

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO



CENTRO DE POSGRADOS

MAESTRÍA ACADÉMICA (MA) CON TRAYECTORIA PROFESIONAL (TP) EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS COHORTE 2021

Tema: LA GESTIÓN PÚBLICA Y LA SUSTENTABILIDAD DE LOS
NEGOCIOSTURÍSTICOS.

Trabajo de Titulación previo a la obtención del Grado Académico de
Magister en Dirección de Empresas

Modalidad del Trabajo de Titulación: Proyecto de Titulación con Componentes de
Investigación Aplicada

Autora: Ingeniera Verónica Gabriela Silva Barrionuevo

Director: Ingeniero César Andrés Guerrero Velástegui, Magister

Ambato – Ecuador

2022

A la Unidad Académica de Titulación del Centro de Posgrados

El Tribunal receptor de la Defensa del Trabajo de Titulación presidido por el Ingeniero Héctor Fernando Gómez Alvarado. PhD, e integrado por los señores: Ingeniero Leonardo Gabriel Ballesteros López Magister y el Ingeniero Víctor Hugo Córdova Aldás PhD, designados por la Unidad Académica de Titulación del Centro de Posgrados de la Universidad Técnica de Ambato, para receptor el Trabajo de Titulación con el tema: “*La gestión pública y la sustentabilidad de los negocios turísticos*”, elaborado y presentado por el Ingeniera Verónica Gabriela Silva Barrionuevo, para optar por el Grado Académico de Magister en Dirección de Empresas; una vez escuchada la defensa oral del Trabajo de Titulación, el Tribunal aprueba y remite el trabajo para uso y custodia en las bibliotecas de la Universidad Técnica de Ambato.

*Ing. Héctor Fernando Gómez Alvarado. PhD.
Presidente y Miembro del Tribunal*

*Ing. Leonardo Gabriel Ballesteros López, Mg.
Miembro del Tribunal*

*Ing. Víctor Hugo Córdova Aldás. PhD.
Miembro del Tribunal*

AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

La responsabilidad de las opiniones, comentarios y críticas emitidas en el Trabajo de Titulación presentado con el tema: La gestión pública y la sustentabilidad de los negocios turísticos, le corresponde exclusivamente a: Ingeniera Verónica Gabriela Silva Barrionuevo, Autora bajo la Dirección del Ingeniero César Andrés Guerrero Velástegui Magister, Director del Trabajo de Titulación; y el patrimonio intelectual a la Universidad Técnica de Ambato.

Ing. Verónica Gabriela Silva Barrionuevo
c.c.: 1803430972

AUTORA

Ing. César Andrés Guerrero Velástegui, Mg.
c.c.: 1803101243

DIRECTOR

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que el Trabajo de Titulación, sirva como un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los Derechos de mi Trabajo de Titulación, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este, dentro de las regulaciones de la Universidad.

Ingeniero Verónica Gabriela Silva Barrionuevo
c.c.: 1803430972

INDICE GENERAL

Portada.....	i
A la Unidad Académica de Titulación del Centro de Posgrados.....	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....	iii
DERECHOS DE AUTOR.....	iv
INDICE GENERAL.....	v
ÍNDICE DE TABLAS.....	vii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	ix
AGRADECIMIENTO.....	xi
DEDICATORIA.....	xii
RESUMEN EJECUTIVO.....	xiii
EXECUTIVE SUMMARY.....	xv
CAPÍTULO I.....	1
EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	1
1.1. Introducción.....	1
1.2. Justificación.....	3
1.3. Objetivos.....	4
1.3.1. General.....	4
1.3.2. Específicos.....	4
CAPITULO II.....	6
ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	6
2.1. Gestión pública en negocios turísticos.....	6
2.1.1. Factores de gestión pública.....	10
2.1.2. Servicio público.....	12
2.2. Sustentabilidad en negocios turísticos.....	14
2.2.1. Funcionamiento del mercado turístico.....	20
2.2.2. Factores relacionados con la creación de negocios turísticos.....	21
2.3. Gestión pública y Desarrollo sustentable.....	26
CAPITULO III.....	31
MARCO METODOLÓGICO.....	31
3.1. Ubicación.....	31
3.2. Equipos y materiales.....	31
3.3. Tipo de investigación.....	32
3.4. Prueba de Hipótesis - pregunta científica – idea a defender.....	33

