ética para promover los principios del desarrollo sostenible. • La visión, misión & valores se comunican entre clientes, colaboradores y terceros para fomentar su implementación. • La política de sostenibilidad se comunica entre clientes, colaboradores y terceros para fomentar su implementación. • El personal es capacitado sobre cómo aplicar la política de sostenibilidad en sus tareas cotidianas. <p>Principio E.2.</p> <p>Gestión de la Calidad</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ha documentado los estándares de calidad y servicio para sus diferentes actividades. • El proceso de reservaciones permite identificar y anticipar las expectativas y/o necesidades especiales de sus clientes para mejorar la experiencia de los servicios contratados. • Ha documentado un plan para el mantenimiento preventivo que incluye instalaciones, equipos y/o vehículos. • Mantiene registros que demuestran la implementación de las acciones previstas en su plan de mantenimiento preventivo.

CONTINÚA ➡

- Mantiene registros del reporte de fallas y/o deficiencias que se identifican en la operación diaria.
- Mantiene registros de las acciones correctivas tomadas en seguimiento a las fallas y/o deficiencias que se identifican en la operación diaria.
- Mantiene registros del consumo de todos los insumos operativos.
- Los registros de consumo de insumos operativos contemplan niveles de existencia mínimos y máximos.
- El personal de planta utiliza uniforme y un distintivo con su nombre para facilitar su identificación.
- Las instalaciones cuentan con infraestructura adecuada o adaptada para facilitar la accesibilidad a personas con alguna discapacidad.
- Ofrece platillos o comida tradicional de la región y/o país.
- Ofrece comida vegetariana.

Principio E.3.

Gestión de Recursos Humanos

- Ha documentado las descripciones de todos sus puestos de trabajo, evitando en ellas requisitos potencialmente discriminatorios.
- Ha documentado y aplica un procedimiento para reclutamiento y selección de personal, evitando en él prácticas potencialmente discriminatorias.
- Ha documentado y aplica un procedimiento formal para la inducción de nuevos trabajadores.
- Evalúa los resultados del plan formal de capacitación y toma acciones para la mejora continua de sus contenidos.
- Implementa un proceso formal para realizar evaluaciones periódicas del desempeño de su personal.
- Implementa un programa formal de incentivos para las unidades de trabajo y/o trabajadores que presentan los mejores índices de desempeño.

Principio E.4.**Gestión de Seguridad**

- Ha documentado un análisis formal en el cual identifica los factores de riesgo a los que está expuesta su operación.
- El análisis de riesgos contempla todos los factores que podrían afectar la seguridad de clientes, trabajadores, terceros y la planta física.
- Los extintores contienen el agente extintor adecuado al tipo de fuego para el que podrían ser requeridos, según el área donde se ubiquen.
- Cuenta con seguros para cubrir los potenciales riesgos a la seguridad de clientes, personal, vehículos y planta física.
- Las indicaciones de seguridad que deben seguirse en casos de emergencia son exhibidas en las instalaciones operativas y medios de transporte.

Principio E.5.**Gestión de Comunicación y Mercadeo**

- Ha documentado un plan de comunicación y mercadeo, el cual define la estrategia básica para promover su perfil de sostenibilidad.
- Todos los materiales para comunicación y mercadeo están disponibles en al menos dos idiomas.
- Aprovecha los reconocimientos a su gestión sostenible como una herramienta para la comunicación y el mercadeo.
- Implementa acciones concretas para promover la fidelización de los clientes.

Principio E.6.**Salubridad en los Servicios de Alimentos y Bebidas**

- Ha documentado todos los procedimientos específicos y necesarios para asegurar el manejo higiénico de los alimentos y cocina(s).
- Realiza análisis periódicos para determinar la calidad del agua para consumo humano, manteniendo registro de los mismos.
- Toda persona que ingresa en la(s) cocina(s) utiliza redcillas o gorros.
- Ha documentado un programa formal para la prevención y/o control de plagas en la(s) cocina(s).

- El personal de cocina conoce, y cuando aplica, implementa las medidas del programa de prevención y/o control de plagas.
- El programa para la prevención y/o control de plagas contempla medidas de carácter biológico o que provoquen el menor impacto ambiental.

Principio E.7.**Gestión Sostenible de los Proveedores**

- Ha documentado una política de compras que promueve la contratación preferente de proveedores sostenibles.
- La política de compras define los parámetros para valorar/evaluar las características sostenibles de los proveedores/insumos o equipos.
- Mantiene registros que demuestran el monitoreo formal del desempeño sostenible de los proveedores habituales.
- Demuestra consumir, en tanto como le sea factible, insumos certificados de origen sostenible.

Principio E.8.**Educación para la Sostenibilidad**

- Ha documentado un programa de educación para la sostenibilidad que define actividades y metas dirigidas a clientes, colaboradores y la comunidad en general.
- Cuenta con los materiales didácticos o de apoyo para implementar las actividades de su programa de educación para la sostenibilidad.
- Demuestra la implementación de las actividades programadas para educar sobre los temas de la sostenibilidad.
- Fomenta la participación de sus clientes en proyectos que promueven y apoyan la sostenibilidad en favor de su destino y/o comunidad.
- Mantiene registros de participación en las actividades de su programa de educación para la sostenibilidad.

Tabla 49

Indicadores del ámbito socio-cultural que no cumplen los establecimientos de alojamiento

Ámbito Socio-Cultural
<p>Principio SC.1.</p> <p>Contribución al Desarrollo Local</p> <ul style="list-style-type: none"> • Toma acciones concretas para la contratación preferente de empresas comunitarias de turismo. • Participa en la realización de actividades sociales de beneficio para su comunidad. • Realiza contribuciones en especie o en efectivo para la ejecución de proyectos de beneficio para su comunidad. • Promueve la participación de sus colaboradores en actividades comunitarias de beneficio social y cultural. <p>Principio SC.2.</p> <p>Legalidad y Ética de las Prácticas Laborales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ha documentado un reglamento interior de trabajo que es conocido por todos sus trabajadores. <p>Principio SC.3.</p> <p>Respeto a las Culturas y Poblaciones Locales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Informa a sus huéspedes sobre cómo comportarse apropiadamente cuando visiten sitios de importancia cultural o interactúen en espacios públicos y privados de la vida local. • Desarrolla en conjunto con las comunidades indígenas y/o locales, los códigos de conducta y respeto que rigen las actividades que realiza en estas comunidades. • Implementa medidas específicas para evitar comportamientos de perjuicio social dentro de su operación.

CONTINÚA 

- Implementa medidas específicas para evitar la explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes.
- Evalúa el grado de satisfacción y los reclamos de la comunidad local, sobre las actividades promovidas a su favor.

Principio SC.4.

Rescate y Protección del Patrimonio Histórico – Cultural

- Cuenta con el consentimiento expreso de las comunidades indígenas y/o locales para incluirlas en actividades turísticas.
- Apoya formalmente actividades de investigación, manejo y/o protección de algún sitio de patrimonio cultural de importancia arqueológica, histórica y/o sagrada.

Tabla 50

Indicadores del ámbito ambiental que no cumplen los establecimientos de alojamiento

Ámbito Ambiental
<p>Principio A.1.</p> <p>Cambio Climático</p> <ul style="list-style-type: none"> • Informa a sus clientes, colaboradores y comunidad sobre el fenómeno del cambio climático. • Participa en iniciativas que promueven la adaptación de su destino y operaciones a los efectos del cambio climático. • Mantiene registros que demuestran la medición de las emisiones de GEI causadas por sus operaciones. • Toma acciones concretas para reducir y/o compensar las emisiones de GEI causadas por sus operaciones.

CONTINÚA ➡

Principio A.2.**Uso Racional del Agua**

- Ha documentado un plan de acción para el ahorro y el uso racional del agua.
- Ha establecido metas para disminuir o mantener dentro de parámetros racionales su consumo de agua.
- Ha designado un responsable para implementar las acciones del plan para el ahorro y uso racional del agua y monitorear sus resultados.
- Analiza los resultados del monitoreo de su consumo de agua para mejorar continuamente su desempeño.
- Utiliza dispositivos para reducir el consumo de agua en todas las áreas posibles.
- Cuenta con rotulación e información para incentivar la participación de clientes y colaboradores en sus esfuerzos de ahorro en el consumo del agua.

Principio A.3.**Uso Racional de la Energía**

- Ha documentado un plan de acción para el ahorro y uso racional de la energía.
- Ha establecido metas para disminuir o mantener dentro de parámetros racionales su consumo de energía.
- Ha designado un responsable para implementar las acciones del plan para el ahorro y uso racional de la energía y monitorear sus resultados.
- Analiza los resultados del monitoreo de su consumo de energía para mejorar continuamente su desempeño.
- La política de compras incluye criterios para favorecer la selección de dispositivos y equipos energéticamente eficientes.
- Aplica medidas concretas para minimizar las pérdidas de calor y frío.
- Toma acciones concretas para el apagado de equipos y/o dispositivos que consumen energía cuando estos no están siendo utilizados.
- Cuenta con rotulación e información para incentivar la participación de clientes y colaboradores en sus esfuerzos de ahorro en el consumo de energía.

CONTINÚA 

- Utiliza fuentes o tecnologías alternativas renovables para la generación de energía en sus instalaciones.

Principio A.4.**Protección de la Biodiversidad**

- Recupera o compensa la conversión negativa de ecosistemas producida por su construcción y/u operación (con anterioridad a los 5 años referidos en el indicador anterior)
- Informa a sus huéspedes sobre los impactos adversos provocados por alimentar animales silvestres.
- No utiliza especies exóticas (plantas o animales) que puedan alterar los ecosistemas naturales.
- Da preferencia a la utilización de plantas nativas para sus áreas verdes.

Principio A.5.**Conservación de Áreas Naturales**

- Apoya formalmente o mantiene directamente la conservación de algún área natural, ya sea estatal o privada.
- Informa a sus huéspedes sobre cómo comportarse responsablemente cuando visitan áreas naturales y de conservación.

Principio A.6.**Prevención de la Contaminación**

- Da preferencia a la utilización de productos de higiene y limpieza biodegradables o de bajo impacto ambiental.
- Da preferencia a la utilización de productos naturales u orgánicos para el mantenimiento de sus áreas verdes minimizando el uso de agroquímicos.
- Mantiene registros que demuestran el mantenimiento oportuno del sistema de tratamiento de sus aguas residuales.

Principio A.7.**Manejo Responsable de los Desechos Sólidos**

- Ha documentado un plan para el manejo de los desechos sólidos.

- El personal es capacitado acerca de la aplicación e importancia del plan de manejo de los desechos sólidos.
- La política de compras incluye criterios de selección para el rechazo y reducción de insumos que producen desechos sólidos.
- Mantiene registros de las cantidades (por tipo) de los desechos generados por su operación.
- Las áreas donde se generan desechos sólidos cuentan con recipientes para su correcta separación.
- Todo desecho generado en la operación es separado para su adecuado manejo o disposición final.
- Cuenta con rotulación e información para incentivar la participación de clientes y colaboradores en sus esfuerzos para el manejo integral de desechos sólidos.
- Procura el reciclado o la reutilización de todos los desechos inorgánicos que han sido separados.
- Los desechos orgánicos reciben un tratamiento adecuado.

Una vez detallados los indicadores que los establecimientos no llevan a cabo en su gestión, se procede a recomendar por indicador y principios las actividades que deberían hacer y cómo hacerlas, para que de este modo los hoteles y hostales operen bajo prácticas sostenibles empresariales. Las sugerencias propuestas se basan en consultas de documentos citados en cada elemento y en la guía de buenas prácticas para Turismo Sostenible de Rainforest Alliance.

Por otra parte, para la elaboración de recomendaciones para una gestión sostenible del Centro Histórico del cantón Latacunga, se tomó como referencia a las apreciaciones obtenidas en las entrevistas (ver anexo 4) realizadas a diferentes instituciones del cantón para medir la gestión sostenible del patrimonio cultural. Las sugerencias están dirigidas a los entes gubernamentales quienes podrán tomar como base el estudio y la guía para establecer acciones que propicien cambios profundos en los patrones socioculturales, políticos, ambientales y económicos para el desarrollo del turismo sostenible.

5.5. Estructura de la guía

Para la estructura de la guía se tomará una metodología abierta propuesta por el investigador que se detalla a continuación:

- Presentación
- Introducción

Parte I

Buenas prácticas para una gestión sostenible en establecimientos de alojamiento

Ámbito Empresarial

Gestión de la Sostenibilidad
Gestión de la Calidad
Gestión de Recursos Humanos
Gestión de Seguridad
Gestión de Comunicación y Mercadeo
Salubridad en los Servicios de Alimentos y Bebidas
Gestión Sostenible de los Proveedores
Educación para la Sostenibilidad

Ámbito Socio-Cultural

Contribución al Desarrollo Local
Legalidad y Ética de las Prácticas Laborales
Respeto a las Culturas y Poblaciones Locales
Rescate y Protección del Patrimonio Histórico – Cultural

Ámbito Ambiental

Cambio Climático
Uso Racional del Agua
Uso Racional de la Energía
Protección de la Biodiversidad
Conservación de Áreas Naturales
Prevención de la Contaminación
Manejo Responsable de los Desechos Sólidos

Parte II

Recomendaciones para una gestión sostenible del Centro Histórico del cantón Latacunga

Ámbito físico

Ámbito social

Ámbito ambiental

- Crédito
- Referencias bibliográficas

5.6. Guía de buenas prácticas de sostenibilidad

Presentación

La presente guía tiene origen en un proyecto de titulación que se llevó a cabo para analizar la ecogestión en los establecimientos de alojamiento del centro histórico del cantón Latacunga y su aporte al desarrollo del turismo sostenible. Con los resultados de la investigación se resuelve la necesidad de crear un guía de buenas prácticas de sostenibilidad, la cual tiene como objetivo dotar a los empresarios turísticos de prácticas de gestión sostenibles que permita potenciar los recursos humanos, naturales y culturales que poseen.

La estructura de la guía presenta en la Parte I, “**Buenas prácticas para una gestión sostenible en establecimientos de alojamiento**”, en los ámbitos empresarial, socio-cultural y ambiental dirigido para los hoteles y hostales, los cuales con la implementación de estas acciones pueden mejorar sus servicios de manera responsable, obtener más ingresos y ahorrar gastos; sin embargo, puede ser aplicada por todos los prestadores de servicios turísticos. Las actividades propuestas en la guía se basan en las falencias identificadas en las encuestas realizadas a varios establecimientos, como se puede observar en las tablas 48,49 y 50 del proyecto.

Además, comprende una Parte II con “**Recomendaciones para una gestión sostenible del Centro Histórico del cantón Latacunga**”, en los ámbitos físico, social y ambiental, orientada para el gobierno cantonal, estas son sugerencias que pueden propiciar

cambios en los patrones socioculturales, políticos, ambientales y económicos para el progreso del turismo sostenible.

Los lectores pueden profundizar las acciones para implementarlas, de modo que se puedan reducir los impactos negativos e incrementar los beneficios provenientes de la actividad turística si se desarrolla bajo criterios sostenibles.

Introducción

El Turismo actualmente es una de las industrias con mayor crecimiento en el mundo, como actividad productiva es muy beneficiosa, pero a la vez puede ser destructiva si no se la maneja de manera adecuada, ya que puede acabar con la riqueza natural y cultural de los destinos. Esta realidad ha provocado el interés de convertir las prácticas tradicionales de empresas en prácticas sostenibles.

El principio de estas prácticas sostenibles o responsables es el desarrollo sostenible, que se define como “el desarrollo que satisface las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones de satisfacer sus propias necesidades” (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, 2012)

Este desarrollo se alcanza cuando se atiende de manera equilibrada a las siguientes dimensiones:

1. **Económico:** Se deben realizar prácticas empresariales adecuadas para que el desarrollo económico sea eficiente y se beneficie a todos los agentes implicados (propietarios, empleados, comunidad) y se contribuya a la reducción de la pobreza.
2. **Socio-cultural:** Se debe ayudar a reforzar valores de relación, intercambio de experiencias, enriquecimiento cultural. La idea es realizar la actividad sin dañar a la sociedad existente, para ello se debe respetar la cultura local, preservarla y revitalizarla.
3. **Ambiental:** Se debe dar un uso óptimo a los recursos medioambientales, colaborar en la protección y conservación del ambiente en el que se desarrolla. (Barrera & Bahamondes, 2012)

Es así que para que exista un desarrollo sostenible integral, es necesario armonizar los aspectos sociales, económicos y ambientales en actividades que satisfagan las necesidades del presente sin generar daño en las generaciones futuras.

Conscientes de potenciar la sostenibilidad, el presente documento identifica los elementos que se deben considerar para que las empresas turísticas se encaminen hacia una gestión sostenible y a través de acciones puntuales poder acceder a mercados interesados en servicios responsables.

Parte I

Buenas Prácticas para una Gestión Sostenible en Establecimientos de Alojamiento

Para la presentación de la guía se usará como base la estructura y nomenclatura del Estándar para hoteles y servicios de alojamiento Rainforest Alliance, la cual está dividida en 3 ámbitos (empresarial, socio-cultural y ambiental) y 19 principios.

Ámbito Empresarial

Para que una empresa sea sostenible, no solo debe tener recursos, es indispensable administrarlos de manera adecuada para alcanzar los objetivos de sostenibilidad planteados. Para lograr un desempeño eficiente, el eje económico presenta las áreas precisas en las que se debe trabajar:

En principio contar con una filosofía empresarial (misión, visión, valores) y políticas sostenibles, será el primer paso para alcanzar la sostenibilidad, pues desde la fase de planificación se debe insertar el concepto y anhelo de operar sosteniblemente en todos los ámbitos de la empresa y se debe continuarlo mediante un programa de educación para la sostenibilidad.

Un sistema de Gestión de Calidad permitirá establecer procesos y procedimientos que aseguren la calidad y consistencia de los servicios, una adecuada gestión de Recursos

Humanos con elementos como la inducción, capacitaciones y reconocimientos facultará la productividad en los colaboradores.

Prevenir riesgos y accidentes a través de un Programa de Seguridad permitirá brindar servicios seguros y establecer acciones estratégicas en Mercadeo, Publicidad y Comunicación hará que los servicios sean conocidos por más turistas para elevar sus ventas.

Estas acciones estarán a favor de mejorar el servicio con responsabilidad operativa a través de un sistema de gestión sostenible, una empresa con esta administración es competitiva y atractiva para el mercado turístico internacional, lo que en definitiva será reflejado con el reconocimiento y el incremento de ingresos. (Programa de Turismo Sostenible Rainforest Alliance, 2008)

Principio E.1.

Planificación de la Gestión Sostenible

Para el desarrollo de estos indicadores, se debe trabajar en grupo con el personal clave de la empresa indicado en cada actividad, y se debe nombrar a un coordinador quien será encargado de dirigir las reuniones y generar los documentos finales.

Tabla 51

Visión, misión, valores empresariales

Indicador 1: Visión, misión, valores empresariales
<p>Actividad:</p> <p>A través de un trabajo grupal entre el gerente y los colaboradores de la empresa, desarrollar y documentar una visión, una misión concreta que haga realidad la visión y valores empresariales sostenibles. Los participantes deben generar una lluvia de ideas con base en las respuestas de las preguntas planteadas que se muestran a continuación para desarrollar la filosofía empresarial.</p>

CONTINÚA ➡

¿Cómo hacerlo?

Desarrollo de la visión

Para elaborar una Visión es necesario definir y describir la situación futura que se desea tener. El propósito de la visión es guiar, controlar y alentar a la organización en su conjunto para alcanzar el estado deseable de la misma.

Elaborarla implica un ejercicio de visualización donde se proyecta la imagen del futuro de la empresa. Para poder definir una visión que considere aspectos de sostenibilidad se debe responder a las preguntas:

- ¿Qué queremos que sea la organización en los próximos años?
- ¿Cómo se ve la empresa involucrada en el desarrollo de la comunidad?
- ¿En qué forma la empresa será parte de la conservación ambiental de la zona donde realiza su operación?

Desarrollo de la misión

Para elaborar la Misión es importante definir el negocio al que se dedica la organización, las necesidades que cubre con sus productos y servicios, el mercado meta y la imagen pública.

La Misión de la empresa debe responder a las preguntas:

- ¿Para qué existe la organización?
- ¿Qué diferencia a la empresa de las demás?
- ¿Cuál es el propósito de la organización, sus clientes, productos, servicios y mercados?

Desarrollo de los valores empresariales

Para elaborar los Valores es necesario definir el conjunto de principios, creencias y reglas que regulan la gestión de la organización y que constituyen la filosofía institucional y el soporte de la cultura organizacional.