3.5. Población y muestra.....	33
3.6. Recolección de información.....	35
3.7. Procesamiento de la información y análisis estadístico	39
3.8. Variables respuesta o resultados alcanzados	40
CAPITULO IV	41
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	41
4.1. Análisis de la encuesta aplicada	41
4.1.1. Factores sociodemográficos de los negocios turísticos	41
4.1.1. Estadísticos descriptivos de los ítems y dimensiones de la encuesta ...	74
4.2. Verificación de la hipótesis.....	79
4.3. Discusión de resultados	80
4.5. Análisis FODA.....	83
4.6. Plan de acción de mejoras.....	86
CAPÍTULO V	90
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	90
5.1. Conclusiones	90
5.2. Recomendaciones	92
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	93
ANEXOS	103
Anexo 1. Cuestionario de encuesta	103
Anexo 2. Certificación Catastro.....	107
Anexo 3. Validación de encuestas.....	108

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Descripción de la población y muestra.....	35
Tabla 2. Alfa de Cronbach de la encuesta.....	36
Tabla 3. Alfa de Cronbach por pregunta.....	36
Tabla 4. Alfa de Cronbach de las dimensiones	39
Tabla 5. Alfa de Cronbach por cada dimensión	39
Tabla 6. Cargo	41
Tabla 7. Tiempo del negocio turístico	42
Tabla 8. Servicio turístico que proporcionan	43
Tabla 9. A. Planificación y coordinación.....	44
Tabla 10. Planificación coordinada	45
Tabla 11. Planificación física y urbana eficiente.....	46
Tabla 12. Interacción estratégica	47
Tabla 13. Coordinación de planificación física y urbana.....	48
Tabla 14. Participación en el diseño de proyectos y estrategias de inversión turística	49
Tabla 15. B. Calidad y políticas de los servicios turísticos.....	50
Tabla 16. Calidad de los servicios prestados por los negocios turísticos	51
Tabla 17. Actualización del inventario y registro de los negocios turísticos.....	52
Tabla 18. Marco normativo pertinente.....	53
Tabla 19. Calidad de la prestación de los servicios	54
Tabla 20. C. Información y Promoción turística	55
Tabla 21. Promoción y comercialización estratégica los negocios turísticos	56
Tabla 22. Información acerca del manejo de adecuado de los recursos	57
Tabla 23. Apoyo de entidades públicas para la promoción de la imagen y marca	58
Tabla 24. D. Educación y capacitación.....	59
Tabla 25. D. Educación y capacitación.....	59
Tabla 26. Programas de educación y capacitación en desarrollo sostenible	60
Tabla 27. Eventos de capacitación.....	61
Tabla 28. E. Medición y control.....	62
Tabla 29. Monitoreo de la utilización racional de los recursos naturales	63
Tabla 30. Responsabilidades de los funcionarios	64

Tabla 31. Fomento de la sustentabilidad de los negocios turísticos	65
Tabla 32. F. Sustentabilidad de los negocios turísticos	66
Tabla 33. Resolución de problemas ambientales.....	67
Tabla 34. Asistencia técnica a los negocios turísticos	68
Tabla 35. Estrategias ambientales sustentables de los negocios turísticos	69
Tabla 36. Diseñar estrategias ambientales para reducir y reusar adecuadamente .	70
Tabla 37. Políticas de asistencia técnica	71
Tabla 38. Sensibilización acerca del uso más eficiente de la energía.....	72
Tabla 39. Diseño e implementación de planes y proyectos	73
Tabla 40. Estadísticos descriptivos de la edad	74
Tabla 41. Estadísticos descriptivos de los ítems evaluados	74
Tabla 42. Estadísticos descriptivos dimensiones.....	78
Tabla 43. Pruebas de normalidad.....	79
Tabla 44. Frecuencias observadas y frecuencias esperadas	79
Tabla 45. Pruebas de chi-cuadrado	80
Tabla 46. Matriz FODA con acciones de mejora	84
Tabla 47. Plan de acción estratégico.....	86