CONTINÚA 

Para definir los Valores se recomienda trabajar en grupo con las personas claves de la empresa. Se debe iniciar por dar respuesta a las siguientes preguntas:

- ¿En qué creemos?
- ¿Cómo somos en nuestro trabajo?
- ¿Hacia dónde queremos llevar la empresa?
- ¿Qué vamos a transmitir a nuestros colaboradores?
- ¿Qué ofreceremos a nuestros clientes?

Fuente: (Programa de Turismo Sostenible de Rainsforest Alliance, 2008)

Tabla 52

Política de sostenibilidad

<p>Indicador 2: Política de sostenibilidad</p>
<p>Actividad:</p> <p>Crear un comité de gestión sostenible con al menos un miembro de cada departamento para desarrollar y documentar políticas de sostenibilidad empresarial que defina metas y objetivos para cada ámbito de su sistema de gestión sostenible.</p> <p>¿Cómo hacerlo?</p> <p>Elaboración de las políticas para una gestión sostenible</p> <p>Las políticas para una gestión sostenible son la principal herramienta para cumplir con las metas de implementación de buenas prácticas en la empresa. Se trata de lineamientos que establecen el marco de referencia para realizar las actividades de la empresa.</p> <p>Se deben crear políticas para cada área operativa y administrativa de la empresa, porque el éxito del desarrollo sostenible depende de que los grupos de trabajo estén comprometidos con líneas de acciones claras, y dichas líneas las dictan las políticas.</p> <p>Así pues, las políticas a crear deben ser, una general para la empresa comprometiéndola a adoptar prácticas bajo los criterios del turismo sostenible, y varias específicas para los siguientes sectores:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Para el personal • Para los directivos

CONTINÚA 

- Para los proveedores
- Para el trato con clientes
- Para la protección ambiental
- Para el desarrollo social
- Para la protección cultural
- Para la capacitación
- Para el desarrollo del servicio

Fuente: (Programa de Turismo Sostenible de Rainsforest Alliance, 2008)

Tabla 53

Código de ética

<p>Indicador 3: Código de ética</p>
<p>Actividad:</p> <p>Mediante una reunión con los representantes del comité de gestión sostenible elaborar un código de ética para transmitir los valores, principios y normas éticas de la organización y para promover los principios del desarrollo sostenible.</p> <p>¿Cómo hacerlo?</p> <p>La Ética Institucional interfiere directamente en la imagen y la reputación que los empleados, colaboradores, clientes y la comunidad posee de una Institución. Un Código de Ética y/o Conducta se constituye en una útil herramienta para “transmitir” valores, principios, normas éticas y presentar la misión y visión Institucional basados en este caso en la sostenibilidad.</p> <p>A continuación, se enlistan los pasos a seguir en el proceso de elaboración de un Código de ética empresarial:</p> <p>1. Constitución de un Comité de Gestión para el Código Ética</p> <p>Deberá estar formado por representantes de la Dirección General, del área jurídica, Dirección del área de recursos humanos y otras áreas que se entienda oportuno. Definir una persona (interna o externa) que actuará como consultor (externo), coordinador o secretario (personal interno) y se encargará de establecer un calendario de actividades</p>

CONTINÚA ➡

para el desarrollo, revisión y consenso sobre el documento final, así como propondrá la metodología a ser utilizada para la sensibilización, discusión de los avances del proyecto junto al Comité.

2. Atribuciones (facultades) del Comité de Gestión para el Código de Ética

Elaborar el Código de Ética y/o Conducta y constituirse en la instancia para consulta, recepción de comentarios y sugerencias mientras dure el proceso de elaboración del Código de Ética.

3. Estrategia de Comunicación

Aunque el documento se encuentre en proceso de elaboración y aprobación, es conveniente informar e invitar a los empleados participar. Se puede promover la comunicación por ejes temáticos de los contenidos desarrollados para su homologación.

4. Código Borrador o Proyecto de Código

Los objetivos del documento son establecer los principios éticos y las normas de comportamiento (conductas) que deben regir las relaciones internas y/o externas de todos los integrantes de la Institución, independientemente de sus facultades o responsabilidades o de la jerarquía establecida en el organigrama.

5. Contenido, actualización y revisión

De forma muy básica un Código de Ética o Conducta debe enfocarse a la misión y valores Institucionales. Debe decir la visión institucional respecto la conducta interna de los empleados y/o colaboradores, así como respecto a la relación con los clientes, proveedores y la competencia.

6. Evaluación del Código Borrador o Proyecto de Código

Concluido el documento es oportuno enviar a todos los niveles directivos y gerenciales para discusión y retroalimentación por parte de los empleados líderes y colaboradores pues ellos forman parte del proceso y, así, se comprometan a fomentar la cultura institucional a través de su ejemplo, su conducta.

7. Revisión del Código Borrador con el Comité de Gestión del C.E.

Llegado el momento el Comité de Gestión del Código de Ética deberá evaluar los comentarios y/o sugerencias presentadas.

8. Divulgación del Código de Ética Institucional

Presentación del documento a los empleados, colaboradores e invitados especiales o estratégicos. El objetivo principal es que los empleados se pongan de acuerdo con lo que es planteado en el Código y que prometan cumplir con los estándares al firmar una copia del documento.

Fuente: (The smart campaign, s.f.)

Tabla 54

Comunicación de la filosofía empresarial

Indicador 4: Comunicación de la filosofía empresarial

Actividad:

Comunicar entre clientes, colaboradores y terceros la visión, misión, valores y la política de sostenibilidad, para fomentar su implementación; además capacitar al personal sobre cómo aplicar la política de sostenibilidad en sus tareas cotidianas.

¿Cómo hacerlo?

La empresa debe poner a disposición y comunicar al cliente interno y externo, a la comunidad y a los demás grupos de interés (stakeholders) el compromiso de la organización con su filosofía y políticas empresariales. Algunos de los posibles mecanismos son:

- Presencial (talleres o reuniones).
- Comunicados organizacionales (cartelera, boletines internos, impresiones, etc.).
- Digital (sitio web, correos electrónicos, intranet, etc.).
- Enviar una copia de los documentos a los integrantes de su cadena de valor (proveedores, distribuidores, clientes, etc.). En este caso se recomienda que vaya acompañado de una carta firmada por la Dirección de la empresa expresando el compromiso de la organización respecto al cumplimiento de los mismos en sus relaciones comerciales.

CONTINÚA 

Este proceso y el tipo de comunicación, dependerán de las características de cada organización, de los destinatarios y de los antecedentes en comunicación interna y externa que tenga la empresa.

Fuente: (Equipo CERES, s.f.)

Principio E.2. Gestión de la Calidad

Tabla 55

Estándares de calidad y servicio

Indicador 5: Estándares de calidad y servicio
<p>Actividad:</p> <p>El gerente de la empresa debe definir y documentar los estándares de calidad y servicio para sus diferentes operaciones.</p> <p>¿Cómo hacerlo?</p> <p>No basta con decir que los clientes no deben permanecer mucho tiempo en una fila, sino que hay que establecer con actitud cuántos minutos son los máximos que se puede permitir la empresa que hagan cola, es decir, fijar un estándar.</p> <p>Cuando en una empresa no existen estándares de calidad claros y concretos, se deja en manos del personal la decisión diaria y cotidiana sobre cuál debe ser la calidad final que tendrán los productos o servicios de la organización. Muy posiblemente, los empleados trabajarán con su mejor deseo y buena fe, pero eso no asegura que los criterios de los empleados coincidan, con las expectativas de los clientes o con las características que desean los directivos que tengan los servicios de la empresa.</p> <p>Las normas y estándares funcionan como "camisas de fuerza" que, al actuar como medidas de control de la calidad, le dicen al personal qué es lo que se pretende lograr y cuáles deben ser las características de su trabajo.</p> <p>En otras palabras, los estándares aportan una "medida común" para evaluar los comportamientos, progresos y desviaciones. Constituyen el único medio realmente</p>

CONTINÚA

eficaz del que dispone la dirección de una empresa para controlar las operaciones de la organización sin tener que supervisar y controlar individualmente, una por una, a todas las personas que trabajan en ella y a todas y cada una de sus actividades.

En esencia, establecer estándares del servicio quiere decir: Convertir las expectativas de los clientes (y las promesas hechas por la empresa) en atributos percibidos en el servicio, de cumplimiento obligatorio, con el fin de garantizar que estarán presentes en cada prestación.

Los estándares de calidad del servicio no se pueden improvisar. Exigen una metodología de investigación previa de las expectativas reales de los clientes, de elaboración e implantación y, al final, que los estándares se cumplan.

A continuación, se desarrolla una metodología ISMI (International Service Marketing Institute) para elaborar adecuadamente estándares de calidad de servicio.

1) El Blueprinting

Los servicios son, en esencia, procesos y, como tales, constituyen una secuencia de pasos físicos que pueden identificarse, describirse, medirse, evaluarse y controlarse con precisión.

A este respecto, el enfoque blueprinting (en inglés) o “planos del servicio”, en castellano, se utiliza para plasmar de manera gráfica dicha secuencia en un blueprint (plano, gráfico o diagrama). De esta manera una actividad intangible como es el servicio se convierte en una realidad tangible mensurable, evaluable, planificable y controlable con el fin de garantizar los niveles más altos posibles de satisfacción de los clientes.

En la práctica, la descomposición del servicio en sus pasos secuenciales facilita su visualización integral y, por tanto, una comprensión global de todo el proceso y las interrelaciones producidas en él, lo que facilita las necesarias tareas de:

- Aislar las áreas críticas para la calidad final del servicio.
- Localizar dónde pueden producirse los mayores problemas (por ejemplo, zonas de contactos múltiples e intensos con la clientela).
- Aislar las características y atributos específicos de calidad.

- Determinar las causas de los problemas.
- Buscar, encontrar y aplicar con mayor precisión soluciones y medidas correctoras
- Potenciar la calidad general del proceso o de algunos de sus pasos intermedios.

2) Investigación de las expectativas de los clientes

Conjuntamente con la elaboración del plano del servicio se procede a la investigación de las expectativas de los clientes. Hay que recordar que en los servicios, los clientes plantean expectativas en diez áreas clave (Fiabilidad, capacidad de respuesta, profesionalidad, cortesía, credibilidad, seguridad, accesibilidad, comunicación, comprensión del cliente, elementos tangibles).

Ahora bien, para la elaboración de los estándares es necesario investigar para cada una de esas expectativas clave:

¿Qué significa para los clientes de cada empresa en particular, cada una de esas 10 áreas de expectativas?

Y es que no basta una idea general de las mismas, hay que precisar qué entienden los clientes específicos de la empresa por cada una de esas expectativas (es lo que se conoce como Desglose de las expectativas). Es decir, cuáles son los atributos específicos del servicio que responden con exactitud a los diferentes factores que observan y evalúan los clientes en cada una de esas áreas de expectativas. En otras palabras, en nuestro sector de negocios, ¿qué entienden los clientes por fiabilidad, capacidad de respuesta, profesionalidad, cortesía, credibilidad, etcétera?

A este respecto, una observación: muchos directivos creen que saben qué es lo que quieren los clientes: la mayoría de las veces se equivocan. La única manera de saberlo es preguntándose.

El resultado final de este paso es la elaboración de la que sería la Prestación ideal esperada por los clientes; es decir, viendo la empresa desde fuera hacia dentro, ¿cómo sería el servicio perfecto que esperan recibir los clientes?

Esta descripción debe realizarse señalando con precisión y de manera específica los atributos y características del servicio. Por ejemplo, no basta con decir que los clientes no deberán hacer largas filas; es necesario indicar cuál es el tiempo máximo (¿cinco, diez, quince minutos?) que pueden esperar en ellas.

3) Las áreas críticas

Una vez elaborado el blueprint o plano del servicio, el paso siguiente es identificar las áreas críticas para la calidad del servicio. A este respecto existen dos normas de aplicación universal:

- Norma N° 1: Todas las acciones que se realizan con la “Participación de los clientes” y en la “Zona de visibilidad” (front office), son críticas para la percepción de calidad que se hacen los clientes.
- Norma N° 2: También son críticas todas las tareas y acciones que se cumplen “detrás del mostrador”, “entre bambalinas” (back office), que tienen un impacto directo en el cumplimiento de las expectativas de los clientes.

4) Desagregación de las áreas críticas

El propósito de este paso de la metodología ISMI es el de desglosar o desagregar las áreas críticas en los diferentes elementos que la componen, pero siempre analizándolas desde la óptica de los clientes. Para este objetivo un método práctico es el conocido como “¿qué puede fallar?”, basado en:

Desagregar cada servicio en las diferentes etapas y situaciones por las que pasa el cliente durante su prestación e identificar en cada una de ellas los aspectos que pueden provocar una disfunción del proceso.

El objetivo es identificar todos los posibles “focos de desviación”, para tomar las medidas correctoras preventivas que impidan que se produzcan y, al mismo tiempo, disponer de un análisis pormenorizado del servicio para establecer los correspondientes estándares de calidad. Una vez realizado el paso anterior se procede a la:

5) Desagregación de las etapas en tareas

Hasta aquí, el servicio se ha analizado desde el punto de vista de los clientes (una información crucial), pero es necesario desagregarlo, además, desde el operativo. Como es sabido, las “etapas” que se identificaron en el paso anterior las componen tareas que realiza el personal o un equipo automatizado.

Una forma de realizar este segundo nivel de desagregación es elaborar las denominadas Listas de actividades. Un paso clave pues constituye la verdadera desagregación del servicio en todas las tareas que lo integran y, precisamente, en ellas deben centrarse los estándares. Cualquier fallo u olvido en esa lista invalidará por completo el proceso posterior.

Incluso, aunque no es lo recomendable, algunas empresas se limitan a la creación de estas listas (obviando los planos del servicio) y a partir de ellas realizan toda la elaboración de los estándares.

Como es lógico, para establecer los estándares, estas tareas deben ser, a su vez, desglosadas en las acciones específicas que tienen que realizar los empleados.

Por ejemplo, en recepción, una de las tareas que debe cumplir el empleado es dar la “acogida” a los clientes (señalada como Recepción en el blueprint). Esta tarea, a su vez, se subdivide en acciones, como serían las siguientes: Hacer contacto visual y sonreír al cliente apenas entra, si está atendiendo a un cliente o una llamada telefónica, saludar al recién llegado y pedirle que le espere unos segundos, si la atención al cliente actual se prolongará, prevenir al recién llegado, entre otras.

En esta fase también es importante tomar en consideración los Elementos tangibles que intervienen en el servicio, como: organización de la oficina; limpieza (mesas de trabajo, piso, paredes); señalización interna: rótulos, carteles y similares; luces, iluminación; temperatura; pintura, colores (mantenimiento); zona de espera (si es necesario): revistas, café, etcétera; fachada exterior de la oficina; aparcamiento; y similares.

6) Evaluación de la situación actual

Una vez que se dispone de toda la información sobre el servicio para el que se establecerán los estándares (debidamente desagregada): Se compara lo que se está haciendo con la prestación ideal previamente descrita para identificar los vacíos o gaps que pudiesen existir entre las expectativas de los clientes y la prestación real.

Los propósitos de este paso son tres:

- Determinar en qué aspectos y en qué medida no se están satisfaciendo las expectativas de los clientes.
- Establecer en qué aspectos y en qué medida deben mejorar las prestaciones actuales.
- Centrar el enfoque en identificar cuáles serían los estándares capaces de responder con la mayor precisión posible a las verdaderas expectativas de los clientes.

7) Tareas rediseñadas

El objetivo de los estándares es que sean cumplidos. En la mayoría de los casos, cuando existe un gap entre las expectativas de los clientes y la prestación, es necesario rediseñar los procesos y tareas de tal manera que las mismas permitan cumplir los estándares.

Nótese que un rediseño de las tareas implica el reciclaje del personal que ha de ejecutarlas. El propósito es el de acercar lo más posible los atributos y características de la prestación a las expectativas de los clientes debidamente convertidas en estándares.

8) Elaboración de los estándares

Sólo cuando se dispone de toda la información anterior y se han cumplido todos los pasos previos de la metodología es posible proceder a la elaboración y redacción de los estándares. En este momento es importante implicar al personal operativo en la definición de los estándares –los cuales finalmente hay que redactar–.

CONTINÚA 

Pero es posible que en el momento de su elaboración e implantación no existan en la empresa los recursos requeridos para cumplirlos y, en consecuencia, habrá que ajustar los estándares elaborados inicialmente.

Una vez elaborada la versión final de los estándares, se procede a su implantación, con lo que concluye el proceso integral de la metodología.

Fuente: (International Service Marketing Institute, 2002)

Tabla 56

Necesidades especiales de clientes

Indicador 6: Necesidades especiales de clientes

Actividad:

El departamento de recepción debe identificar y anticipar las expectativas y/o necesidades especiales de los clientes en el proceso de reservaciones para mejorar la experiencia de los servicios contratados.

¿Cómo hacerlo?

Ya sea que el proceso de toma de reservas en los establecimientos sea manualmente o a través de programas informáticos, en los documentos o plataformas de reservas aparte de llenar los datos de identificación se debe guardar especial atención a un espacio destinado a recoger anotaciones no acogidas en otros campos para conocer observaciones o necesidades especiales que los clientes puedan requerir, ya sean éstas:

- El régimen alimenticio
- Necesidad de transporte
- Habitaciones con adaptaciones especiales
- Si el cliente quiere encontrarse flores a su llegada a la habitación o con frutas de la temporada
- Si es un cliente VIP
- Habitaciones con cuna

CONTINÚA 

- Habitaciones con determinadas vistas

Si estos u otros requerimientos son anticipados por los establecimientos sin duda se brindará un mejor servicio y la experiencia de los huéspedes durante su estadía será muy agradable y recomendable.

Tabla 57

Mantenimiento preventivo

Indicador 7: Mantenimiento preventivo

Actividad:

El jefe de mantenimiento o la persona encargada del mismo en la empresa, debe documentar un plan para el mantenimiento preventivo que incluye instalaciones y equipos, además de mantener registros que demuestren la implementación de las acciones previstas en el plan.

¿Cómo hacerlo?

El departamento de Mantenimiento es uno de los más importantes en el hotel, pues contribuye a brindar un mejor servicio al huésped. En términos generales, este departamento o persona delegada se encarga de tener el edificio y el equipo del hotel en óptimas condiciones para su adecuado funcionamiento y así evitar las quejas de los clientes, el cual repercute en su satisfacción.

Existen dos tipos de mantenimiento: mantenimiento preventivo y correctivo.

Mantenimiento preventivo del equipo

El mantenimiento preventivo se realiza en el equipo con el fin de evitar las reparaciones urgentes, las cuales ocasionan pérdidas a la empresa y molestias al cliente.

Controles para el mantenimiento preventivo

A continuación, se detalla cómo debe hacerse este mantenimiento:

- a) Se debe listar todo el equipo que requiera inspección: motores, manejadoras, estufas, refrigeradores, bombas, extractores, transformadores, calderas, cisternas, albercas, etcétera. Se debe levantar un inventario y numerar cada uno de los objetos.
- b) Se debe hacer una tarjeta para cada objeto; en ella se deberán especificar los siguientes datos:
 1. Nombre y número de la pieza.
 2. Dónde está localizada.
 3. Qué partes deben revisarse.
 4. Fechas de las revisiones.
 5. Fechas de vencimiento de las garantías. Es muy común que algunos hoteles paguen por el arreglo de motores debido a que ignoran que éstos tienen garantía.
- c) En la parte correspondiente a las partes que deben revisarse, debe anotarse, por ejemplo: vibración, calentamiento, lubricación, válvulas, bandas, mangueras, limpieza, funcionamiento de dispositivos de control y medición. Algunos objetos necesitan revisarse cada mes; otros, quizá cada 15 días. Estos controles se pueden llevar más eficientemente mediante la utilización de una computadora.

En el anexo 5, se presenta un ejemplo de una tarjeta de mantenimiento preventivo.

Mantenimiento preventivo de edificios

Este tipo de mantenimiento se realiza en varias zonas del hotel:

- **Mantenimiento de las habitaciones:** Durante los meses del año cuando el hotel tiene menor ocupación, se debe bloquear un grupo de habitaciones o una sección para poder darles el mantenimiento correspondiente.
- **Mantenimiento de exteriores:** Incluye la impermeabilización de techos, pintura, muebles, pasillos, herrería, entre otros. Desde luego, el proceso de impermeabilización debe realizarse antes del periodo de lluvias.

Tabla 58**Mantenimiento correctivo**

<p>Indicador 8: Mantenimiento correctivo</p>
<p>Actividad:</p> <p>El jefe de mantenimiento o la persona encargada debe mantener registros del reporte de fallas identificadas en la operación diaria, así como de las acciones correctivas tomadas en seguimiento a las mismas.</p> <p>¿Cómo hacerlo?</p> <p>Mantenimiento correctivo por reporte</p> <p>Cuando en un departamento del hotel se detecte alguna falla en el funcionamiento de alguna máquina o instalación, se debe realizar lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Solicitar por escrito la reparación. • Después de recibir este reporte, la persona encargada de mantenimiento debe asignar la tarea a alguno de sus empleados • Una vez reparada la falla, el técnico debe notificarlo al jefe de mantenimiento, quien a su vez reportará la terminación del trabajo a la persona que lo solicitó. • Si por algún motivo no se puede arreglar la falla o el procedimiento tardará un largo periodo, se debe avisar también a la persona que solicitó el trabajo. • Al llegar los reportes al departamento de mantenimiento y antes de realizar la asignación de trabajo a cada uno de ellos, se deben anotar en una bitácora de correctivos y calificar su prioridad. • Cuando se analicen los trabajos correctivos, tal vez se observe que algunos de ellos se repiten con mucha frecuencia; en estos casos se debe establecer una rutina o programa de mantenimiento preventivo en esa área para evitar estos reportes o reducirlos al mínimo. • Para que el departamento de mantenimiento termine estos trabajos lo antes posible, es necesario contar con el personal necesario, las herramientas adecuadas, las refacciones requeridas y una magnífica organización. (Báez, 2009)

Mantenimiento correctivo por revisión

- **Habitaciones:** Cada semana o quincena, los operadores de mantenimiento de las habitaciones deben hacer una revisión basada en una lista elaborada con anterioridad. En algunos hoteles esta labor se realiza todos los lunes, ya que este es el día de más baja ocupación. En el anexo 6, se puede revisar un formato de una Hoja de inspección de habitaciones, útil para este punto.
- **Cocina:** Cada semana se debe hacer una revisión de todo el equipo de cocina (refrigeradores, cámaras frías, estufas, extractores, etcétera).
- Existen otras áreas en las cuales también debe hacerse esta revisión; por ejemplo: lavandería, bares, salones, pasillos, jardines, etcétera.

Por otra parte, actualmente existen softwares de gestión hotelera de mantenimiento, los cuales de manera automatizada permiten tener un mayor control de los equipos y edificios, evitando el uso de papeleos y llamadas ya que los planes de mantenimiento se generan automáticamente a diario. Esta es otra opción de gestión mediante el uso de programas o aplicaciones para smartphones que anticipen y eviten daños posteriores en los establecimientos, lo que contribuye directamente con la satisfacción de los huéspedes.

Fuente: (Báez, 2009)

Tabla 59

Insumos operativos

Indicador 9: Insumos operativos

Actividad:

El administrador o el encargado de compras debe mantener registros del consumo de todos los insumos operativos que contemplen niveles de existencia mínimos y máximos.

¿Cómo hacerlo?

El stock es el conjunto de bienes, productos y materiales que dispone una empresa. Dependiendo de si las mercancías son de larga o corta duración, marcaremos un nivel

CONTINÚA ➡

de stock mínimo para cada elemento, de manera que tengamos suficiente para operar. Pero también es necesario establecer un nivel máximo de stock pues de lo contrario la mercancía corre el riesgo de estropearse, caducar, dañarse, quedarse anticuada y nos ocupa un espacio y un dinero que podríamos estar utilizando de manera más productiva y rentable.

Si el stock lo componen físicamente todas las mercancías, el inventario es el listado ordenado de esos elementos o bienes. El inventario completo de una empresa se puede dividir en inventarios parciales, según el tipo de actividad y la manera de organizarse.

En un hospedaje, podemos establecer diferentes inventarios parciales:

- Inventarios de amenidades (jabones, champús, cajas de fósforos, etc.) y objetos propios de cada tipo de habitación (ceniceros, floreros, porta amenidades, canastillas, etc.)
- Inventarios de blancos (sábanas, fundas, muletones, edredones, cobijas, almohadas, toallas, etc.)
- Inventarios de uniformes (cocina, seguridad, lavandería, mantenimiento, administración, camareros/as, etc.)
- Inventarios de mantelería (servilletas, cubre mantel, mantel cuadrado, redondo, faldones, cubre sillas, etc.)

Cada producto debe disponer de una ficha de registro (ver anexo 7), donde aparecen sus características técnicas, la cantidad almacenada, su código de identificación. Esta ficha nos indica cuando necesitamos reponer la mercancía del almacén.

Fuente: (Forteza, 2008)

Tabla 60

Uniforme del personal

Indicador 10: Uniforme del personal
Actividad: El personal de planta debe utilizar uniforme y un distintivo con su nombre para facilitar su identificación.

¿Cómo hacerlo?

Los uniformes son muy importantes en hostelería, debido a que brindan una buena imagen a la empresa, unificación entre colaboradores al no restarles personalidad y por el contrario dar una imagen corporativa; con su uso se genera un ambiente de profesionalidad con una actitud de responsabilidad y trabajo ya que actúa en nombre de la empresa.

Se debe elegir un uniforme adecuado y práctico para que los empleados se sientan cómodos y a gusto en la ejecución de sus labores, y lo puedan transmitir a los clientes. El uniforme debe estar en buenas condiciones, limpio, planchado y con un distintivo con su nombre para facilitar su identificación; estará compuesto por las prendas según la labor que ejerzan los trabajadores.

Tabla 61**Infraestructura adecuada****Indicador 11:** Infraestructura adecuada**Actividad:**

Las instalaciones de la empresa deben contar con infraestructura adecuada o adaptada para facilitar la accesibilidad a personas con alguna discapacidad.

¿Cómo hacerlo?

Según el Reglamento de alojamiento turístico vigente expedido por el Ministerio de Turismo del país, se establece como un requerimiento mínimo de infraestructura para los hoteles y hostales 3 estrellas, que las habitaciones de los clientes deben:

- Contar con habitaciones para personas con discapacidad, según las especificaciones de la Autoridad competente, ubicadas de preferencia en la planta baja del establecimiento.

Tabla 62**Comida tradicional**

Indicador 12: Comida tradicional
<p>Actividad:</p> <p>Para los establecimientos que brindan el servicio de alimentos y bebidas, ofrecer platillos o comida tradicional de la región o país y comida vegetariana.</p> <p>¿Cómo hacerlo?</p> <p>Los turistas para realizar reservaciones de hospedaje observan la variedad de servicios que ofrecen, incluyendo la alimentación, es importante por tal motivo para los establecimientos que brinden el servicio de AA&BB que ofrezcan en su menú o desayunos los platos típicos del cantón como una representación de la cultura y una forma muy particular de dar a conocer la ciudad mediante la degustación de su gastronomía típica.</p> <p>A continuación, se presenta una lista de las preparaciones tradicionales del cantón Latacunga, que se pueden incluir en el menú de los establecimientos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Champús • Chapo • Chugchucaras • Machica Traposa • Morocho de dulce • Mote con chicharrón • Naranjillaso • Togro • Tripas asadas • Hallullas • Queso de hoja • Chaguarmishqui • Chicha

CONTINÚA 

- Tortillas de maíz

Por otra parte, se debe tener el servicio de dietas especiales y restricciones alimenticias bajo pedido del huésped, y en lo posible mantener un menú vigente para personas vegetarianas, de modo que se pueda atender y satisfacer las necesidades de todos los clientes.

Principio E.3.

Gestión de Recursos Humanos

El jefe de recursos humanos o a su vez el administrador de la empresa, debe poner en marcha la ejecución de los siguientes indicadores.

Tabla 63

Descriptor de puestos de trabajo

Indicador 13: Descriptor de puestos de trabajo

Actividad:

Documentar las descripciones de todos los puestos de trabajo, evitando en ellas requisitos potencialmente discriminatorios.

¿Cómo hacerlo?

Desarrollar un manual de puestos de trabajo, en el que se detalle de manera clara y precisa las responsabilidades y procedimientos que están a cargo de cada miembro del personal, aumentará la eficiencia de los empleados, indicándoles lo que deben hacer y cómo deben hacerlo, ayudará a la coordinación de actividades y así se evitarán duplicidades. Bajo lineamientos claros para todo el personal se mejorará la calidad de trabajo en equipo y por tanto se alcanzarán niveles constantes de calidad en la prestación de los servicios.

Para efecto de este indicador se puede usar como referencia a las competencias establecidas por QUALITUR, que es una corporación nacional de derecho privado, que tiene por objetivo elevar la calidad en la prestación de servicios turísticos. Esta

organización tiene especificada Normas Técnicas Ecuatorianas de Competencia Laboral en varios sectores turísticos como el de alojamiento para diferentes cargos como:

- Encargado de reservas
- Recepcionista
- Ama de llaves
- Botones
- Camarera de pisos
- Encargado de mantenimiento
- Recepcionista polivalente
- Jefe de recepción
- Coordinador de eventos
- Auditor nocturno
- Administrador de empresas de alojamiento

Cada cargo, tiene su respectiva norma, código, objeto, alcance, definiciones, disposiciones generales, resultados esperados, competencia (conocimientos, habilidades, actitudes), las mismas que se pueden y se recomienda implementar en un descriptor de puestos de trabajo para los establecimientos de alojamiento, a estas normas se las pueden encontrar en la página web de QUALITUR: www.qualiturecuador.com/contenidos/areas/normas.html, se puede acceder fácilmente a las mismas y dependiendo de la empresa acogerlas y documentarlas para asegurar la calidad del servicio en sus operaciones.

Tabla 64

Selección e inducción de personal

Indicador 14: Selección e inducción de personal

Actividad:

Documentar y aplicar un procedimiento para reclutamiento, selección e inducción de personal, evitando prácticas potencialmente discriminatorias.

CONTINÚA ➡

¿Cómo hacerlo?

El talento humano es de suma importancia, especialmente para un hotel pues el servicio es la parte fundamental. Muchos de los problemas que se presentan en los hoteles se pueden evitar, pues en ocasiones se deben a una mala selección del personal y a un pésimo ambiente laboral.

Proceso de selección de personal

Dependiendo del tamaño del hotel y sus políticas internas, este proceso puede variar. Sin embargo, por lo general, se parece al siguiente:

- a) Elaboración de los análisis y descripciones de puestos del hotel.
- b) Requisición de personal por parte del jefe de departamento respectivo.
- c) Reclutamiento.
- d) Recepción de solicitudes.
- e) Entrevista preliminar.
- f) Solicitud de empleo.
- g) Pruebas de preselección.
- h) Entrevista profunda.
- i) Exámenes psicológicos.
- j) Opinión del jefe inmediato (entrevista y examen de conocimientos).
- k) Encuesta socioeconómica.
- l) Revisión de referencias y antecedentes.
- m) Examen médico.
- n) Contratación.
- o) Inducción.

Del paso c al m del proceso se van eliminando gradualmente los candidatos que no califiquen para el puesto requerido. Se pueden omitir algunos pasos dependiendo del puesto requerido.

Reclutamiento

Es el proceso mediante el cual se atrae a los candidatos para los puestos que el hotel requiere. Existen dos fuentes de reclutamiento:

- a) Internas: Se promueve a las personas que ya están trabajando en el hotel. Cualquier trabajador tiene derecho a ser promovido de un puesto a otro inmediatamente superior vacante, siempre y cuando demuestre tener la capacidad y las aptitudes necesarias para desempeñarlo
- b) Externas: A través de bolsas de trabajo, agencias, familiares, amigos, asociaciones, escuelas de turismo, otros hoteles o restaurantes.

Otras fuentes de reclutamiento son:

- Practicantes de las escuelas de hotelería y turismo.
- Conferencias en escuelas y universidades.
- Entrega de tarjetas a personas de otras empresas. Si se detecta un buen elemento en otra empresa, el gerente de recursos humanos o jefe de departamento lo invita a colaborar con ellos.

También podemos utilizar medios como la prensa, la radio y la televisión, o bien colocar anuncios en los tableros de la empresa.

Entrevista preliminar

Es el primer contacto que la empresa tiene con el candidato. Esta entrevista es de carácter superficial; sin embargo, es el primer filtro que tiene el candidato y nos ayuda para:

- Tener una impresión personal del candidato al puesto.
- Verificar si el candidato reúne los requisitos que requiere el perfil del puesto.
- Aclarar con el solicitante los datos asentados en la solicitud.

Solicitud de empleo

Se recomienda lo siguiente:

- Tener solicitudes elaboradas especialmente para el hotel.
- Deben ser llenadas dentro de la oficina de Recursos humanos.
- Es común que se presenten personas que llevan la solicitud de empleo llenada por amigos o familiares y su forma de escribir nos da una impresión equivocada.
- Se debe añadir una foto actualizada a la solicitud.

- Es muy importante que la solicitud sea firmada por el solicitante.

Pruebas de preselección

Este tipo de pruebas se aplican en algunos puestos de trabajo del hotel y deben ser muy específicas para cada puesto. Por ejemplo:

- Examen de inglés en los puestos de recepción, reservaciones y teléfonos.
- Examen de matemáticas en los puestos que manejan números.
- Examen de contabilidad y aspectos fiscales al personal del área.
- Examen de mantenimiento a los candidatos de esta área.
- Problemas de seguridad a los solicitantes del área.

Deben ser elaborados y evaluados por el jefe de departamento respectivo antes de entrevistar al candidato.

Entrevista profunda

Como su nombre lo indica, se requiere más tiempo para conocer a fondo a la persona y los aspectos particulares de su personalidad, en especial: familia, trabajos anteriores, carácter, motivaciones, actitudes, intereses y cultura.

Se puede usar un modelo de calificación del candidato por el entrevistador (ver Anexo 8)

Exámenes psicológicos

Las pruebas o tests mundialmente conocidos que se pueden aplicar son: Test de Raven, Escala de Wechsler, Test de Dominós, Test de Rorschach, Test de Machover.

Opinión del jefe inmediato

Una de las políticas más importantes en la selección de personal es que la elección del candidato al puesto debe tomarse de común acuerdo por parte del gerente de recursos humanos (o el responsable de la selección del personal) y del jefe de departamento respectivo (o el gerente general).

El gerente de recursos humanos enviará a los candidatos con el jefe de departamento (chef, ama de llaves, contador, jefe de mantenimiento, etc.) para que los entrevisten y

puedan aplicarles las pruebas sobre los conocimientos técnicos que se requieran para entrar a cada departamento.

Los jefes no podrán elegir unilateralmente a ningún candidato sino sólo hacer una evaluación y comentarla con el gerente de recursos humanos. Con base en sus dos evaluaciones respectivas, se hará la selección.

Encuesta socioeconómica

Esta etapa es una de las más importantes del proceso de selección de personal, aunque en algunas ocasiones es criticada o poco comprendida. Esta investigación incluye los siguientes aspectos:

- Investigación de las referencias proporcionadas por el candidato, la cual puede hacerse personalmente, por teléfono, correo o fax.
- Verificación de las cartas de recomendación, las cuales son muy utilizadas en nuestro medio, pero poco veraces. Se ha comprobado que en ocasiones son otorgadas bajo presión del trabajador o como una forma de pactar la “renuncia voluntaria” del empleado.

Así también se pueden investigar otros aspectos relacionados con la situación económica o con el aspecto social como: situación económica de la familia, de quien depende el sostenimiento de la familia, deudas, relaciones familiares, estado de salud, aficiones favoritas, servicios médicos que recibe, entre otros.

Exámenes médicos

Este tipo de examen tiene los siguientes propósitos:

- Conocer si la persona tiene enfermedades contagiosas.
- Saber si el candidato tiene alguna enfermedad que evite que desempeñe su trabajo correctamente. Por ejemplo, si necesita lentes, podemos ayudarlo.
- Conocer si el trabajador sufre alguna enfermedad profesional.
- Obtener indicios acerca de si el trabajador es alcohólico o drogadicto.
- Investigar su estado general de salud.
- En el caso de mujeres, averiguar si están embarazadas.
- Orientar al trabajador sobre la curación de alguna enfermedad.

Es conveniente llevar una ficha médica para anexarla a su expediente en caso de ser contratado. Este examen es una valiosa fuente de información para la empresa y debe ser pagado por el hotel.

Contratación

Los tipos de contratos más comunes en hoteles son:

- Por tiempo indeterminado (con periodo de prueba).
- Por tiempo determinado (con periodo de prueba).
- Por obra determinada (a precio fijo o precio alzado).
- Por tiempo indefinido para comisionistas.
- Prestación de servicios profesionales.
- Jornada reducida.

Dependiendo del tipo de trabajador y del tiempo que se le requiera, será el tipo de contrato que se elabore.

Inducción

Es el proceso para familiarizar al empleado del nuevo ingreso con la empresa y con sus nuevos compañeros. Puede ser de dos tipos: general y departamental.

a) Inducción general

Es impartida por personal del departamento de recursos humanos y se recomienda tener un lugar apropiado, una persona responsable del programa, material audiovisual de apoyo y material impreso, el cual se entregará a cada uno de los nuevos empleados. En esta primera parte se debe incluir lo siguiente:

- Palabras de bienvenida.
- Historia de la empresa (con material audiovisual).
- Tipo de empresa.
- Organigrama (con fotos).
- Instalaciones del hotel: se realiza un recorrido.
- Servicios y prestaciones de los trabajadores.

- Servicios del hotel.
- Seguridad e higiene en el trabajo.
- Filosofía de la calidad del servicio y el huésped.
- Cafetería, casilleros y baños de empleados.
- Políticas generales.
- Días de pago y lugares de pago.
- Reglamento interno: se entrega copia a cada empleado y éste firma de recibido. Se comentan algunos artículos importantes.
- Caja de ahorros.
- Actividades sociales y recreativas del hotel.
- Normas de seguridad en la empresa: incendios, salida de paquetes, visitas, información de huéspedes, regalos de huéspedes, etcétera.

Se recomienda entregar todo lo anterior impreso y en una carpeta a cada trabajador.

b) Inducción departamental

Es impartida por el jefe de departamento respectivo (jefe de recepción, ama de llaves, chef, jefe de seguridad) y debe incluir:

- Presentación de sus compañeros de trabajo y de otras áreas.
- Recorrido por todas las áreas (en el caso de personal de recepción, todas las áreas de cuartos y suites), incluyendo los centros de consumo, restaurantes, bares, salones, etcétera.
- Manual de políticas y procedimientos de trabajo.
- Entrega de la descripción de puesto.
- Uso de instrumentos y materiales de trabajo (por ejemplo, computadora y conmutador). Turnos de trabajo.
- Normas de seguridad en el departamento.
- Atención y servicio en el departamento.
- Controles internos del departamento.
- Procedimientos de emergencia en el hotel.
- Fraseología para contestar el teléfono.

- Horarios para ir al comedor de empleados.
- Bitácoras y libros de control interno.

Muchos de los problemas que existen en los hoteles se deben a que no tienen implementados estos programas de inducción para nuevos empleados.

Fuente: (Báez, 2009)

Tabla 65

Evaluación de la capacitación

Indicador 15: Evaluación de la capacitación
<p>Actividad:</p> <p>Evaluar los resultados del plan formal de capacitación y tomar acciones para la mejora continua de sus contenidos.</p> <p>¿Cómo hacerlo?</p> <p>Posterior a la evaluación de las necesidades de capacitación y a la propia capacitación, se puede reportar, cuántas personas participaron, las temáticas o la intensidad horaria, pero las consecuencias de la capacitación sobre los aprendizajes o nuevos comportamientos en los puestos de trabajo difícilmente son identificadas. Esto hace necesario determinar si la capacitación fue adecuada y cuáles son los resultados e impactos en el desarrollo personal y en el mejoramiento del funcionamiento de las empresas.</p> <p>Por lo anterior, es preciso introducir procesos de evaluación a la gestión de la capacitación, a fin de contar con información sistematizada que contribuya al mejoramiento de la capacitación y de sus contenidos que actualmente deben estar basados en los criterios de sostenibilidad.</p> <p>Instrumento para evaluar los resultados o el impacto de la capacitación</p> <p>La evaluación de los resultados o impacto de la capacitación incluye cuatro niveles:</p>

CONTINÚA 

Nivel 1: Evaluación de reacción/satisfacción

En este nivel se centra en la valoración por parte del participante/asistente de la propia acción de capacitación: la organización, los materiales, los formadores, la pedagogía, ayudas audiovisuales, entre otros. (Ver anexo 9)

Nivel 2: Evaluación de Aprendizaje

La evaluación del aprendizaje, determina el grado en que los participantes realmente asimilaron lo que se les impartió y la forma en que algunos factores pueden afectar el aprendizaje. (Ver anexo 9)

Nivel 3: Evaluación de la Transferencia

La capacitación resulta de escaso valor cuando no mejora el desempeño laboral. Si la transferencia no se produce, las razones para ello deben buscarse en el entorno laboral. La evaluación de la transferencia debe realizarse entre 3 y 6 meses después de realizada la capacitación, a fin de recoger información sobre la utilización de lo aprendido en el puesto de trabajo y el nivel de cumplimiento de los compromisos de aplicación formulados durante el curso de capacitación. (Ver anexo 9)

Nivel 4: Evaluación de los Resultados e Impacto de la capacitación en la organización.