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Dimensiones de la nueva visión del desarrollo sostenible.	17
Figura 2. Mapa de Baños de Agua Santa.	31
Figura 3. Cargo.....	41
Figura 4. Tiempo del negocio turístico	42
Figura 5. Servicio turístico que proporcionan	43
Figura 6. A. Planificación y coordinación	44
Figura 7. Planificación coordinada	45
Figura 8. Planificación física y urbana eficiente	46
Figura 9. Interacción estratégica.....	47
Figura 10. Coordinación de planificación física y urbana	48
Figura 11. Participación en el diseño de proyectos y estrategias de inversión turística	49
Figura 12. B. Calidad y políticas de los servicios turísticos	50
Figura 13. Calidad de los servicios prestados por los negocios turísticos	51
Figura 14. Actualización del inventario y registro de los negocios turísticos.....	52
Figura 15. Marco normativo pertinente	53
Figura 16. Calidad de la prestación de los servicios.....	54
Figura 17. C. Información y Promoción turística.....	55
Figura 18. Promoción y comercialización estratégica los negocios turísticos.....	56
Figura 19. Información acerca del manejo de adecuado de los recursos.....	57
Figura 20. Apoyo de entidades públicas para la promoción de la imagen y marca.....	58
Figura 21. Programas de educación y capacitación en desarrollo sostenible.....	60
Figura 22. Eventos de capacitación	61
Figura 23. E. Medición y control.....	62
Figura 24. Monitoreo de la utilización racional de los recursos naturales	63
Figura 25. Responsabilidades de los funcionarios.....	64
Figura 26. Fomento de la sustentabilidad de los negocios turísticos.....	65
Figura 27. F. Sustentabilidad de los negocios turísticos	66
Figura 28. Resolución de problemas ambientales	67
Figura 29. Asistencia técnica a los negocios turísticos.....	68
Figura 30. Estrategias ambientales sustentables de los negocios turísticos	69

Figura 31. Diseñar estrategias ambientales para reducir y reusar adecuadamente	70
Figura 32. Políticas de asistencia técnica	71
Figura 33. Sensibilización acerca del uso más eficiente de la energía	72
Figura 34. Diseño e implementación de planes y proyectos	73

AGRADECIMIENTO

Al Centro de Posgrados de la Universidad Técnica de Ambato por la oportunidad de aprendizaje y fortalecimiento profesional brindado a través del selecto equipo de docentes que formaron parte de la Maestría en Dirección de Empresas, cohorte 2021.

Al Mg. César Andrés Guerrero Velástegui por el profesionalismo demostrado en la dirección del presente trabajo de investigación.

A la Dirección Municipal de Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Baños de Agua Santa, por su apertura y flexibilidad en la entrega de la información requerida.

DEDICATORIA

A Dios Padre y a la Madre del Cielo autores de todo lo realizado y lo superado.

A toda mi familia desde el cielo hasta la tierra, de forma particular a mi joven hija Paula Salomé y a mi pequeña Gabriela Guadalupe a quienes necesito mostrarle el camino; así también a mis madrecitas Elvia Carrillo y Fanny Barrionuevo fuente de sabiduría, coraje y amor.

A todos quienes han hecho posible con sus buenos deseos y apoyo moral el inicio y culminación exitosa de este reto profesional.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
CENTRO DE POSGRADOS
MAESTRÍA ACADÉMICA (MA) CON TRAYECTORIA PROFESIONAL
(TP) EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS
COHORTE 2021

TEMA:

LA GESTIÓN PÚBLICA Y LA SUSTENTABILIDAD DE LOS NEGOCIOS TURÍSTICOS.

MODALIDAD DE TITULACIÓN: *Proyecto de Titulación con Componentes de Investigación Aplicada*

AUTOR: *Ingeniera Verónica Gabriela Silva Barrionuevo*

DIRECTOR: *Ingeniero César Andrés Guerrero Velástegui Magister*

FECHA: *Tres de agosto del dos mil veinte y dos.*

RESUMEN EJECUTIVO

Los gobiernos locales presentan debilidades en su gestión, por la falta de sensibilización acerca de la importancia de la implementación de las estrategias de sustentabilidad. El objetivo del estudio es determinar la influencia de la gestión pública en la sustentabilidad de los negocios turísticos de alojamiento y transporte del Cantón Baños de Agua Santa. La metodología tiene un enfoque cuantitativo, no experimental y correlacional. La muestra de estudio son 96 gerentes establecimientos de alojamiento y transporte turístico, a quienes se aplicó una encuesta validada con el Alfa de *Cronbach* con un valor de 0,874 y profesionales expertos en la materia. Es necesario mencionar la participación la Dirección de Turismo del Municipio de Baños de Agua Santa en la estructuración del instrumento mediante el cual fue posible la recopilación de la información.

Los resultados determinan que en un alto porcentaje de negocios no intervienen en el diseño e implementación de planes y proyectos de desarrollo turístico sostenible, el 56,3% contestaron que casi nunca existe una interacción estratégica continua entre el sector público y los negocios turísticos. La mitad de los representantes de las empresas respondieron que es limitada la frecuencia de estimulación de la

participación de los negocios en el diseño de proyectos y estrategias de inversión turística. Las dimensiones de planificación-coordinación, calidad y políticas de los servicios turísticos, información y promoción turística y finalmente presentan medias estadísticas de 1,6458 a 2,4792. Hay relación significativa entre las variables que favorecen a la comprobación de la hipótesis H_1 : “La gestión pública SI incide en la sustentabilidad de los negocios turísticos de alojamiento y transporte en el cantón Baños de Agua Santa”. Se concluye que existen deficiencias en la implementación de la gestión pública direccionada al turismo sostenible.

Los resultados obtenidos procuran aportar significativamente al fortalecimiento de la gestión pública en materia turística, así como al desarrollo sustentable de los negocios turísticos de alojamiento y transporte del cantón Baños de Agua Santa.

DESCRIPTORES: *ALOJAMIENTO, DESARROLLO, ESTRATEGIAS, GESTIÓN, MERCADO TURÍSTICO, NEGOCIOS TURÍSTICOS, POLÍTICA, RECURSOS, SERVICIO PÚBLICO, SUSTENTABILIDAD, TRANSPORTE*

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
CENTRO DE POSGRADOS
MAESTRÍA ACADÉMICA (MA) CON TRAYECTORIA PROFESIONAL
(TP) EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS
COHORTE 2021

THEME:

PUBLIC MANAGEMENT AND SUSTAINABILITY OF TOURISM BUSINESSES.

DEGREE MODALITY: *Degree Project with Applied Research Components*

AUTHOR: *Ingeniera Verónica Gabriela Silva Barrionuevo*

DIRECTED BY: *Ingeniero César Andrés Guerrero Velástegui, Master.*

DATE: *August third of two thousand and twenty two.*

EXECUTIVE SUMMARY

Local governments present weaknesses in their management, due to the lack of awareness about the importance of implementing sustainability strategies. The objective of the study is to determine the influence of public management on the sustainability of the tourism businesses of lodging and transportation in Baños de Agua Santa canton. The methodology has a quantitative, non-experimental, and correlational approach. The study sample consisted of ninety-six managers of lodging and tourism transportation establishments, to whom a survey validated with Cronbach's Alpha with a value of 0.874 was applied and experts in the field. It is necessary to mention the participation of the Department of Tourism of the Municipality of Baños de Agua Santa in the structuring of the instrument through which it was possible to collect the information.