El objetivo de evaluación de resultados e impacto es identificar el impacto directamente derivado de la capacitación sobre los resultados de la empresa y sobre los clientes.

Es recomendable que la evaluación de impacto se realice entre seis meses y un año después de realizada la capacitación. La mejor estrategia de evaluación, aunque también la más compleja, es extraer una relación causa-efecto entre la capacitación y su impacto sobre la empresa. (Ver anexo 9).

Fuente: (Departamento Administrativo de la Función Pública, 2004)

Tabla 66**Desempeño del personal**

Indicador 16: Desempeño del personal
<p>Actividad:</p> <p>Implementar un proceso formal para realizar evaluaciones periódicas del desempeño de su personal.</p> <p>¿Cómo hacerlo?</p> <p>La evaluación del desempeño es un proceso para valorar las actitudes y rendimiento del equipo humano de la empresa y para generar oportunidades de mejora.</p> <p>La importancia de la evaluación del desempeño radica en que permite tomar decisiones sobre cómo se están llevando a cabo las tareas y encontrar las fortalezas y debilidades dentro del equipo de trabajo. Esto permite implementar acciones correctivas y/o preventivas, para poder contar con el mejor equipo humano, al proponer cambios necesarios del comportamiento, actitud, habilidades y/o conocimientos.</p> <p>Se deben hacer evaluaciones periódicas (quincenal o mensual) y permitir que sus trabajadores conozcan y participen de la evaluación. Retroalimente a sus trabajadores y establezcan de común acuerdo, acciones correctivas y/o preventivas.</p> <p>Los principales elementos a tomar en cuenta en la evaluación del desempeño son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Calidad de trabajo y cantidad de trabajo de cada área empresarial y de cada trabajador. • Conocimiento del puesto, iniciativa. Cómo planifica y controla el área/trabajador el uso de recursos y control de costos. • Relaciones con los compañeros, con los superiores, con los inferiores y con el público. Liderazgo, dirección y desarrollo de los subordinados. <p>Se presenta un formato de calificación para esta evaluación en el anexo 10.</p>

Fuente: (Programa de Turismo Sostenible Rainforest Alliance, 2008)

Tabla 67**Incentivos**

<p>Indicador 17: Incentivos</p>
<p>Actividad:</p> <p>Implementar un programa formal de incentivos para los trabajadores que presentan los mejores índices de desempeño.</p>
<p>¿Cómo hacerlo?</p> <p>En términos generales existen dos formas de motivación del personal, que pueden ser usadas para incentivar a los colaboradores con buen rendimiento:</p> <p>a) Motivación económica</p> <ul style="list-style-type: none"> • Premio a la asistencia. • Premio a la puntualidad. • Incentivos por productividad departamental. • Préstamos sin intereses. • Pago por cuarto extra limpiado. • Premio económico al empleado del mes. • Comisiones a los vendedores de eventos y banquetes. • Permisos con goce de sueldo. • Premios por antigüedad (a empleados con 5, 10, 15 o 20 años en el hotel) <p>b) Motivación no económica</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ascensos a otros puestos • Empleado del mes. • Viajes a otros hoteles. • Cursos de capacitación. • Patrocinio de equipos deportivos. • Festejo de cumpleaños. • Fiestas (Navidad, día de las madres).

- Patrocinio de peregrinaciones religiosas.
- Festejo de aniversario del hotel.

Fuente: (Báez, 2009)

Principio E.4. Gestión De Seguridad

Tabla 68

Programa de gestión de seguridad

Indicador 18: Programa de gestión de seguridad

Actividad:

El gerente general debe documentar un análisis formal en el cual se identifiquen los factores de riesgo a los que está expuesta su operación y que podrían afectar la seguridad de clientes, trabajadores, terceros y la planta física.

¿Cómo hacerlo?

Establecer un programa de gestión de seguridad es responsabilidad de la empresa y sus trabajadores, en resguardo de la integridad de todos, bajos los conceptos de sostenibilidad.

Para implementar un Programa de Gestión de Seguridad es muy importante investigar y analizar las causas de los accidentes de trabajo, enfermedades, riesgos y peligros.

Esto no sólo se hace para identificar los errores, sino también para determinar las causas básicas que dan origen a los actos y condiciones inseguras y para establecer acciones que permitan corregir definitivamente la ocurrencia de dichos eventos. Por lo tanto:

- Identifique los riesgos y elabore “escenarios de riesgo” para poder aplicar soluciones y acciones preventivas y correctivas.
- Categorice los riesgos en altos, medios, bajos y tome acciones adecuadas para minimizar o eliminar el riesgo.
- Identifique los diferentes peligros (reales y potenciales) que puedan afectar a la empresa, a sus trabajadores y a los visitantes.

CONTINÚA 

- Desarrolle planes que minimicen las situaciones de riesgo y peligro.
- Realice planes para atender emergencias (naturales, accidentes, enfermedades.).
- Lleve a cabo planes preventivos y comuníquese los a los trabajadores y a los visitantes.
- Busque asesoramiento profesional en aquellas áreas que requieran soluciones técnicas específicas.
- Invierta en el programa de seguridad, capacite a su personal y realice actualizaciones periódicas.
- Realice “auditorías internas de seguridad” en forma periódica y constante.
- Verifique la seguridad de los procesos y procedimientos de la empresa.
- Implemente programas de capacitación en seguridad y programas de simulacros y prácticas de seguridad.

Se debe comparar el costo de las consecuencias de un riesgo contra el beneficio de reducirlo o evitarlo. Es muy importante determinar las amenazas que hay contra la empresa, los trabajadores y/o los visitantes para determinar la vulnerabilidad de la empresa ante riesgos, peligros, enfermedades y acciones delincuenciales, y con ello, tomar las decisiones necesarias.

Fuente: (Programa de Turismo Sostenible Rainforest Alliance, 2008)

Tabla 69

Extintores

Indicador 19: Extintores
<p>Actividad:</p> <p>El administrador debe inspeccionar si en cada área se está usando la clase de extintor adecuado al tipo de fuego para el que podrían ser requeridos.</p> <p>¿Cómo hacerlo?</p> <p>Los extintores son aparatos diseñados para apagar incendios por medio de un chorro de agua o una mezcla química. No se debe usar el mismo tipo de extintor para todas las áreas de la empresa, ya que el tipo de incendio que se puede presentar es distinto, según</p>

CONTINÚA 

el equipo, mobiliario o material almacenado en el lugar, por tanto, es importante inspeccionar si en cada área se está usando la clase de extintor correcto.

Existen diferentes tipos de extintores para sofocar cada clase de fuego. Contar con el adecuado es fundamental para asegurar una adecuada protección.

Clases de Fuego y Agentes Extintores

- Clase A: Combustibles sólidos. Generado por materiales que producen brasas, como papel, cartón, madera, plásticos, goma y telas. La acción de enfriamiento se logra con agentes extintores como Agua Pulverizada o a Chorro, Espuma Física (AFFF) o Polvo Seco Polivalente (ABC).
- Clase B: Se origina por líquidos inflamables, como pintura, nafta, alcoholes, grasa y aceite. Para romper la cadena de combustión son efectivos los mismos agentes del caso anterior y el Polvo Seco Normal (BC).
- Clase C: Se produce sobre elementos con corriente eléctrica. No debe extinguirse nunca con agua porque se corre el riesgo de electrocución. Se utiliza Polvo Seco Normal (BC) y Dióxido de Carbono (CO₂).
- Clase D: Se da en metales combustibles y se sofoca con Polvo Seco Especial (D) para Metales.
- Clase K: Generado en cocinas. Se sofoca solamente con acetato de potasio, agente que evita reigniciones.

Fuente: (MAXISEGURIDAD, 2016)

Tabla 70

Seguros

Indicador 20: Seguros

Actividad:

A criterio del gerente adquirir los seguros más convenientes para cubrir los potenciales riesgos a la seguridad de clientes, personal, vehículos y planta física.

CONTINÚA 

¿Cómo hacerlo?

Entre los seguros más importantes que los hoteles deben adquirir se encuentran los siguientes:

- Seguro de planta física.
- Seguro de personas (de grupo, vida colectiva, nombre, clave, accidentes y gastos médicos mayores).
- Seguro de calderas y aparatos a presión.
- Daños (incendios, explosiones, terremoto, huracanes, etcétera).
- Seguro de robo con violencia.
- Seguro de efectivo y valores.
- Seguro de rotura de maquinaria.
- Seguro de automóviles del hotel.
- Seguro de anuncios luminosos.

Fuente: (Báez, 2009)

Tabla 71**Indicaciones de seguridad****Indicador 21:** Indicaciones de seguridad**Actividad:**

El administrador debe exhibir las indicaciones de seguridad que deben seguirse en casos de emergencia en las instalaciones operativas y medios de transporte.

¿Cómo hacerlo?

La seguridad implica la adopción de medidas que se llevan a cabo para prevenir los accidentes laborales y a clientes, así como mitigar sus consecuencias.

Es importante elaborar un plan de emergencias para definir procedimientos en caso de desastre o amenaza, y desarrollar en el personal destrezas y condiciones que le permitan, rápida y coordinadamente, hacer frente a una emergencia.

Un plan de emergencias informativo debe tener recomendaciones sobre qué hacer en caso de evacuación, sismos, incendios, robos, etc.; estos deben ser exhibidos en las instalaciones de los establecimientos y en el caso de poseer en los medios de transporte.

Principio E.5.

Gestión de Comunicación y Mercadeo

El departamento encargado de realizar las actividades propuestas en este principio es el de ventas, en el caso de que los establecimientos no posean con este departamento, lo realizará el gerente general o el administrador y si es posible contratar servicios de profesionales (empresas o asesores independientes) para obtener mejores resultados.

Tabla 72

Plan de comunicación y mercadeo

Indicador 21: Plan de comunicación y mercadeo

Actividad:

Documentar un plan de comunicación y mercadeo el cual define la estrategia básica para promover su perfil de sostenibilidad.

¿Cómo hacerlo?

Comunicación

La comunicación es la herramienta para dar a conocer los productos y servicios de una empresa, al grupo objetivo de clientes. Su propósito es llevar información clave a los clientes meta e influir en su decisión de compra. Brinda la oportunidad de utilizar sus esfuerzos en sostenibilidad como uno de los argumentos de venta y de posicionamiento en el mercado.

Para establecer una buena comunicación trabaje con los colaboradores y personal especializado en la definición clara del servicio, destacando características especiales que posee la empresa. Incorpore el tema de la sostenibilidad y las acciones emprendidas para alcanzarla, para llegar a los viajeros responsables

Una buena campaña de comunicación atrae la atención de otros sectores interesados en el turismo sostenible (periodistas, instituciones académicas, inversionistas, instituciones financieras, etc.) que pueden colaborar para mejorar la gestión sostenible o los resultados de las acciones de mercadeo.

Estructura de un plan estratégico de comunicación integral

1. Análisis: estudio de la información del entorno externo e interno. Resumen DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades).
2. Antecedentes: análisis de la información de la empresa, historia, ventas, etc.
3. Objetivos: se deben señalar cuáles son los objetivos, qué se quiere conseguir con las actividades que se pongan en marcha. Los objetivos deben poder ser cuantificados, medibles y han de ser alcanzables, realistas.
4. Público objetivo o target de la comunicación. Es imprescindible determinar a quién se va a dirigir la comunicación. Definir cuál o cuáles son los destinatarios o grupos de destinatarios en los que se centrarán los esfuerzos comunicativos, conocer al público al que se dirige la empresa, los medios que utiliza para informarse, el estilo comunicativo que maneja son aspectos claves y críticos que influirán en el éxito de la comunicación.
5. El mensaje: es el elemento que se quiere comunicar eligiendo las características o atributos a comunicar, así como el tono o estilo de la comunicación.
6. Estrategia: elección del modo a desarrollar cada una de las áreas de comunicación con el fin de alcanzar los objetivos.
7. Acciones: concreción de las actividades a desarrollar y los medios a utilizar para desarrollar el plan.
8. Cronograma o calendario: planificación en el tiempo de cada una de las acciones.
9. Presupuesto: cantidad económica que se destinará a la puesta en marcha del plan estratégico de comunicación integral.
10. Control y seguimiento: medición del transcurso y cumplimiento del plan con el fin de realizar acciones de corrección para intentar alcanzar los objetivos marcados. (Bic Galicia)

Mercadeo

El mercadeo o marketing se ocupa de estudiar y dar soluciones referentes a los mercados, los clientes o consumidores (sus necesidades, deseos y comportamiento) y sobre la gestión del mercadeo (o gestión comercial) de las empresas. Utiliza un conjunto de herramientas administrativas y comerciales, cuyo propósito es la satisfacción del cliente.

Es importante desarrollar un plan de mercadeo para todos los productos y servicios de la empresa y contratar los servicios de profesionales para que lo transformen en acciones de mercadeo y publicidad.

Se debe tener objetivos concretos (tiempos, fechas, cifras) de venta y comercialización de cada producto y servicio que ofrece la empresa para relacionarlos directamente al plan de mercadeo.

Etapas de elaboración de un Plan de Marketing

Etapa 1.- (En qué situación se encuentra mi empresa)

Análisis de la situación externa

- Entornos: Entorno económico, tecnológico, legal y administrativo, cultural y social, competitivo, proveedores, clientes, tecnológicos, económicos, culturales y demográficos.
- Competencia
- Mercado

Análisis de la situación interna

- Factores estratégicos internos.
- Factores operativos internos.

Etapa 2.- (Frente a la competencia)

Diagnóstico de la situación

Análisis DAFO en función del análisis externo e interno.

- Debilidades.
- Amenazas.
- Fortalezas.

<ul style="list-style-type: none"> • Oportunidades. <p>Etapa 3.- (A dónde queremos llegar)</p> <p>Definición de los objetivos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Según el análisis DAFO, de la etapa 2. <p>Etapa 4.- (Qué haremos para conseguirlo)</p> <p>Estrategias</p> <ul style="list-style-type: none"> • Para cumplir los objetivos marcados en la etapa 3. <p>Etapa 5.- (Cómo llegaremos)</p> <p>Planes de acción y presupuestos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acciones para ejecutar los objetivos y las estrategias de las etapas 3 y 4. • Propuesta económica de estas acciones. <p>Etapa 6.- (Qué tal lo estamos haciendo)</p> <p>Control del plan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Responsable del control. • Medidas de control.
--

Fuente: (Olamendi, s.f.)

Tabla 73

Materiales de comunicación

<p>Indicador 21: Materiales de comunicación</p>
<p>Actividad:</p> <p>Todos los materiales para comunicación y mercadeo deben estar disponibles en al menos dos idiomas.</p>
<p>¿Cómo hacerlo?</p> <p>Se requiere que los materiales de comunicación y mercadeo como publicidad, promoción de ventas, marketing directo, relaciones públicas, fuerza de ventas, etc., en los cuales la empresa describe sus servicios y gestión sostenible, estén disponibles en el idioma del país anfitrión y en al menos otro idioma que la empresa decida.</p>

Tabla 74**Reconocimientos a la gestión sostenible**

Indicador 22: Reconocimientos a la gestión sostenible
<p>Actividad:</p> <p>Aprovechar los reconocimientos a su gestión sostenible como una herramienta para la comunicación y el mercadeo.</p> <p>¿Cómo hacerlo?</p> <p>Para los casos de empresas certificadas por organizaciones nacionales o internacionales, se podrá dar uso a los sellos obtenidos en sus materiales promocionales e informativos, con las aprobaciones que respalden su uso.</p> <p>Para las empresas que se encuentran implementando esta nueva corriente de responsabilidad ambiental y social para aumentar sus ganancias o posicionar una marca en el mercado, deben aprovechar la coyuntura para empujar un cambio hacia la implementación de prácticas productivas responsables. Dicho cambio en su modelo de gestión se verá recompensado por el reconocimiento del mercado.</p> <p>Actualmente, existen importantes nichos de mercado integrados por personas comprometidas con la conservación del planeta, e interesadas en que las futuras generaciones puedan vivir en armonía con la naturaleza.</p> <p>La disponibilidad de productos y servicios amigables con el ambiente representa un valor agregado para la empresa, pues cada día crece el número de consumidores que agradecen y optan por alternativas sostenibles e incluso, de ser el caso, están dispuestos a pagar un precio más alto por una oferta que lleve consigo una responsabilidad social y ambiental.</p>

Fuente: (Programa de Turismo Sostenible de Rainsforest Alliance, 2008)

Tabla 75**Fidelización de clientes**

<p>Indicador 23: Fidelización de clientes</p>
<p>Actividad:</p> <p>Implementar acciones concretas para promover la fidelización de los clientes.</p>
<p>¿Cómo hacerlo?</p> <p>Un sistema de fidelización crea una asociación entre el cliente y la empresa con el fin de mantenerlo con el tiempo, existen varios sistemas de fidelización para captar y fidelizar al cliente, a continuación, se mencionan algunos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tarjetas de felicitación (cumpleaños, navidad) • Descuentos (rebajas) • Club de clientes (grupo con ventajas) • Comunicación y atención personalizada (conocer el perfil del cliente para enviar y ofrecer servicios personalizados) • Pedir sugerencias y retroalimentación (escuchar consejos de clientes para mejorar) • Exceder las expectativas • Customer Relationship Management (C.R.M) (estrategia para entender y anticipar las necesidades de los clientes)

Principio E.6.**Salubridad en los Servicios de Alimentos y Bebidas**

Estas actividades las deben acoger los establecimientos que posean el servicio de alimentos y bebidas, y deben ser ejecutados por el jefe de este departamento o por la persona encargada del restaurante y cocina del hospedaje.

Tabla 76**Manejo higiénico de alimentos**

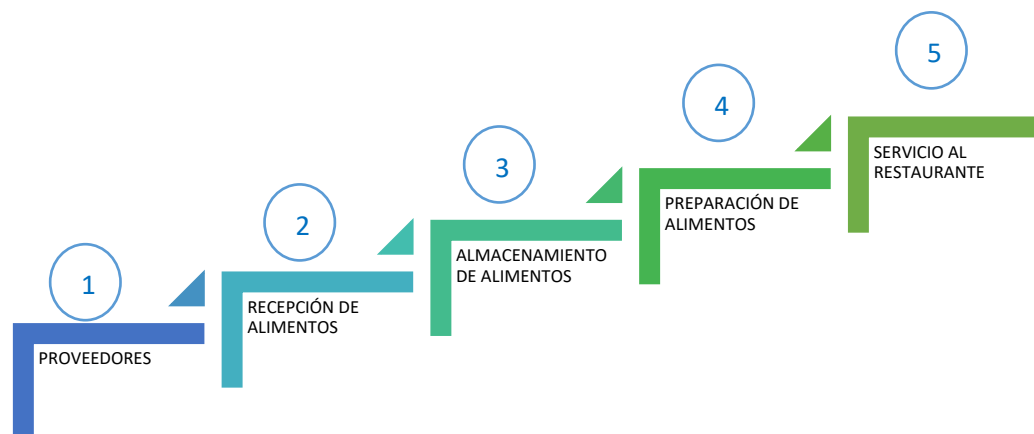
<p>Indicador 23: Manejo higiénico de alimentos</p>
<p>Actividad:</p> <p>Documentar todos los procedimientos específicos y necesarios para asegurar el manejo higiénico de los alimentos y cocina, controlar que toda persona que ingresa en la cocina utilice redecillas o gorros y realizar análisis y registros periódicos para determinar la calidad del agua para consumo humano.</p> <p>¿Cómo hacerlo?</p> <p>Sistema de higiene y manipulación de alimentos</p> <p>La manipulación apropiada e higiene de los alimentos, es una obligación en los procesos de producción para el servicio de AA&BB. Manipular adecuadamente los alimentos no implica tecnología de última generación o mantenimiento de registros específicos. Existen varios sistemas que permiten asegurar la adecuada manipulación de alimentos, entre ellos el HACCP, el Sistema HACCP es una herramienta de prevención para proteger a los alimentos de peligros biológicos, químicos y físicos.</p> <p>Análisis de Peligros y Puntos de Control Críticos (APPCC o HACCP - por sus siglas en inglés), busca:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Certificar la correcta higiene y manipulación alimentaria • Evita la contaminación al determinar los puntos críticos donde esto puede suceder • Define acciones preventivas en estos puntos y monitorea el permanente cumplimiento del programa. <p>Es un certificado de vigencia internacional, que puede ser solicitado para este tipo de negocios. Contar con una certificación HACCP es siempre un paso recomendado que brindará un excelente respaldo a la gestión de su empresa. Si no se accede al certificado HACCP, el establecimiento aún puede desarrollar el sistema de higiene y manipulación alimentaria por su cuenta, para garantizar el correcto manejo de los comestibles.</p>

El sistema HACCP tiene siete principios o etapas que se deben cubrir para la correcta implementación de un programa de prevención de riesgos en alimentos. Aun cuando no se acceda a una certificación, la implementación de sus principios es de suma importancia para garantizar la higiene en las empresas de alimentación. Ellos son:

Principio 1: Desarrollar un análisis de riesgos:

Identifica la manera cómo se elabora un producto culinario e incluye el proceso desde la compra del producto hasta la presentación del plato en la mesa del comensal.