The results show that a high percentage of businesses are not involved in the design and implementation of sustainable tourism development plans and projects; 56.3% answered that there is almost never a continuous strategic interaction between the public sector and tourism businesses. Half of the business representatives responded that the frequency of stimulation of business participation in the design of tourism investment projects and strategies is limited. The dimensions of planning-coordination, quality and policies of tourism services, tourism information and

promotion and finally present statistical means from 1.6458 to 2.4792. There is a significant relationship between the variables that favor the verification of hypothesis H1: "Public management DOES have an impact on the sustainability of the tourism businesses of lodging and transportation in the Baños de Agua Santa city". It is concluded that there are deficiencies in the implementation of public management aimed at sustainable tourism.

The results obtained seek to contribute significantly to the strengthening of public management in tourism, as well as the sustainable development of tourism accommodation and transportation businesses in Baños de Agua Santa city.

KEYWORDS: *ACCOMMODATION, DEVELOPMENT, STRATEGIES, MANAGEMENT, TOURISM MARKET, TOURISM BUSINESS, POLITICS, RESOURCES, PUBLIC SERVICE, SUSTAINABILITY, TRANSPORTATION*

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Introducción

Hoy en día, el desarrollo sostenible es una necesidad de la época. Muchos países latinoamericanos están desarrollando el turismo porque tiene el potencial de contribuir positivamente al desarrollo socioeconómico del país. Pero si bien el turismo sirve como agente de desarrollo, la rápida expansión ilimitada y el mal manejo del turismo pueden convertirlo en un agente nocivo de cambios en el entorno socioeconómico y ecológico de estos países. Por lo tanto, para un desarrollo exitoso hoy y en el futuro, los países con atractivo turístico deben desarrollar el turismo de manera sostenible (Dibra, 2015).

La línea de investigación del tema relaciona y analiza las Organizaciones Productivas y Desarrollo Sustentable. Las organizaciones gubernamentales como base de sus estrategias deben implementar programas que incentiven la sustentabilidad como principios de responsabilidad ambiental, que garantice los recursos naturales a las nuevas generaciones. La Constitución del Ecuador aprobada en el año 2008, tiene entre sus fortalezas los derechos de la naturaleza y el buen vivir, constituyéndose la sustentabilidad en un principio que garantiza el derecho a vivir en un medio ambiente sano.

En todos los ámbitos de análisis de un territorio y al comprender que el sector turístico como un sistema complejo de interrelaciones, la planificación es necesaria para dar respuestas sólidas de los problemas relacionados al uso indiscriminado de los recursos, al crecimiento del consumo de turismo, la ausencia de políticas integrales estratégicas y sostenibles del sector turístico, añadiéndose la presencia de la ineficacia gestión turística presente en ciertas comunidades locales y en los gobiernos nacionales (Falcón & Pérez Márquez, 2015).

Hinostroza(2008) considera que Latinoamérica no es sólo un lugar prodigioso por su naturaleza y manifestaciones culturales, también es una tierra de pueblos y nacionalidades indígenas, agricultores, campesinos que atraviesan por problemas que dificultan su buen vivir conocido en el Ecuador como “sumakkawsay” en idioma kiwcha, las causas es la falta de servicios como: agua, educación, salud, infraestructura turística y caminos. Otro problema es la falta de personal calificado para todo tipo de actividades turísticas, el desarrollo de iniciativas de apoyo institucional, la promoción del turismo planificado a través de políticas, planes, proyectos y regulaciones que fomenten el turismo nacional y local. El turismo debe esquivar una serie de limitaciones como: la deficiente infraestructura (caminos, agua potable y entubada, comunicaciones, electricidad recolección de basura, bomberos, policías. hospitales y equipos de emergencia médica) que en general es precaria o inexistente en algunas zonas.

En el Ecuador según el MINTUR, el turismo representa una de las actividades económicas más importantes y una alternativa para el desarrollo prosperidad y bienestar de las comunidades. Su imagen turística se basa a la diversidad natural y cultural, por lo general se diseñan y presentan actividades de marketing turístico y propuestas de planes de desarrollo basados en estrategias que fomenten el desarrollo del turismo sostenible en Ecuador, por ejemplo, uno de estos es el denominado PLANDETUR 2020, tiene como objetivo fomentar un proceso que oriente a la coordinación de esfuerzos públicos, privados y comunitarios, para el desarrollo del turismo sostenible, basado en criterios específicos como: los territoriales, sociales, económicos y naturales y también bajo los principios de alivio a la pobreza, sostenibilidad, equidad, competitividad y gestión descentralizada aprovechando las ventajas competitivas los elementos únicos del Ecuador (Reinoso, 2017) .