Proceso del producto: desde la compra hasta el consumo



CONTINÚA →

PROVEEDORES

Antes de comprar un producto a un proveedor se debe:

- Identificar el trato (manipulación y manejo) que éste le da.
- Los alimentos deben estar manipulados correctamente.
- Los sistemas de transporte de los alimentos deben ser adecuados para evitar el deterioro de los mismos.
- La cadena de frío a partir del sacrificio, pesca o congelación de ciertos géneros de alimentos debe mantenerse igual hasta que llegue al establecimiento.
- Para la carne, aves o mariscos congelados, la temperatura para su entrega (vehículos refrigerados) o mantenimiento antes de su compra, debe ser la adecuada para garantizar la cadena de frío y evitar contaminación por bacterias.
- La cadena de frío debe conservarse entre los -15°C y los 9°C dependiendo del producto.

RECEPCIÓN DE ALIMENTOS

Dentro del establecimiento, el primer frente de protección contra los microorganismos es la zona de recepción de alimentos. Por lo anterior es recomendable:

- Mantener limpia la zona de recepción, libre de basura, desperdicios y líquidos de recepciones anteriores.
- Realizar una limpieza y desinfección diaria de esta área.
- Colocar anuncios de descarga, con condiciones y horarios permitidos.
- Al recibir los alimentos hay que chequear:
 - Estado de los alimentos: olor y textura indican frescura o contaminación.
 - Estado de las envolturas: empaques no rasgados o rotos; enlatados sin abolladuras, golpes u oxidados.
 - La temperatura: exposición a rangos de temperaturas peligrosas que provoquen el deterioro (contaminación por bacterias) del mismo.

CONTINÚA →

ALMACENAMIENTO DE ALIMENTOS

Una vez recibidos los productos, estos pasan al proceso de almacenamiento, que debe asegurarse:

- Mantener la cadena de frío (no dejar que los productos estén en rangos peligrosos de temperatura).
- Almacenar los productos con respeto a las características de cada uno de ellos:
 - Alimentos congelados: entre los -12°C y los -15°C .
 - Alimentos frescos: entre los 0°C y los 5°C .
 - Alimentos secos: en una bodega seca y ventilada.
- Dentro de las cámaras frías y la bodega de secos:
 - Dejar un espacio de 10 cm entre los estantes y la pared para la circulación de aire y
 - De 20 cm entre el último peldaño y el piso, para control de plagas.
- Nunca se deben colocar los productos en el piso, el contacto perjudica el mantenimiento de los alimentos:
 - Aumenta la humedad de los mismos y
 - Desarrolla bacterias en su superficie.

Hay que tener cuidado con la contaminación cruzada, esta se refiere a contaminar ciertos productos con otros por causa de goteo o por transmisión de olores.

PREPARACIÓN DE ALIMENTOS

- Al preparar los alimentos existen varios instantes que pueden ser críticos para la seguridad alimentaria:
 - Descongelado, Racionamiento, Preparación y Servicio
- Al descongelar evite:
 - Perjudicar la calidad del alimento y rangos críticos de temperatura.
- Al realizar las porciones, cortes, pelado o picado de alimentos:
 - Cuidado con la contaminación cruzada (uso de mismos utensilios para varios alimentos).
 - Hay que recordar que ciertas bacterias inofensivas en las legumbres se vuelven muy agresivas en las carnes o viceversa.
- Al preparar los alimentos, los tiempos y temperaturas de cocción son muy importantes. Entre los 60°C y los 74°C depende del género (carne de res, carne de cerdo, carne de borrego, aves).
- Para la etapa del montaje de los platos, hay que garantizar que no se contaminen, por lo que se debe utilizar guantes.

SERVICIO AL RESTAURANTE

En el proceso de servicio de la cocina a la mesa:

- Es preciso que el personal de restaurante mantenga la línea de higiene.
- La higiene de los meseros, así como la de los utensilios de servicio, darán por terminado el proceso de seguridad alimentaria.

El personal debe estar dotado del siguiente equipo de acuerdo al área de trabajo:

- Abrigo - cuartos fríos
- Zapatos antideslizantes - cocina
- Guantes de caucho y lentes de protección - limpieza
- Gorros, mallas y guantes quirúrgicos - cocina

Principio 2: Identificar puntos críticos de control:

Puntualiza los momentos en donde los alimentos presentan mayor riesgo de contaminación.

Principio 3: Establecer los límites críticos

Este principio se refiere a determinar los límites de tolerancia en aspectos como temperatura, formas de almacenamiento u otros.

Al utilizar el cuadro realizado en el principio 2, se identifican los límites de tolerancia esperados en cada uno de los procesos identificados.

Principio 4: Establecer los procedimientos de monitoreo

Es importante, establecer los mecanismos para verificar que los procedimientos y acciones se están cumpliendo, así como los resultados obtenidos.

- Establecer hojas de chequeo para que el auditor interno o el supervisor pueda evaluar el correcto manejo del sistema de control de riesgos.
- Elaborar los informes de monitoreo de acuerdo a los formatos determinados en el establecimiento.

Principio 5: Establecer acciones correctivas

Establecer acciones para rectificar los errores encontrados en los informes de auditoría y realizar un seguimiento en el cumplimiento de dichas acciones.

Principio 6: Establecer los procedimientos de verificación

- Realizar inspecciones sorpresa de las diferentes acciones de control de riesgo para verificar la forma en que éstas se realizan.
- Efectuar talleres prácticos para ampliar conocimientos acerca de los procesos de seguridad alimentaria.

Principio 7: Establecer la documentación.

- Desarrollar señalización informativa acerca de las políticas de control de riesgo en cada una de las zonas identificadas.
- Difundir carteles explicativos acerca de la correcta ejecución de los diferentes procesos de seguridad alimentaria a seguir en cada uno de los puntos críticos identificados.

Fuente: (Programa de Turismo Sostenible de Rainforest Alliance , 2008)

Tabla 77**Prevención y control de plagas****Indicador 24:** Prevención y control de plagas**Actividad:**

Documentar un programa formal para la prevención y/o control de plagas en la cocina. El personal de cocina debe conocerlo e implementar las medidas del programa, el cual debe contemplar pautas de carácter biológico o que provoquen el menor impacto ambiental.

¿Cómo hacerlo?**Programa de control de plagas**

Un programa de control de plagas debe contemplar por lo menos los siguientes aspectos:

1. Impedir el acceso: Este es el primer frente para el control de plagas.
 - Proteger con malla o cedazo todas las aberturas hacia el exterior: puertas, ventanas, compuertas y dudosa

CONTINÚA 

- Utilizar rejillas antiroedores en desagües, sifones y otros tipos de tubería.
 - Procurar que los espacios en puertas y ventanas sean lo más pequeños posibles.
2. Inspecciones periódicas
 - Inspeccionar semanalmente las áreas propensas a infestaciones: cocinas, baños, área de basura, área de archivo, bodegas, jardineras y área perimetral.
 3. Charlas de concientización al personal
 - Sobre los beneficios de trabajar en un ambiente saludable.
 - Importancia de la limpieza del área de trabajo y todo el establecimiento en el control de plagas.
 4. Inspección de materiales, equipos y productos de nuevo ingreso
 - Implementar el programa de control desde la etapa de productos, así como en la instalación de nuevos equipos y maquinaria del establecimiento.
 5. Reducción de la humedad
 - Elaborar mecanismos de control de fugas de agua en las tuberías y baños. Mantener secas las áreas de cocina, baños, accesos, áreas de almacenaje y producción.
 6. Disposición correcta de los desechos
 - Cada área debe tener los depósitos necesarios para ubicar los desechos orgánicos e inorgánicos.
 - Los contenedores deben estar tapados y secos en su parte exterior.
 - Mantener un centro de acopio final con contenedores grandes, tapados y ubicados fuera del área de cocina, bodega y servicio.
 - Este centro debe estar cubierto, alejado de los rayos del sol y dispuesto sobre una plataforma separada del suelo, para evitar la humedad.
 7. Uso de productos de control
 - Si se utilizan rodenticidas o insecticidas hay que asegurar que son amigables al ambiente y de baja toxicidad para humanos.
 - Estos productos tienen que ser manipulados por personal capacitado.
 - Preferir agentes biológicos para la fumigación.

- Preparar al personal en el correcto uso de los productos y equipos de fumigación o, contratar a una empresa especializada y con experiencia en fumigaciones.
- El cebo se debe colocar en sitios especiales, nunca cerca de anaqueles o productos alimenticios
- Toda la manipulación de productos de control biológico debe hacerse con la debida indumentaria y equipo de seguridad.

Fuente: (Programa de Turismo Sostenible de Rainforest Alliance , 2008)

Principio E.7.

Gestión Sostenible de los Proveedores

Tabla 78

Proveedores sostenibles

<p>Indicador 25: Proveedores sostenibles</p>
<p>Actividad:</p> <p>El gerente del establecimiento debe documentar una política de compras que promueva la contratación preferente de proveedores sostenibles y que defina los parámetros para valorar/evaluar las características sostenibles de los proveedores/insumos o equipos.</p> <p>¿Cómo hacerlo?</p> <p>Una política de compras tiene por finalidad general asegurar la implementación de prácticas de consumo sostenibles.</p> <p>Esta política debe establecer los procedimientos y criterios concretos y formales para evaluar y seleccionar proveedores, equipos, dispositivos e insumos favoreciendo en el proceso la contratación y/o uso preferente de aquellos que presenten las mejores características para fortalecer la gestión sostenible de sus operaciones, y que cumplan con parámetros de calidad, seguridad y salubridad alimentaria.</p> <p>Además, se debe mantener registros que demuestren el monitoreo formal del desempeño sostenible de los proveedores habituales, y en todos los casos posibles, se</p>

CONTINÚA ➡

espera que la empresa pueda aportar evidencia del seguimiento a las observaciones y recomendaciones que hayan resultado del monitoreo a los proveedores habituales, así como de las mejoras inducidas en estos.

Si existe y se aplica una política de compras sostenibles, se garantiza que los insumos o equipos que se adquieren son de origen sostenible, ya que en base a esta política se han seleccionado a los proveedores que manejan buenas prácticas en los ámbitos ambientales, económicos y socioculturales.

Principio E.8. Educación para la Sostenibilidad

Tabla 79

Programa de educación para la sostenibilidad

Indicador 25: Programa de educación para la sostenibilidad

Actividad:

El gerente general debe documentar un programa de educación para la sostenibilidad que defina actividades y metas dirigidas a clientes, colaboradores y la comunidad en general.

¿Cómo hacerlo?

Para promover la adopción de hábitos sostenibles que transformen positivamente el comportamiento de todas las personas con las cuales interactúa, se espera que la empresa documente e implemente formalmente un programa orientado a educar a clientes, colaboradores y la comunidad en general, sobre los temas más relevantes para el desarrollo sostenible.

Este programa debe definir claramente a sus auditorios meta, así como las actividades que desarrollará con cada uno. Asimismo, debe contar con un cronograma documentado y con registros formales que demuestren su implementación.

CONTINÚA 

Además, debe contar con los materiales didácticos o de apoyo para implementar las actividades del programa y fomentar la participación de sus clientes en proyectos que promueven y apoyan la sostenibilidad en favor de su destino y/o comunidad y mantener registros de participación en las actividades del programa.

Los términos educación y capacitación no se interpretan como sinónimos. Educación se define como el conjunto de acciones orientadas a provocar y desarrollar en las personas, la sensibilidad intelectual, moral y afectiva respecto a la naturaleza, la diversidad cultural y las normas de convivencia social. Mientras que capacitación se define como un proceso de enseñanza-aprendizaje mediante el cual se desarrollan las competencias y destrezas del personal para mejorar su desempeño en la realización de labores o tareas específicas que se relacionan con una función de trabajo.

Educación para la Sostenibilidad (ES) se involucra en el fomento de un pensamiento crítico, en la capacitación para la búsqueda de soluciones a los problemas, en la adopción de decisiones de manera participativa y en colaboración. Está orientada en la participación para la acción, puesto que la sola conciencia no produce cambios.

Más allá de sensibilizar y superando la simple transmisión de conocimientos, se promueve la implicación y el compromiso, elementos clave en los programas de ES, ya que supone una forma de acción que tiene gran poder educativo, pero también transformador: lo que aprendemos es, fundamentalmente, resultado de la participación activa y sus vivencias, integrando las experiencias prácticas en la vida personal y profesional. Debemos pensar en un futuro en el que las consideraciones ambientales, sociales y económicas estén en equilibrio en la búsqueda del desarrollo y una buena calidad de vida.

Es esencial comprender la relevancia que tienen nuestras acciones –lo que hacemos o dejamos de hacer- y construir una visión global de las medidas en las que podemos implicarnos. Pero la acción educativa no puede limitarse al logro de dicha comprensión, dando por sentado que ello conducirá a cambios efectivos en los comportamientos: un obstáculo fundamental para lograr la implicación de los

ciudadanos y ciudadanas en la construcción de un futuro sostenible es reducir las acciones educativas al estudio conceptual.

Es necesario, por ello, establecer compromisos de acción en los centros educativos y de trabajo, en los barrios, en las propias viviendas para poner en práctica algunas de las medidas y realizar el seguimiento de los resultados obtenidos. Estas acciones debidamente evaluadas se convierten en el mejor procedimiento para una comprensión profunda de los retos y en un impulso para nuevos compromisos. Este es el objetivo, por ejemplo, de “Hogares verdes”, un programa educativo dirigido a familias preocupadas por el impacto ambiental y social de sus decisiones y hábitos cotidianos.

De este modo, mediante una serie de medidas progresivas, que cuentan con el debido seguimiento, se evita generar desánimo y el consiguiente abandono y se contribuye a la implicación de la ciudadanía para la construcción de un futuro sostenible. Pero el objetivo ha de ser llegar a extender los cambios de actitud y comportamiento al conjunto de actividades que como consumidores, profesionales y ciudadanos podemos realizar.

Con la lectura de la actual guía de buenas prácticas de sostenibilidad, los interesados pueden estructurar un Programa de acción de Educación para la Sostenibilidad con una serie de actividades, impulsando así el establecimiento de compromisos de acciones concretas que impliquen a la ciudadanía y a los futuros ciudadanos y ciudadanas en la construcción de un futuro sostenible.

Naturalmente, no se trata de proponer la puesta en marcha simultánea del conjunto de medidas concebidas. Conviene seleccionar colectivamente, para empezar, aquellas que se vean más fácilmente realizables y consensuar planes y formas de seguimiento que se conviertan en impulso efectivo, favorezcan resultados positivos y estimulen una implicación creciente.

Es preciso comprender, en definitiva, que la Educación por la Sostenibilidad ha de contribuir una Revolución para señalar la necesidad de cambio profundo, radical, en

nuestras formas de vida y organización social; y una Evolución para advertir que ese cambio necesitará esfuerzos prolongados, que no se puede esperar tal cambio como fruto de una acción concreta, más o menos acotada en el tiempo.

Fuente: (Vilches, Macías, & Gil, 2009)

ÁMBITO SOCIO-CULTURAL

La gestión sostenible de las empresas está ligada con su entorno local, pues deben contribuir con el desarrollo de las comunidades en donde realizan su operación; generar puestos de trabajo, adquirir bienes o servicios de empresas locales, trabajar con empresas comunitarias de turismo y promocionar y defender el patrimonio cultural son algunas de las acciones que permitirán dinamizar la economía local y preservar su cultura.

Los actores de la localidad deben trabajar para la conservación y sostenibilidad de los aspectos culturales, rescatar y preservar las costumbres, conocimientos, vestimentas, arquitectura, religión, normas de comportamiento, gastronomía, entre otros. Por ejemplo: si los colaboradores de un hotel les enseñan a sus clientes algunas frases de uso común como: “buenos días”, “gracias”, “buenas noches”, “por favor”, en el idioma nativo, ayudarán a propiciar un ambiente relajado y su cliente se aproximará a la comunidad.

Es indispensable mantener un ambiente socio-cultural sano y fuerte, en el cual las comunidades sientan que participan en el desarrollo turístico y las empresas por su parte promuevan prácticas para preservar el área y así atraer a turistas interesados en temas culturales. (Programa de Turismo Sostenible Rainforest Alliance, 2008)

Principio SC.1.
Contribución al Desarrollo Local

Tabla 80**Actividades para beneficio de la comunidad**

Indicador 26: Actividades para beneficio de la comunidad
<p>Actividad:</p> <p>La empresa debe tomar acciones concretas para la contratación preferente de empresas comunitarias de turismo y participar en la realización de actividades sociales de beneficio para su comunidad.</p> <p>Además de realizar contribuciones en especie o en efectivo para la ejecución de proyectos de beneficio para su comunidad y promover la participación de sus colaboradores en actividades comunitarias de beneficio social y cultural.</p> <p>¿Cómo hacerlo?</p> <p>La empresa turística es un actor de lo que llamamos “comunidad local”, por lo cual, cuando contribuye al desarrollo de su entorno, está contribuyendo a su propio desarrollo. A continuación, se detallan algunas acciones que pueden ser implementadas de forma simple e inmediata para hacer realidad su contribución al desarrollo local y generar beneficios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ayude con la comercialización de productos elaborados por empresas locales conexas en su operación, por ejemplo: artesanías o productos agroindustriales, como mermeladas, dulces, entre otros, productos que pueden ser vendidos en la tienda de la empresa para el consumo de sus visitantes; aproveche el momento de la compraventa para contarle al viajero cómo son producidos y cómo su compra beneficia a la economía y desarrollo local. • Colabore con las empresas comunitarias de turismo de la zona, contratándolas para obtener sus servicios y para orientar a los turistas a que los visiten, como una forma de contribuir al desarrollo local y obtener mutuos beneficios. • Colabore con las gestiones de los grupos comunitarios ante instancias gubernamentales, fundaciones, universidades, entre otros, cuya meta sea

CONTINÚA ➔

alcanzar los objetivos que se han planificado en estos grupos. Por ejemplo, sea usted quien lidere una reunión de la comunidad con una universidad para que ésta realice estudios con los estudiantes, acerca de la flora y fauna del lugar.

- Sea miembro activo de su comunidad, participe en asociaciones o grupos que se formen localmente para la búsqueda de un desarrollo sostenible en la misma. Por ejemplo, si se establece una comisión para gestionar un programa de tratamiento de aguas servidas, sea parte de él.
- Preste las instalaciones de su operación para llevar a cabo las reuniones locales. Con ello, reafirma su apoyo y logrará familiarizar a la comunidad con su empresa y con los procesos sostenibles que ésta maneja. Por ejemplo, si efectúa una reunión de la comunidad aproveche para que ésta conozca como usted recicla sus desechos y al mismo tiempo, motívelos a realizar acciones similares.
- Apoye la creación de un ambiente amigable entre la empresa y la comunidad, por ello promueva la integración entre ambas, mediante la participación mutua en programas sociales, deportivos o culturales
- Delege a una persona específica de su empresa para que realice un calendario anual con los acontecimientos sociales, deportivos y culturales de la comunidad y de la empresa, por ejemplo, varias comunidades mantienen campeonatos de fútbol entre sus miembros y otras comunidades.

Fuente: (Programa de Turismo Sostenible Rainforest Alliance, 2008)

Principio SC.2.

Legalidad y Ética de las Prácticas Laborales

Tabla 81

Reglamento interno de trabajo

Indicador 27: Reglamento interno de trabajo

Actividad:

El gerente general debe documentar un reglamento interno de trabajo que sea conocido por todos sus trabajadores.

CONTINÚA 

¿Cómo hacerlo?

De conformidad con el Art. 64 del Código de Trabajo ecuatoriano, en todo medio colectivo y permanente de trabajo que cuente con más de 10 trabajadores, se debe contar con un Reglamento Interno que determine las obligaciones, derechos y prohibiciones tanto del trabajador como del empleador.

La mayoría de establecimientos no superan la cantidad de 10 colaboradores en cada uno, por tanto, no es obligación de ellos aprobar un reglamento interno de trabajo por el Ministerio de Trabajo, sin embargo, es necesario que cuenten con un reglamento base con criterios esenciales para establecer una buena relación entre trabajador – empleador.

**Principio SC.3.
Respeto a las Culturas y Poblaciones Locales**

Tabla 82**Comportamiento apropiado****Indicador 28:** Comportamiento apropiado**Actividad:**

En recepción se debe tener un procedimiento para informar a los huéspedes sobre cómo comportarse apropiadamente cuando visiten sitios de importancia cultural o interactúen en espacios públicos y privados de la vida local.

¿Cómo hacerlo?

Es muy importante al momento de brindar información turística a los visitantes, darles a conocer además de los atractivos naturales y culturales de la localidad, datos sobre las costumbres locales, códigos de vestido, comportamientos sociales no aceptables, conducta en lugares sagrados, propinas, entre otros. También si se espera el regateo de precios en mercados y tiendas, reacción de los residentes al ser fotografiados y cualquier otro aspecto relacionado con el respeto hacia los valores y usos sociales de la zona, ya que el respeto y la convivencia son factores claves para alcanzar el desarrollo sostenible de una región.

Fuente: (Programa de Turismo Sostenible Rainforest Alliance, 2008)

Tabla 83**Códigos de conducta**

Indicador 29: Códigos de conducta
<p>Actividad:</p> <p>Los administradores de los establecimientos deben tener un acercamiento con las comunidades indígenas y/o locales, para que en conjunto puedan desarrollar, los códigos de conducta y respeto que rigen las actividades que realizan en estas comunidades.</p> <p>¿Cómo hacerlo?</p> <p>El turista debe conocer, con la ayuda de la empresa, los códigos de conducta que encontrará en la localidad que visita.</p> <p>Con el fin de orientar y regular las operaciones de turismo que se llevan a cabo en las comunidades indígenas y/o locales, en conjunto con estos actores desarrollar un código de conducta en el que se presente lo que se espera del turista, lo que se espera de la comunidad y aquello que se espere de la empresa para que el ambiente sociocultural sea una valiosa experiencia.</p> <p>La intencionalidad del código está encaminada a controlar las actividades turísticas para potenciar sus efectos positivos y reducir al máximo los efectos nocivos. Dichos efectos están relacionados con la preservación de los ecosistemas locales, modos de vida, instituciones, cultura y economía de las personas, familias y comunidades anfitrionas.</p>

Tabla 84**Comportamientos de perjuicio social**

Indicador 30: Comportamientos de perjuicio social
<p>Actividad:</p> <p>El administrador debe implementar medidas específicas para evitar comportamientos de perjuicio social dentro de su operación y para evitar la explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes.</p>

¿Cómo hacerlo?

- No discrimine a los empleados por cuestiones étnicas, de género, raza, cultura o religión. La diversidad crea un ambiente que ayuda al rescate de las culturas locales y es otro atractivo de su emprendimiento.
- Al momento de contratar, muestre preferencia hacia personas que demuestren su capacidad y que sean de grupos minoritarios o con pocas posibilidades de obtener empleo en otras actividades productivas de la zona por motivos económicos, físicos, étnicos o intelectuales.
- La Organización Mundial del Turismo, impulsa un código para la Prevención de la Explotación Sexual de Niños y Adolescentes, que podría darse a raíz de la relación que se genera por el turismo en una comunidad. Examinar el código para implementar las medidas necesarias.

Fuente: (Programa de Turismo Sostenible Rainforest Alliance, 2008)

Tabla 85**Satisfacción de la comunidad****Indicador 31:** Satisfacción de la comunidad**Actividad:**

El gerente general debe evaluar el grado de satisfacción y los reclamos de la comunidad local, sobre las actividades promovidas a su favor.

¿Cómo hacerlo?

Para efectos de cumplimiento de este indicador se puede usar el modelo SERVQUAL que permite medir la calidad del servicio, conocer las expectativas de clientes y el aprecio al servicio.

Este modelo se lo puede adaptar dirigiéndolo hacia la comunidad, para así conocer opiniones sobre las actividades que realiza la empresa en la localidad, así como comentarios y sugerencias que permitan mejorar la contribución a la población local.

El esquema se agrupa en cinco dimensiones, cada una tiene un significado y en este caso se lo acoplará para la comunidad.

- Elementos tangibles: Hace referencia a la apariencia de las instalaciones físicas, equipos, empleados y materiales de comunicación.
- Fiabilidad: Habilidad de prestar el servicio prometido de forma precisa.
- Capacidad de respuesta: Deseo de ayudar a la comunidad y de servirles oportunamente.
- Seguridad: Conocimiento del servicio prestado y cortesía de los empleados, así como su habilidad para transmitir confianza a los habitantes.
- Empatía: Atención individualizada.

Las cinco dimensiones se desagregan en ítems que pueden ser aplicados a manera de encuesta para los habitantes de la localidad, se pueden utilizar los establecidos o crear nuevos en base a las dimensiones mencionadas, con el fin de conocer el grado de satisfacción o reclamos de la comunidad respecto a las actividades que los establecimientos de alojamiento promueven en la zona.

Fuente: (Mendoza, 2009)

Principio SC.4.

Rescate y Protección del Patrimonio Histórico – Cultural

Tabla 86

Actividades turísticas con la comunidad

Indicador 32: Actividades turísticas con la comunidad

Actividad:

El gerente de la empresa debe contar con el consentimiento expreso de las comunidades indígenas y/o locales para incluirlas en actividades turísticas.

¿Cómo hacerlo?

La empresa y la comunidad deben apoyarse mutuamente para la realización de actividades turísticas, y programar encuentros para que el huésped pueda disfrutar del

CONTINÚA →

patrimonio cultural local, es recomendable apoyar y desarrollar encuentros culturales entre el turista y las comunidades locales, tanto dentro de la operación como en sus alrededores, por medio de su programación y difusión como actividades opcionales de la empresa como se presentan a continuación, o divulgando las que ya tienen establecidas las comunidades.

- Se puede fomentar la participación activa y de aprendizaje, por parte de los turistas, en actividades de producción creativa de artesanías de la comunidad. Junto con las personas de comunidad desarrolle un paquete, en el cual los turistas puedan aprender y realizar dichas actividades.
- Otra actividad es el intercambio de danzas y músicas tradicionales. La comunidad puede ofertar una pequeña presentación de música y danza, y posteriormente, se invitará a que los turistas enseñen este aspecto de su cultura. Consecutivamente, se debe establecer una reunión donde se comenten los hechos.
- Mantenga, en un lugar visible, el calendario de fiestas de la comunidad, especificando a cuál de ellas los turistas pueden acceder como observadores y/o participantes invitados.

Fuente: (Programa de Turismo Sostenible Rainforest Alliance, 2008)

Tabla 87

Apoyo al patrimonio cultural

Indicador 33: Apoyo al patrimonio cultural
<p>Actividad:</p> <p>El establecimiento debe apoyar formalmente actividades de investigación, manejo y/o protección de algún sitio de patrimonio cultural de importancia arqueológica, histórica y/o sagrada.</p> <p>¿Cómo hacerlo?</p> <p>La operación turística y la comunidad deben participar en procesos de rescate y enriquecimiento cultural, algunas recomendaciones que motive la protección del patrimonio cultural son:</p>

CONTINÚA ➡

- Solicite junto con la comunidad, a universidades y otros centros académicos ayuda para que pasantes puedan realizar estudios sobre el patrimonio cultural del lugar donde se encuentra la operación.
- Invite a los turistas a realizar donaciones que estén destinadas al rescate y preservación del patrimonio cultural-histórico de la comunidad local. Sea explícito en cómo se puede realizar la donación, e indique para qué será utilizado este ingreso.
- Mantenga información disponible para los turistas sobre los lugares y las empresas de la comunidad que ofertan productos artesanales, obras de arte u otros trabajos con valor cultural.
- La empresa turística debe incorporar, en su oferta, información sobre la historia, cultura y tradiciones de la localidad. Estos contenidos se pueden presentar de diversas maneras y la información debe estar disponible en al menos dos idiomas.
- Información cultural le puede ayudar para adoptar nombres locales en su empresa, por ejemplo, varios hoteles les designan a sus habitaciones nombres geográficos de la región. Esto les facilita la decoración del lugar, ya que pueden hacerlo con base en el nombre de cada habitación. De la misma manera, otros pequeños hoteles han adoptado a sus habitaciones con nombres de artesanías, canciones o personajes ilustres de la región.

Fuente: (Programa de Turismo Sostenible Rainforest Alliance, 2008)

ÁMBITO AMBIENTAL

Actualmente los viajeros tienen una amplia conciencia ambiental y social, por tanto, es necesario que los empresarios turísticos adopten prácticas amigables con el ambiente. En esta sección de la guía se busca promover una relación sostenible entre los recursos naturales, el ambiente y el turismo; también funciona como instrumento para seleccionar proveedores o socios turísticos con base en los criterios de sostenibilidad.

Si se implementan las recomendaciones para proteger el ambiente y reducir las emisiones contaminantes, la empresa ahorrará dinero, porque consume menos recursos

como agua, energía, genera menos desechos y recicla, además se ganará una buena reputación y prestigio con los clientes al observar el compromiso de los establecimientos por salvaguardar el planeta.

**Principio A.1.
Cambio Climático**

Tabla 88

Cambio climático

<p>Indicador 34: Cambio climático</p>
<p>Actividad:</p> <p>Se sugiere aplicar las siguientes recomendaciones como iniciativa para mitigar el cambio climático.</p>
<p>¿Cómo hacerlo</p> <p>El calentamiento global es un problema que afecta a los ecosistemas y en gran medida a la industria turística, éste consiste en un cambio en la temperatura global promedio del planeta, el proceso de cambio climático es una fase normal, el problema radica en que las personas con sus actividades y formas ineficientes de consumo y contaminación aceleran este proceso natural, incrementando el efecto invernadero con la emisión de mayores cantidades de gases efecto invernadero (GEI).</p> <p>El efecto invernadero es un fenómeno natural gracias al cual se mantiene una temperatura media constante en la superficie de la tierra debido a que ciertos GEI (dióxido de carbono, metano, vapor de agua, óxido de nitrógeno, clorofluorocarbonos) retienen el calor del sol y evitan su disipación hacia el espacio exterior. Este efecto es necesario para mantener la vida en el planeta, pero cuando se altera la composición de la atmósfera es decir cuando se aumentan los GEI el calor ya no se libera sino se retiene, por lo que se debe controlar la emisión de estos gases para mantener una estabilidad del clima y evitar el calentamiento global, algunas acciones que permitan reducir el cambio climático se presentan a continuación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Informe a su personal y a los turistas sobre el calentamiento global, sus implicaciones para la empresa y las maneras de mitigar sus efectos (ej.: uso de

medios de transporte alternativos, participación en reforestaciones, uso racional de energía, etc.).

- Cultive árboles nativos y/o contribuya con las áreas naturales protegidas. Los árboles nativos ayudan a absorber el dióxido de carbono de la atmósfera.
- En lo posible contar con registros formales que demuestran el cálculo de las emisiones de Gases Efecto Invernadero (GEI) provocadas por la empresa. Los cálculos de estas emisiones se los puede realizar mediante calculadoras digitales que se las puede encontrar en internet.
- Siga las recomendaciones de los temas de agua, energía, desechos sólidos y contaminación que se presentan en esta guía, ya que reducen la producción de gases de efecto invernadero.

Fuente: (Programa de Turismo Sostenible Rainforest Alliance, 2008)

Principio A.2.

Uso Racional del Agua

Tabla 89

Ahorro en el consumo del agua

Indicador 34: Ahorro en el consumo del agua
<p>Actividad:</p> <p>Ejercer las siguientes recomendaciones para generar un ahorro en el consumo del agua, las actividades deben ser realizadas tanto por el área directiva como la operativa de la empresa dependiendo del alcance de la indicación.</p> <p>¿Cómo hacerlo?</p> <p>En la práctica, es relativamente fácil efectuar ciertos cambios en los hábitos de consumo de agua para obtener buenos resultados en muy corto tiempo, por ello, se recomienda:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contar con un plan actualizado en forma anual, en el cual se describa: a) acciones previstas para reducir el consumo y/o mantenerlo dentro de parámetros o rangos predefinidos por la empresa como aceptables; b) procedimientos para el monitoreo formal del consumo; y c) acciones para fomentar entre clientes y

CONTINÚA ➡

colaboradores, el uso racional del agua. Designar un responsable para implementar las acciones del plan.

- Mantener controles y registros periódicos sobre el uso de agua. Instale medidores de caudal por áreas operativas (habitaciones, lavado de autos, etc.) para determinar cuáles consumen más agua y con ello, lograr facilitar las labores de localización de fugas y mantenimiento.
- Llevar un registro como el que se muestra a continuación. Considere la información que aparece en el recibo de agua de cada mes.

Fecha	Área	Consumo(m3)	Observaciones	Responsable
Enero 2018	Cocina	300	Aumento de 80 m3 con respecto al mes anterior. Revisar fugas.	Jeniffer Japón

- Calcule la cantidad de agua consumida por visitante y/o actividad turística. Determine, después de poner en práctica las medidas que se aconsejan en esta guía, si éstas han sido efectivas en términos de ahorro de agua o si necesita implementar medidas adicionales.

Medidas en habitaciones y baños

- Motive a los turistas a participar en el ahorro de agua. Proporcione instrucciones sobre cómo pueden ayudar en esta tarea. Utilice medios discretos, pero a la vez, visibles y atractivos para comunicar los consejos de ahorro, como una tarjeta impresa en la habitación o rótulos colocados estratégicamente en distintos puntos de la compañía.
- Inste a los turistas a poner en práctica las siguientes acciones:
- Cerrar la llave del agua cuando no la estén utilizando (mientras se cepillan los dientes, se afeitan o se enjabonan).
- Reutilizar las toallas y las sábanas que estén limpias: podrían poner en el suelo aquella ropa de cama o las toallas que quieren que sean lavadas y dejar en su lugar la que aún está limpia; de esa manera, al no lavar toda la ropa de cama, ni las toallas cada día, un hotel pequeño puede ahorrarse más de 5 000 litros de agua al mes.

- Utilice inodoros eficientes que sólo emplean 6 litros de agua por cada descarga (los convencionales consumen el triple de esa cantidad). Esta acción puede ahorrarle 50% de agua en los baños.
- O a su vez contar sistema dual de botones con división para evacuar: una de 2L para vaciado parcial, y otra de 4L para evacuación completa de sólido y líquido.
- Adquiera dispositivos reductores de caudal para grifos y duchas, tales como los aireadores o perlizadores; éstos son económicos, de fácil instalación y ahorran gran cantidad de agua.

Ahorro de agua en la cocina y en la lavandería

- Recomiéndeles a sus empleados lavar frutas y verduras en un recipiente con agua en lugar de hacerlo bajo la llave abierta. Reutilice esa agua para regar el jardín.
- Utilice la lavadora de platos y la lavadora de ropa cuando tengan cargas completas. En caso de no contar con un aparato para lavar platos, pídale al encargado de esa tarea que enjabone los platos con el grifo cerrado.
- Use lavadoras eficientes, que no consuman más de 60 litros de agua por 4 kilogramos de ropa en el ciclo normal de algodón.
- Instale válvulas limitadoras de flujo en aquellos casos en los que desea regular la cantidad de agua que utiliza una actividad; de esta manera, se asegurará que sólo se utilice el volumen de agua necesario para terminar el proceso.

Para el jardín y la limpieza de las instalaciones

- Reutilice las aguas grises (las usadas en el lavado de ropa o provenientes de las duchas) para irrigar jardines y limpiar patios, paredes, garajes o pavimentos. En el mercado hay sistemas que consisten en tuberías y depósitos que recolectan esas aguas y las depuran.
- Capte el agua de lluvia y úsela para regar jardines o para lavar instalaciones y vehículos. Existen sistemas en el mercado (también se pueden fabricar a bajo costo), que permiten captar el agua de lluvia que cae sobre el techo y mediante canaletas trasladan el líquido a un depósito de almacenamiento.

Fuente: (Programa de Turismo Sostenible Rainforest Alliance, 2008)

Principio A.3.
Uso Racional de la Energía

Tabla 90**Ahorro de energía**

<p>Indicador 35: Ahorro de energía</p>
<p>Actividad:</p> <p>Seguir las recomendaciones propuestas para generar un ahorro en el consumo de energía. Las actividades las deben ejecutar tanto los directivos como los colaboradores de la empresa, según el alcance de la sugerencia.</p> <p>¿Cómo hacerlo?</p> <p>Las buenas prácticas en el uso de la energía dan buenos resultados rápidamente. Las siguientes son algunas de las recomendaciones que puede aplicar en su empresa:</p> <p>Medidas generales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cotar con un plan actualizado en forma anual, en el cual se describa lo siguiente: a) acciones previstas para reducir el consumo y/o mantenerlo dentro de rangos predefinidos por la empresa como aceptables; b) procedimientos para el monitoreo formal del consumo; y c) acciones para fomentar entre clientes y colaboradores, el uso racional de la energía. Designar un responsable para implementar las acciones del plan. • Calcule la energía consumida en su empresa. Determine cuál es el consumo mensual (usualmente se mide en kWh, kilovatios hora; en un hotel se divide la cantidad total consumida entre el número de huésped/noche) y el volumen consumido de otras fuentes de energía como diésel, gasolina o gas. Encárguele a un miembro del personal esta labor. • Recorra las instalaciones de su empresa e identifique en cuáles áreas se gasta más energía y cuáles oportunidades de ahorro se presentan. • Coloque rótulos en las instalaciones para pedirles a los turistas que apaguen las luces, la calefacción y otros aparatos eléctricos cuando no los necesiten.

CONTINÚA 

- Compre productos cuyo mantenimiento requiera menos energía, como toallas y ropa de cama de algodón orgánico que pueden ser lavadas a bajas temperaturas.
- Aproveche el calor del sol para secar la ropa de cama, los manteles y los uniformes.
- Realice arreglos en la arquitectura de las instalaciones, de manera que haya buena ventilación, superficies que reflejen el calor, aislamiento de techos y ventanas.
- Analice qué tipos de energías alternativas se pueden implementar en su localidad. Determine si puede integrar sistemas de energías alternativas en su institución gradualmente, por ejemplo, biodigestores o paneles solares para calentar el agua.

Iluminación

- Aproveche al máximo la luz solar.
- Instale tragaluces para introducir mayor cantidad de luz en las instalaciones.
- Instale sensores y controles automáticos o temporizadores para apagar automáticamente las luces en bodegas, salas de reuniones o áreas públicas.
- Dotar las habitaciones con iluminación artificial de bajo consumo, como fluorescentes o halógenos, o mejor aún con los novedosos diodos emisores de luz blanca conocidos como LED.
- Utilice bombillas que consumen menos energía en el vestíbulo, el jardín, los pasillos y otras áreas de uso común, por ejemplo, use lámparas fluorescentes de tecnología reciente que duran hasta 10 veces más y emplean alrededor de un tercio de la electricidad que consumen las bombillas incandescentes regulares.
- Ilumine cada área de acuerdo con su función, es decir, menos iluminación para las áreas que no son tan usadas.
- Colocar lámparas de carga solar en jardines y exteriores.

Electrodomésticos

- Compre aparatos eléctricos modernos y eficientes en cuanto al uso de energía. Lea las etiquetas que le informarán cuánta energía consumen.

- Desconectar los electrodomésticos hasta nueva ocupación.
- Coloque baldosas en vez de alfombras, de esa manera, no necesitará utilizar aspiradora.
- Sitúe la refrigeradora y los aparatos de aire acondicionado lejos de fuentes de calor.
- Utilice cocinas de gas, pues emplean menos energía.
- En el uso de equipos de oficina, configurar las computadoras en el modo “ahorro de energía”.
- Apagar y si es posible, desconectar el computador, impresora y demás aparatos eléctricos una vez finalizada la jornada de trabajo.
- Realizar las impresiones imprescindibles únicamente, hacerlo con papel reciclado e imprimir en doble faz

Fuente: (Programa de Turismo Sostenible Rainforest Alliance, 2008)

Principio A.4.

Protección de la Biodiversidad

Tabla 91

Conservación de la biodiversidad

Indicador 35: Conservación de la biodiversidad
<p>Actividad:</p> <p>El área de recepción debe informar a los turistas sobre las recomendaciones propuestas de biodiversidad en este indicador, así como el administrador deben tomar en cuenta lo referente a biodiversidad en jardines.</p> <p>¿Cómo hacerlo?</p> <p>Biodiversidad</p> <p>El turismo, con el manejo adecuado, puede contribuir en la conservación de la naturaleza. Muchos turistas que se hospedan en la ciudad realizan un turismo de naturaleza al visitar atractivos como: El Parque Nacional Cotopaxi, la laguna del Quilotoa, las termas de Cunuyacu, la Reserva Ecológica Los Illinizas, el Área Nacional de Recreación el Boliche, el Parque Nacional Llanganates, entre otros; en los cuales</p>

CONTINÚA ➡

existe la presencia de organismos silvestres que hay que proteger. La empresa puede implementar las siguientes recomendaciones para mantener la calidad del destino turístico de manera sostenible.

- Impida el ingreso de plantas, animales u otros organismos que no sean propios de la zona, ya que las especies exóticas pueden competir con las nativas y afectar su ciclo de vida.
- Oriente a sus turistas en cuanto a la forma adecuada de comportarse en una excursión para observar organismos silvestres. No permita acciones que afecten el bienestar de los organismos silvestres.
- Evite que se alimente a los animales silvestres, porque esto genera dependencia de los seres humanos. Instruya al personal y a los turistas sobre este aspecto.
- Recuérdeles a su personal y a sus clientes que no deben extraer plantas o sus partes, pues pueden ser el alimento de los animales de la región.

Biodiversidad en jardines

Los establecimientos de alojamientos del estudio se encuentran en la ciudad, sin embargo, algunos mantienen áreas verdes o jardines, y estos se pueden convertir en aliados para preservar la biodiversidad de la zona ya que si tienen una gran variedad de plantas nativas son muy atractivos para la fauna silvestre, ya que ofrecen alimento y refugio para los animales.

A continuación, una serie de recomendaciones que la empresa puede implementar para conservar la biodiversidad además de mejorar la apariencia de los establecimientos.

- Utilíce para la decoración de sus áreas verdes, plantas nativas como: 7 cueros, anturios, palmeras, arupos, jazmín, jacarandá, cholán, yalomán, piquil, retama, cauchos, helechos, lengua de suegra, chifleras, entre otros que se pueden adquirir en viveros, estas requieren menos mantenimiento, están adaptadas al clima y a las condiciones de suelo locales; de preferencia escoger las tenga floración durante todo el año, lo cual ayuda a embellecer el entorno, además atraen aves, mariposas y otros organismos nativos.

**Principio A.5.
Conservación de Áreas Naturales**

Tabla 92

Protección de áreas naturales

<p>Indicador 35: Protección de áreas naturales</p> <p>Actividad:</p> <p>Se recomienda seguir las siguientes recomendaciones para apoyar la conservación de áreas naturales estatales o privadas.</p> <p>¿Cómo hacerlo?</p> <p>Es importante la protección de los parques nacionales y demás áreas naturales protegidas porque contienen elementos muy atractivos para los turistas y el turismo puede causar graves daños en las áreas naturales (desechos, erosión de senderos, alteración en el comportamiento de los animales) y las áreas degradadas reciben menos visitación; a continuación, se presenta una lista de recomendaciones para promover su cuidado.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Motive a los miembros de su personal a que trabajen como voluntarios en las áreas naturales cercanas a la empresa, por ejemplo, en la recolección de desechos de los senderos. • Establezca una buena relación con los administradores de las áreas naturales protegidas estatales o privadas; de esa manera, pueden coordinar esfuerzos para la protección de dichas áreas. Ofrézcales datos acerca de su empresa para que puedan recomendarla a los visitantes. • Informar a sus huéspedes sobre cómo comportarse responsablemente cuando visitan áreas naturales y de conservación. • Evite que los turistas se involucren en actividades que causen impacto ambiental negativo (como andar en motocicleta en pleno sendero). • Fomente el seguimiento de los códigos de conducta dentro de las áreas naturales, por ejemplo, no permita que los grupos de turistas se salgan de los senderos,
--

CONTINÚA ➡

molesten a los animales, ni que extraigan plantas, animales u otros seres del bosque.

Fuente: (Programa de Turismo Sostenible Rainforest Alliance, 2008)

Principio A.6. Prevención de la Contaminación

Tabla 93

Disminución de la contaminación

Indicador 36: Disminución de la contaminación
<p>Actividad:</p> <p>Se recomienda que el gerente propietario o administrador de la empresa acoja las siguientes pautas para mitigar la contaminación causada con sus operaciones.</p> <p>¿Cómo hacerlo?</p> <p>El objetivo de esta sección consiste en facilitar una serie de medidas para que las empresas turísticas minimicen las fuentes de contaminación, para evitar el riesgo de brotes de enfermedades y contribuir a la salud del ambiente y las comunidades.</p> <p>A continuación, se presenta una serie de recomendaciones para reducir la contaminación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determine cuáles son las principales fuentes de contaminación cercanas a la empresa. Identifique el impacto que causa esa contaminación y busque soluciones al respecto. • No utilice pinturas que contengan plomo, pues son un peligro para la salud. • No use productos en aerosol que tengan clorofluorocarbonos (CFC), ya que dañan la capa de ozono. • Evite quemar llantas o desechos. • Coloque rótulos en sitios donde haya gran cantidad de sustancias contaminantes, como en los depósitos de combustibles.

CONTINÚA 

- Enséñele al personal cómo almacenar y manejar las sustancias potencialmente tóxicas.
- Dar preferencia a la utilización de productos de higiene y limpieza biodegradables o de bajo impacto ambiental.
- Compre limpiadores y detergentes biodegradables (jabones, desinfectantes, desengrasantes) efectivos en agua fría. Lea la etiqueta del producto. No compre los que tengan fosfatos o fosfonatos.
- Utilice limpiadores naturales como sal, limón, vinagre, agua oxigenada y bicarbonato de sodio.
- Procurar que si se provee jabón para uso del huésped sea elaborado con productos biodegradables, de producción local y en presentación con dispensador.
- Regular el uso de agroquímicos en los jardines y adoptar prácticas de agricultura sostenible u orgánica.

Recomendaciones para reemplazar productos químicos por productos no contaminantes en el manejo de manchas

Producto	Mancha	Procedimiento
Limón	Sudor	Dejar la prenda con bicarbonato y limón por unos minutos.
	Vino en ropa de color	Sumergir la zona manchada en agua fría con amoníaco y limón.
Leche	Vino en ropa blanca	Empapar la prenda con leche hirviendo.
	Tinta	Mojar la mancha con leche tibia o zumo de limón y dejarlo reposar una hora. Lavar con abundante agua.
Amoniaco	Te en algodón	Poner zumo de limón y amoníaco en la mancha. Lavar con agua fría.
	Sangre seca	Lavar la prenda con agua y amoníaco.
Sal	Manchas varias	Colocar sal sobre la mancha, luego lavar con agua y jabón.
Vinagre	Café	Frotar la mancha con vinagre y alcohol en partes iguales, dejar secar y lavar la prenda de manera habitual.
	Humedad de cuero	Frotar con agua y vinagre.
	Maquillaje	Sumergir la prenda en agua con vinagre antes de lavarla de la manera habitual.
	Óxido	Aplicar un poco de vinagre sobre la mancha.

	Gaseosas oscuras	Enjuagar la ropa con agua y vinagre caliente. Dejar que la mezcla actúe y lavar normalmente.
Agua oxigenada	Ropa amarillenta	Frotar la prenda con agua oxigenada mezclada con agua del grifo.
Agua	Aceite/grasa	Restregar con jabón líquido en seco antes de lavar con agua.
		Antes de meter la prenda en la lavadora, frotarla con jabón para vajillas.
Talco	Grasa	Espolvorear la mancha con talcos, después se coloca encima un trocito de papel higiénico. Pasar la plancha por encima del papel higiénico a una temperatura baja. El talco absorberá la grasa y desaparecerá la mancha de la prenda.

Aguas servidas

- Procure que las instalaciones de su empresa estén conectadas a un buen sistema de tratamiento de aguas servidas. Utilice sistemas de tratamiento, como el tanque séptico construido de acuerdo con el tamaño de la operación y las características de los suelos.
- Asegúrese que las aguas servidas no descarguen directamente en las fuentes de agua naturales (ríos, lagunas).

Fuente: (Programa de Turismo Sostenible Rainforest Alliance, 2008)

Principio A.7.

Manejo Responsable de los Desechos Sólidos

Tabla 94

Reducir, reutilizar, reciclar

Indicador 37: Reducir, reutilizar, reciclar
<p>Actividad:</p> <p>El gerente o administrador de la empresa debe tomar en cuenta las siguientes recomendaciones para un manejo responsable de los desechos sólidos.</p> <p>¿Cómo hacerlo?</p> <p>Los desechos o residuos sólidos son una de las principales fuentes de contaminación ambiental. Una gran cantidad de actividades humanas generan toneladas de desechos</p>

CONTINÚA ➡

sólidos diariamente. Usualmente, en el mejor de los casos, estos residuos se envían a rellenos sanitarios, pero un gran porcentaje termina en botaderos “a cielo abierto”.

Residuos sólidos y tiempo que tardan en degradarse	
Residuo	Tiempo en degradarse
Cáscara de banano	1 mes
Bolsa de papel	1 mes
Goma de mascar	Hasta 5 años
Colilla de cigarro	1,5 a 12 años
Tetra brick	Hasta 30 años
Bolsa de plástico	10 a 150 años
Botella de plástico	100 a 1000 años
Lata de aluminio	200 a más de 500 años
Aros de plástico en latas de cerveza	Más de 400 años
Baterías	Más de 1000 años
Botella de vidrio	4000 a 1 000 000 de años
Poliestireno (Telgopor, unice, estereofón)	No se degrada

- Es importante que la empresa implemente un programa para el manejo de los desechos sólidos, en el cual se describa: a) acciones previstas para propiciar la reducción de desechos provocados por las operaciones de la empresa; b) procedimientos para el manejo responsable (reutilización, reciclado y/o disposición final); y c) acciones para fomentar entre huéspedes y colaboradores, la reducción y el manejo responsable.
- El programa debe contemplar estrategias y procedimientos específicos para la reducción y manejo responsable de los siguientes tipos de desechos: a. Orgánicos (secos y húmedos); b. Inorgánicos reciclables (ej.: vidrio, lata, papel, aluminio, cartón, plástico); c. de construcción; d. no tradicionales o de manejo especial; y e. Tóxicos o peligrosos.
- Los desechos se deben tratar y disponer en forma adecuada. Existe una serie de acciones que ayudan a reducir el problema de los residuos sólidos; por ejemplo, las denominadas “3Rs”, a saber:

Reducir: El primer paso es reducir las cantidades de productos consumidos, inclusive los empaques.

Reutilizar: Implica diseñar un plan para usar nuevamente los materiales, para fines variados.

Reciclar: Aquellos materiales que no puedan ser reutilizados, deben seleccionarse y ser enviados a reciclar, por empresas especializadas.

Residuos sólidos que produce la empresa

- Analice, durante uno o dos meses, qué tipo de desechos se producen y en qué cantidad. Pese los desechos con una balanza. Anote los datos sobre tipo, peso, área de origen de los desechos y su porcentaje; puede realizar y utilizar un cuadro como el siguiente:

Tipo de desecho	Lugar de generación	Peso (Kg.)	Porcentaje (%)
Latas de aluminio	Cocina, restaurante	2	4
Papel periódico	Habitaciones	20	40
Plástico	Cocina	10	20
Restos de comida	Cocina	18	36
Total		50	100

- Identifique, con base en los datos obtenidos, cuáles son los procesos o las actividades que generan más desechos y dónde terminan los residuos sólidos una vez que usted los bota (relleno sanitario, botadero, centro de acopio, etc.). Determine cómo se puede reducir la cantidad de desechos desde su área de origen y estudie las alternativas que existen en la comunidad para su manejo adecuado.

Reducir

- Establezca un mecanismo de compras conjuntas con otros proveedores de servicios turísticos; de esta forma, pueden comprar productos en empaques de grandes cantidades, en vez de empaques individuales y de paso reducen los costos.

CONTINÚA ➡

- No utilice platos, vasos o cubiertos desechables. Compre vajillas de loza, cubiertos de metal y vasos de vidrio, antes de adquirir gran cantidad de objetos de plástico con frecuencia.
- Suministre agua potable en jarras de vidrio en vez de botellas de plástico.
- Coloque en los baños dispensadores de jabón, champú y papel higiénico para evitar el desperdicio. Instale secadores de manos en vez de dispensadores de toallas de papel.
- Compre productos de material biodegradable o que se puedan reciclar y que no hayan sido probados en animales. Fíjese en la etiqueta o en la parte inferior de los envases para determinar si son reciclables.
- No use productos que sean potencialmente dañinos para el ambiente, por ejemplo, los que tienen empaques de espuma de poliestireno.

Reutilizar

- Un producto, recurso o material (ya usado) puede ser utilizado nuevamente para un fin similar o distinto del original. Reutilizar también significa recuperar materiales u objetos aún útiles que otros han desechado o reparar un producto que tiene una falla menor.
- Compre refrescos o alimentos en envases retornables. Prefiera los envases de vidrio, ya que es más fácil reutilizarlos y reciclarlos que los de plástico.
- Done el exceso de comida, los muebles y los aparatos que ya no se usan.
- Aproveche los desechos orgánicos para la producción de abono en una compostera.
- Imprima papel por los dos lados. Reutilice el papel impreso para hacer anotaciones.
- Compre cartuchos recargables de tinta para impresora, fotocopidora y fax.
- Utilice toallas de tela lavables, en vez de servilletas de papel para la limpieza.
- Utilice tabloncillos o pizarras para escribir notas para colocar memorándums, en lugar de enviarle hojas por separado a cada miembro del personal.

- En lo posible enviar los desechos orgánicos a personas o empresas que lo usen como humus, así se lo reutilizará.

Reciclar

- El reciclaje comprende la utilización de los desechos como materia prima para producir un objeto nuevo, ya sea para usarlo de la misma manera o con otro fin. Esta acción ahorra energía, conserva los recursos naturales y reduce el espacio que ocupan los residuos.
- Utilice productos hechos a base de material reciclado, ya que en su fabricación no se emplea tanta energía.
- Imprima material promocional en papeles de material reciclado y/o reciclable.
- Coloque en la empresa contenedores para reciclaje, con el fin de separar los desechos sólidos en aluminio, plásticos, vidrio, papel y orgánicos. Dispóngalos en sitios frecuentados por visitantes y personal. Pinte dibujos alusivos a lo que se puede depositar en cada recipiente (latas de aluminio, revistas, cáscaras de frutas, etc.) para que turistas de otros países comprendan, con mayor facilidad, el tipo de desechos que va en cada contenedor.
- Coloque rótulos en las instalaciones para incentivar la participación de clientes y colaboradores en el depósito adecuado de los desechos.
- Contacte a empresarios del reciclaje o a centros de acopio que trabajen en su comunidad o cerca. Coordine con ellos la recepción de los desechos depositados en los contenedores para reciclaje.
- Analice la posibilidad de adquirir inodoros de compostación, los cuales transforman en abono, los desechos orgánicos humanos.

Disposición de desechos

- Investigue cuáles alternativas viables existen en la comunidad para disponer los desechos que no pueden ser eliminados, por ejemplo, las baterías.
- Verifique el lugar donde se disponen finalmente los desechos. Contacte a la municipalidad o empresa a cargo de la recolección para conocer el funcionamiento de los rellenos sanitarios.

- Tomo acciones comunitarias para mejorar las condiciones de los rellenos sanitarios o los botaderos de su zona.

Fuente: (Programa de Turismo Sostenible Rainforest Alliance, 2008)

Parte II

Recomendaciones para una Gestión Sostenible en el Centro Histórico del cantón Latacunga

El patrimonio cultural es un producto y un proceso que proporciona a la sociedad atributos físicos e inmateriales, muebles e inmuebles que son heredados de generaciones pasadas o creados en el presente y otorgados para el beneficio de las generaciones futuras. Este patrimonio se manifiesta en una diversidad de formas desde estructuras grandes y complejas como ciudades históricas, pirámides y museos hasta paisajes sagrados, lenguas, arte, música y costumbres.

La gestión sostenible del patrimonio cultural al servicio del desarrollo tiene al menos dos dimensiones importantes: la de longevidad y la de viabilidad económica, medioambiental y social. Así, en primer lugar, se valoran los aspectos físicos del patrimonio cultural (el ladrillo y el mortero de los edificios históricos, los objetos de la cultura material, etc.) y su permanencia en buenas condiciones representa una forma de sostenibilidad de la gestión patrimonial al servicio del desarrollo. Esta longevidad del patrimonio cultural puede desempeñar un papel importante en la construcción de una imagen atractiva, confiada o audaz de los países tanto dentro como fuera de sus propios límites, para los inversores, los turistas o su propia población. En segundo lugar, ninguna gestión del patrimonio cultural es sostenible a menos que sea económicamente, ambientalmente y socialmente viable. Asegurar, por ejemplo, que el patrimonio cultural sólo sea económicamente viable es peligroso, ya que esto puede conducir a la destrucción del patrimonio ya la erosión de su entorno. Por otro lado, la viabilidad social del patrimonio cultural -además de su viabilidad económica y ambiental- obtenida a través de la participación de las poblaciones locales en su gestión es esencial para asegurar el orgullo colectivo e individual del patrimonio, el interés y la participación en su protección. (UNESCO)

ASPECTOS ECONÓMICOS

- La dirección de Turismo del GAD Municipal del cantón Latacunga, debe poseer registros de ingresos por turismo a la ciudad, para de este modo conocer el incremento o disminución del mismo por años o por temporadas y basados en estos datos planificar estrategias que motiven visitar la ciudad para tener mayor afluencia turística.
- Tener un registro de los ingresos de los servicios que se ofertan en el Centro Histórico de la ciudad, para conocer el aporte económico que brinda este sector al cantón y empezar a gestionar de manera sostenible a este bien Patrimonial Cultural.
- Los datos obtenidos por el número de empleados de turismo en el Centro Histórico, se deben analizar en comparación al número de empleados en la ciudad por otros servicios, para conocer el porcentaje de empleos que genera el turismo, e impulsarlo por los beneficios que genera en el ámbito económico.
- Contar con datos históricos de ingreso por turismo a la ciudad y al Centro Histórico, por lo menos de los últimos 5 años para conocer si este sector es sostenible, es decir si con el tiempo se mantiene o mejora sin agotar sus recursos.
- Frente al cambio negativo de consumo que enfrentaron tanto los establecimientos de alojamiento como los demás servicios turísticos del Centro Histórico y de la ciudad por la reactivación del Volcán Cotopaxi, se han disminuido los ingresos considerablemente y hasta la actualidad no se han podido recuperar en su totalidad; por tanto las instituciones rectoras del turismo y del Patrimonio Cultural del cantón deben urgentemente trabajar con la comunidad para conocer a profundidad el entorno e implementar estrategias que permitan reactivar el turismo.
- Analizar el número de empresas registradas en la ciudad de Latacunga frente al número de empresas turísticas registradas para conocer el porcentaje de la contribución del turismo a la economía local y basados en estos resultados motivar e impulsar a la comunidad a la creación de nuevas empresas o ayudar a mejorar el servicio en las ya existentes para satisfacer integralmente a los turistas.

- Al comparar los salarios en el sector turístico con los salarios medios locales según la tabla de salarios mínimos sectoriales, la remuneración básica es similar a la de otras actividades, sin embargo, se debe investigar si el estipendio es respetado por los servicios turísticos y si se otorga a los colaboradores todos los beneficios de ley, para poder afirmar un trabajo justo en esta industria.
- Procurar que la procedencia de los propietarios de los servicios turísticos sea de la localidad; si los establecimientos turísticos son de propiedad local, la formación de capital e inversiones se centrará en la comunidad y se beneficiará a la misma.
- Contribuir al desarrollo y protección del Patrimonio Cultural con acciones efectivas y hacer los trámites necesarios para ejercer las ya establecidas como la publicación de un libro escrito por el Sr. Paúl García, historiador de la ciudad de Latacunga, para dar a conocer el Centro Histórico, o la colocación de placas de bronce en los edificios patrimoniales como iglesias o casas antiguas.
- Todas las instituciones turísticas y patrimoniales de la ciudad deben tener conocimiento acerca de la ordenanza 62 creada por el Municipio de Latacunga titulada: De Creación del Fondo de Salvamento del Patrimonio Cultural del cantón Latacunga, en esta se establece que el Fondo de Salvamento se financiará con el 6% del Impuesto a la Renta generada en el cantón y que el Gobierno Central debe transferir conforme lo dispuesto en la Ley de Régimen Tributario Interno. Así se puede exigir legalmente este porcentaje de ingresos para invertirlo en el desarrollo y en la gestión del patrimonio.
- Las entidades gobernantes de la ciudad deben capacitar a los habitantes de la localidad para que generen oportunidades innovadoras empresariales, de modo que existan más negocios y servicios para ofrecer al turista y que se lleve una agradable experiencia.
- Registrar el número de visitantes mensuales y anuales a la ciudad, a través de una base de datos con estadísticas turísticas; así como también evaluar la satisfacción de los turistas y medir el porcentaje de visitantes que regresan a la ciudad.

ASPECTOS SOCIALES

- Establecer programas de seguridad turística para garantizar y salvaguardar la seguridad física, psicológica y los bienes de turistas nacionales y extranjeros, así como proteger los bienes materiales que forman parte del Centro Histórico de la ciudad, este servicio puede estar conformado por miembros de la Policía Nacional.
- Realizar actividades para promover la seguridad e integridad patrimonial del Centro Histórico con el fin de mantenerlo, y medir el nivel de satisfacción de los turistas sobre la misma.
- Establecer planes de capacitación dirigido a los prestadores de servicios turísticos para complementar la formación según sus necesidades, considerar que actualmente es fundamental para los colaboradores y empresarios instruirles sobre temas de sostenibilidad turística, de modo que, con el conocimiento adecuado sobre la temática, puedan accionar en beneficio del turismo.
- Difundir el Centro Histórico de la ciudad con adecuados planes de comunicación y mercadeo.
- Diseñar y proveer a los turistas y empresarios turísticos de material interpretativo del Centro Histórico de la ciudad de Latacunga, como bien del patrimonio cultural del Estado.
- Con la colaboración de la comunidad incorporar e implementar estrategias para mejorar la gestión del patrimonio.
- La comisión de Patrimonio y Centro Histórico de la ciudad debe conocer a detalle las ordenanzas que regulan la conservación del Centro Histórico y velar por el fiel cumplimiento de las mismas.
- Apoyar los proyectos de conservación y protección del Centro Histórico, ya sea con presupuesto, apoyo técnico o brindar información y soporte para el desarrollo de investigaciones.
- En lo posible crear una comisión de Turismo Patrimonial para el Centro histórico de la ciudad, la cual se encuentre directamente vinculada con la Dirección de Turismo, para trabajar específicamente por el desarrollo turístico sostenible de esta zona.

- Establecer alianzas y acuerdos mutuos de colaboración entre los establecimientos de alojamiento, la Cámara Provincial de Turismo Latacunga, la Dirección de Turismo del GAD Municipal y el Ministerio de Turismo para fomentar el desarrollo del turismo sostenible del Centro Histórico y de la ciudad y difundirlo, el trabajo mancomunado permitirá comprometer a los involucrados para conseguir objetivos planteados que beneficiarán a toda la localidad.

ASPECTOS FÍSICOS

- Controlar de manera rigurosa a través de la comisaría de construcciones los trabajos de restauración, mantenimiento, remodelaciones, consolidaciones, sustitución, nuevas construcciones, derrocamientos, etc., que se pretenda efectuar en los inmuebles y edificaciones comprendidas en el Centro Histórico de la ciudad.
- Regular el diseño urbano del Centro Histórico basado en ordenanzas municipales y nacionales.
- Implementar programas de reciclaje inclusivo para los servicios turísticos de la zona y de la ciudad, difundirlos y mantener registros de las tasas de reciclaje para analizar las cifras de aumento o disminución del mismo y poder implementar estrategias de mejora.
- Realizar estudios de sostenibilidad en el Centro Histórico de modo que se observe la realidad en la que se desarrolla este bien Patrimonial del Estado.
- Efectuar estudios de capacidad de carga turística para conocer el máximo nivel de personas que un espacio físico puede soportar sin deteriorar sus recursos, a la vez que se mantiene el desarrollo del área y la satisfacción del visitante.
- Tener inventariado el patrimonio natural de la ciudad para complementar paquetes turísticos con visitas a los patrimonios culturales y naturales.
- Establecer planes de acción estratégicos que permitan controlar el uso de recursos, para garantizar el consumo racional del agua, de la energía y mitigar la contaminación, de modo que se pueda contribuir con el cuidado y conservación del medio ambiente.

- Elaborar estudios de impacto ambiental para conocer los efectos negativos que genera el turismo en la zona, y adoptar medidas que los mitiguen.
- Dar a conocer a las ordenanzas que regulan el manejo de desechos sólidos y el tratamiento de aguas residuales para que se puedan cumplir a cabalidad las obligaciones y responsabilidades establecidas por las mismas, así como reconocer los estímulos, contravenciones y sanciones por su aplicación u omisión.

CONCLUSIONES

- La fundamentación teórica de la investigación permitió conocer y delimitar las concepciones básicas en las que se basan las variables del proyecto, así como comprender sus relaciones, e identificar las dimensiones e indicadores teóricos que comprenden las mismas, para desarrollar en base a criterios técnicos el estudio y así obtener datos confiables.
- Una vez aplicados los instrumentos de evaluación a las diferentes entidades, se identificó que los establecimientos de alojamiento a pesar de no tener documentos de planificación, políticas establecidas, planes o procedimientos en su administración cumplen con la mitad de los indicadores de sostenibilidad del estándar aplicado, lo que señala que la ecogestión de las empresas no es mala pero tampoco óptima, por lo que se debe trabajar en los principios que se han observado deficiencias, que en gran parte se genera por el poco conocimiento de los mismos. Por otra parte, al evaluar la sostenibilidad en el Centro Histórico de la ciudad se observó un bajo nivel de cumplimiento en todas las dimensiones sostenibles, lo que permite deducir que no existe una administración responsable de turismo basado en los criterios de sostenibilidad.
- La propuesta se realizó en base a los 97 indicadores del Estándar para hoteles y servicios de alojamiento Rainforest Alliance que no cumplen las empresas de hospedaje, para esto se creó una guía de buenas prácticas de sostenibilidad dirigida para los establecimientos en la que se establecen una serie de acciones que con su aplicación responsable permitirán mejorar la gestión sostenible empresarial. Adicionalmente se incluye en la guía varias recomendaciones para tener una buena gestión sostenible del Centro Histórico, orientadas para el gobierno cantonal.

RECOMENDACIONES

- Es muy importante indagar varias fuentes de información bibliográficas que sean confiables para poder comprender, relacionar y emitir ideas muy precisas sobre los temas investigados, el tener sustentos teóricos claros permitirá un mejor desarrollo del proyecto; y para la aplicación de la propuesta del proyecto se recomienda a los actores del estudio que revisen toda la investigación desde la fundamentación teórica, ya que esto otorgará un mejor entendimiento de la guía propuesta.
- En la actualidad el desarrollo sostenible es un tema en auge, sin embargo, su conocimiento y aplicación es limitado, por tanto, se sugiere que se apliquen metodologías de sostenibilidad en todos los servicios turísticos como se aplicó a los establecimientos de alojamiento para conocer la gestión de los mismos y poder minimizar en lo posible los efectos adversos y maximizar los beneficios económicos, sociales y ambientales que se generen con sus operaciones.
- Para mejorar la gestión sostenible del Centro Histórico de la ciudad de Latacunga, se recomienda que las instituciones turísticas articulen una política pública integral para el desarrollo del Turismo Sostenible, con la finalidad de tener un instrumento efectivo que propicie cambios profundos en los patrones socioculturales, políticos, ambientales y económicos en la ciudad.
- Para la implementación de la propuesta se aconseja tratar de poner en marcha las medidas concebidas que sean de más fácil aplicación para los establecimientos, y con el seguimiento oportuno y al notar resultados positivos de esas prácticas, poco a poco seguir implementando las de más complejidad. Además, no se debe hacer caso omiso a la realidad investigada, una vez entregada la propuesta es muy importante la actuación y compromiso de los entes partícipes para poner en práctica lo planteado, de modo que poco a poco se puedan notar los cambios encaminados hacia una mejor gestión sostenible.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arrais, M., & Cepeda, J. (2011). *Buenas prácticas ambientales en el sector hotelero del Algarve. IV jornadas de investigación en turismo*. Sevilla: Edición Digital @tres, S.L.L. .
- Asamblea Constituyente. (2008). *Constitución de la república del Ecuador*. Quito.
- Augé, M. (2009). *Claude Lévi-Strauss en el pensamiento contemporáneo* . Buenos Aires: Colihue.
- Ayuso, S. (Septiembre de 2003). *Los hoteles y el turismo sostenible*. Recuperado el 08 de junio de 2017, obtenido de <http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/4954/sas2de4.pdf>
- Báez, S. (2009). *Hotelería*. Grupo Editorial Patria.
- Barreiro, J., Diez, J., Barreiro, B., Ruzo, E., & Losada, F. (2003). *Gestión Científica Empresarial*. España: Netbiblo S.L .
- Barrera, C., & Bahamondes, R. (2012). Turismo Sostenible: Importancia en el cuidado. *Revista interamericana de ambiente y turismo*.
- Béjar, F. (2014). *Turismo sostenible*. Recuperado el 20 de junio de 2017, obtenido de <http://sanoyecologico.es/turismo-sostenible/>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. Colombia: Pearson Educación.
- Bic Galicia. (s.f.). *Cómo elaborar el plan de comunicación*. Recuperado el 20 de enero de 2017, obtenido de http://cristinaaced.com/pdf/planComunicacion_BIC%20Galicia.pdf
- Blancas, F., González, M., Guerrero, M., & Lozano, M. (2010). Indicadores sintéticos de turismo sostenible: una aplicación para los destinos turísticos de Andalucía. *Revista Electrónica de Comunicaciones y Trabajos de ASEPUMA*, 85-118.
- C&D. (2013). *Norma Smart Voyager Express*. Quito.
- Calderón, G., & Castaño, G. (2005). *Investigación en administración en América Latina*. Manizales: Edigraficas.
- Campo, M. (2011). *Mi visión de la gestión hotelera*. España: Bubok Publishing S.L .
- Carbó, D. (10 de Septiembre de 2013). *Impacto ambiental del sector hotelero en clima cálido-húmedo*. Recuperado el 20 de julio de 2017, obtenido de

<https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099.1/19667/Carb%C3%B3%20choa,%20David.pdf>

- Castro, J., & Sánchez, M. (2011). *Como implantar un sistema de gestión ambiental según la norma ISO 14001:2004*. Madrid: fundación confemetal.
- Claver, E., Molina, J., & Pereira, J. (2006). *Grupos estratégicos y su influencia sobre el desempeño en el sector hotelero*. Madrid: Editorial Universitaria Ramón Areces.
- Congreso nacional. (2008). *Ley de gestion ambiental*. Recuperado el 25 de agosto de 2017, obtenido de <http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/LEY-DE-GESTION-AMBIENTAL.pdf>
- Congreso Nacional. (2011). *Ley organica de defensa del consumidor*. Recuperado el 25 de agosto de 2017, obtenido de <http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/A2-LEY-ORGANICA-DE-DEFENSA-DEL-CONSUMIDOR.pdf>
- Congreso Nacional. (2014). *Ley de Turismo*. Recuperado el 17 de junio de 2017, obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/LEY-DE-TURISMO-2014.pdf>
- Crosby, A., & Moreda, A. (1996). *Elementos básicos para un turismo sostenible en las áreas naturales*. Madrid: Centro Europeo de Formación Ambiental y Turística (CEFAT). Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=fJjLja7vG7kC&pg=PA58&dq=turismo+sostenible&hl=es&sa=X&sqi=2&ved=0ahUKEwjRr9bOmabNAhWHXB4KHVHRAikQ6AEIMjAA#v=onepage&q=turismo%20sostenible&f=false>
- Definición de Eco*. (2007). Recuperado el 10 de julio de 2017, obtenido de <http://www.definicionabc.com/medio-ambiente/eco.php>
- Departamento Administrativo de la Función Pública. (2004). *Plan Institucional de Capacitación*. Recuperado el 22 de enero de 2018, obtenido de <http://cdim.esap.edu.co/BancoMedios/Documentos%20PDF/guia%20para%20evaluar%20los%20plaes%20institucionales%20de%20capacitaci%C3%B3n.pdf>
- Durovic, M., & Lovrentjev, S. (2014). *Indicadores de sostenibilidad en turismo cultural*. Recuperado el 02 de julio de 2017, obtenido de

http://macrotheme.com/yahoo_site_admin/assets/docs/19MR37mj.202135138.pdf

Equipo CERES. (s.f.). *Manual para elaborar códigos de ética empresarial*. Recuperado el 10 de enero de 2018, obtenido de http://www.telefonica.com.ec/proveedores/pdf/Manual_para_Elaborar_Codigos_de_Etica_Empresarial.pdf

Equipo Consultor Tourism & Leisure. (2007). *Diseño del plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador "PLANDETUR 2020"*. Recuperado el 03 de junio de 2017, obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>

Forteza, C. (2008). *Aprovisionamiento y Control de Productos y Materiales*. Recuperado el 18 de enero de 2018, obtenido de <http://enah.edu.ni/files/uploads/biblioteca/880.pdf>

Fretes, V., Giugale, M., & López, J. (2005). *Ecuador una agenda económica y social del nuevo milenio*. Colombia: Alfaomega Colombiana.

Fundación Conservación & Desarrollo (C&D). (2000). *Smart Voyager*. Recuperado el 25 de julio de 2017, obtenido de http://www.ccd.ec/pages/turismo_en.htm

Gómez, A., & Sendín, M. (2008). *Hacia el desarrollo sustentable de la actividad con responsabilidad social*. Recuperado el 20 de julio de 2017, obtenido de http://igeopat.org/parrafosgeograficos/images/RevistasPG/2008_V7_2/10-3.pdf

González, J. (2016). Gestión hotelera y sostenibilidad medioambiental. *Economía Industrial*, 141.

Hermina, X. (2006). *Gran diccionario Século 21*. Galaxia.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: McGraw-Hill .

Herrera, L. (2010). *Tutoría de la Investigación Científica*. Ambato: Gráficas Corona Quito.

Herrera, L., Medina, A., & Naranjo, G. (2004). *Tutoría de la Investigación Científica*. Quito: Diemerino.

- Japan Management Association. (1999). *Eco-Management Initiative*. Recuperado el 14 de julio de 2017, obtenido de http://www.jma.or.jp/keikakusin/pdf/innovation_1998_02.pdf
- Lonac, A. (2000). La Ecogestión en las Empresas Turísticas. Estudio de Caso: Empresa. En A. Lonac, *Turismo: Desarrollo Local y Regional* (pág. 358).
- Luga, A. (2016). *Eco-management for sustainable development using the circular economy*. Recuperado el 15 de julio de 2017, obtenido de [http://www.afahc.ro/ro/afases/2016/MANAG/IUGA\(BUTNARIU\).pdf](http://www.afahc.ro/ro/afases/2016/MANAG/IUGA(BUTNARIU).pdf)
- Malhotra, N. (1997). *Investigación de Mercados*. México: Pearson Educacion.
- Matinez, M. (2004). *El centro histórico*. Bogotá: Pontifica Universidad Javeriana.
- MAXISEGURIDAD. (2016). *Agentes extintores*. Recuperado el 25 de enero de 2018, obtenido de <https://www.maxiseguridad.com.ar/detalle-noticias-maxiseguridad/48/Agentes-Extintores-Clases-de-Fuego>
- Mendoza, A. (2009). *Medición de la calidad del servicio*. El Cid Editor.
- Ministerio de Turismo . (2015). *Reglamento de alojamiento turístico* . Quito: Nacional.
- Ministerio del Ambiente. (2012). *Texto unificado legislacion secundaria, medio ambiente, parte i*. Recuperado el 26 de agosto de 2017, obtenido de <http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/02/TEXTO-UNIFICADO-LEGISLACION-SECUNDARIA-MEDIO-AMBIENTE.pdf>
- Municipalidad de Latacunga. (1983). *Ordenanza Municipal para Protección del Centro Histórico de la Ciudad de Latacunga*. Latacunga.
- Naciones Unidas. (Junio de 2012). *El documento final de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible*. Obtenido de <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/764Future-We-Want-SPANISH-for-Web.pdf>
- Novo, M. (2006). *El desarrollo sostenible. Su dimensión ambiental y educativa*. Madrid: Pearson Educación.
- Olamendi, G. (s.f.). *Plan de Marketing*. Recuperado el 28 de enero de 2018, obtenido de <http://es.calameo.com/read/000885747e021080396c5>
- OMT. (2016). *2017, Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo*. Recuperado el 18 de junio de 2017, obtenido de <http://media.unwto.org/es/press->

release/2017-01-16/2017-ano-internacional-del-turismo-sostenible-para-el-desarrollo

OMT. (2016). *Definición* . Recuperado el 18 de junio de 2017, obtenido de <http://sdt.unwto.org/es/content/definicion>

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2012). *Educación para el desarrollo sostenible*. Recuperado el 18 de junio de 2017, obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=68u4eB_O51AC&pg=PT5&dq=que+es+desarrollo+sostenible&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwji47yQpZ7NAhWCWRQKHfhxALQQ6AEISDAJ#v=onepage&q=que%20es%20desarrollo%20sostenible&f=false

Organización Mundial del Turismo (OMT). (2007). *Glosario básico*. Recuperado el 15 de junio de 2017, obtenido de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

Pino, I. d. (2010). *Centro Histórico de Quito*. Quito: Abya-Yala.

Pousa, M. (2007). *La Gestión Medioambiental: Un objetivo común*. Ideas propias.

Programa de Turismo Sostenible de Rainforest Alliance . (2008). *Guía de buenas prácticas empresas de alimentos y bebidas*. Washington: Blanco group .

Programa de Turismo Sostenible de Rainsforest Alliance. (2008). *Guía para una gestión empresarial sostenible*. Guatemala: Blanco Group.

Programa de Turismo Sostenible Rainforest Alliance. (2008). *Buenas prácticas para turismo sostenible*. Recuperado el 14 de enero de 2018, obtenido de https://www.rainforest-alliance.org/business/tourism/documents/tourism_practices_guide_spanish.pdf

Publicaciones Vértice. (2008). *Gestión de hoteles*. Madrid: Vértice.

Quesada, R. (2007). *Elementos del turismo*. Costa Rica: EUNED. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=z8SgCXUIsGUC&printsec=frontcover&dq=que+es+turismo&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiml7eQupTOAhUFeSYKHTMzDGIQ6AEIJTAC#v=onepage&q=que%20es%20turismo&f=false>

Quesada, R., Fontana, Y., Sánchez, A., & Fonseca, C. (2011). *Gestión de empresas turísticas sostenibles*. Costa Rica : EUNED. Obtenido de

<https://books.google.com.ec/books?id=UAv3agDGm1IC&pg=PA32&dq=nacimiento+del+turismo+sostenible&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwis-an-qabNAhUDJB4KHf6CB2UQ6AEINTAD#v=onepage&q=nacimiento%20del%20turismo%20sostenible&f=false>

Rainforest Alliance. (2017). *Acerca de nosotros*. Recuperado el 05 de agosto de 2017, obtenido de <http://www.rainforest-alliance.org/lang/es/ABOUT>

Rainforest Alliance. (2017). *Rainforest Alliance 30 años*. Recuperado el 05 de agosto de 2017, obtenido de <http://www.rainforest-alliance.org/lang/es/ABOUT>

Rainforest Alliance. (2017). *TO-02 Estándar para Hoteles y Servicios de Alojamiento Rainforest Alliance Certified*. Recuperado el 10 de agosto de 2017, obtenido de <http://www.rainforest-alliance.org/business/sites/default/files/site-documents/tourism/documents/TO-02-Esta%CC%81ndar-para-Hoteles-y-Servicios-de-Alojamiento-27Ene2017.pdf>

Rojó, M., & Peláez, A. (2006). *Los establecimientos de titularidad pública dentro de la oferta de alojamientos turísticos*. Recuperado el 09 de junio de 2017, obtenido de <http://www.papersdeturisme.gva.es/ojs/index.php/Papers/article/view/20/17>

Sánchez, D. (2009). *Un sistema de indicadores turísticos básicos: primera aproximación*. Buenos Aires.

Sánchez, J. (2013). *Indicadores de Gestión Empresarial*. Estados Unidos.

Sarriés, L., & Casares, E. (2008). *Buenas prácticas en Recursos Humanos*. Madrid: ESIC

Senplades. (2013). *Plan Nacional para el Buen Vivir*. Quito.

The smart campaign. (s.f.). *¿Cómo elaborar un Código de Ética o Conducta?* Recuperado el 05 de enero de 2018, obtenido de http://www.smartcampaign.org/storage/documents/Tools_and_Resources/Como_elaborar_un_Codigo_de_Etica_o_Conducta_The_Smart_Campaign.pdf

UNESCO. (s.f.). *Hacia una serie de indicadores de la UNESCO sobre la cultura y el desarrollo*. Recuperado el 04 de julio de 2017, obtenido de http://www.unesco.org/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/creativity/pdf/culture_and_development_indicators/Dimension%203%20Heritage.pdf

Vergara, J., & Carbal, A. (2014). Diseño de un sistema de gestión en responsabilidad social empresarial para pequeños hoteles de la ciudad de Cartagena. *SABER, CIENCIA Y Libertad*.

Vilches, A., Macías, Ó., & Gil, D. (2009). *Década de la educación para la sostenibilidad*. Madrid: Gráfica Futura.

ANEXOS



ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

CERTIFICACIÓN

Se certifica que el presente trabajo fue desarrollado por la señorita:

JENIFFER PATRICIA JAPÓN ORTEGA

En la ciudad de Latacunga, a los: **05 días del mes de marzo del 2018.**

Ing. Cristina Nasimba
DIRECTORA DEL PROYECTO

Aprobado por:

Ing. Carlos Albán
DIRECTOR DE CARRERA

Dr. Juan Carlos Díaz
SECRETARIO ACADÉMICO