López et al.(2017)menciona que la capacidad de los gobiernos locales para conducir con eficiencia y eficacia ha estado seriamente limitada, por una clara ausencia de orientación del desarrollo a escala local. Por lo cual el Gobierno Municipal debe asumir un rol no solo relacionado a la gestión pública sino a

mejorar la gobernabilidad democrática que fomente la construcción de acuerdos entre los actores encaminado al desarrollo sustentable. La sustentabilidad se ha constituido en una variable de importancia en las empresas, porque tiene relación con manifestaciones que buscan el bien común. La responsabilidad es insuficiente mientras no exista un compromiso que configure sus operaciones (Arambula Magallanes, 2020).

Hoy en día, los negocios turísticos del cantón Baños compiten para crear más valor de sus servicios para sus clientes. La demanda turística muestra que los visitantes son cada vez más selectivos en la elección de destinos y negocios turísticos, tienen una variedad de gustos que influyen en sus decisiones. Los turistas tienen interés hacia la cultura tradicional, la población local, la calidad ambiental en la elección de destinos sostenible. Por lo tanto, el desarrollo del turismo sostenible a través de la gestión pública conducirá a mantener la ventaja competitiva y servirá como un catalizador crucial para el crecimiento del negocio turístico.

1.2. Justificación

Esta investigación tiene como misión aportar significativamente al desarrollo turístico sustentable de los negocios turísticos del cantón Baños de Agua Santa, procurando una interacción armónica de los actores gubernamentales y prestadores de servicios, mediante la determinación de acciones orientadas a aportar con el desarrollo sustentable del destino turístico.

Si se comprende las motivaciones y comportamientos de las empresas turísticas, se comprenderá mejor las decisiones de los negocios turísticos, basados en la evaluación de sus necesidades y los problemas referentes a la gestión pública. En estas condiciones, en un esfuerzo por aumentar la implicación de las empresas turísticas y adoptar comportamientos responsables es fundamental el reconocimiento de las barreras que afectan a la integración de la sostenibilidad en la actividad empresarial turística, con el fin de encontrar estrategias y

herramientas que mejoren sus motivaciones y mitigar las dificultades que enfrentan.

Al evaluar este aspecto el estudio es de utilidad práctica para evaluar los factores externos e internos que afectan a los negocios turísticos, evaluándose la gestión pública del turismo y adicionalmente la sustentabilidad como un fin para la búsqueda de la protección del medio ambiente. El estudio permitió conocer el sector turístico de Baños y las debilidades presentes en el ámbito público, que han influido en las deficiencias presentes en el crecimiento del turismo,

Su visión ser un destino referente regional y global del desarrollo turístico sustentable, en el que todas las acciones tanto a nivel público como privado se enfoquen en el mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes, la prosperidad de los negocios turísticos y la conservación de sus recursos.

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación se cuenta con la apertura total de las autoridades locales y servidores turísticos, lo que permitirá tener acceso a la información como recurso requerido para este trabajo; de la misma manera se desconoce de trabajos de investigación relacionados a la presente propuesta, lo que se confirma a través de la Dirección Municipal de Turismo, dependencia en la cual no ha sido posible localizar trabajos de esta índole.

1.3. Objetivos

1.3.1. General

Determinar la influencia de la gestión pública en la sustentabilidad de los negocios turísticos de alojamiento y transporte del Cantón Baños de Agua Santa.

1.3.2. Específicos

- Establecer los fundamentos teóricos de la gestión pública y la sustentabilidad de los negocios turísticos.
- Identificar la situación actual de la gestión pública y la sustentabilidad de los negocios turísticos de alojamiento y transporte en la ciudad de Baños.
- Determinar la relación existente entre la gestión pública y la sustentabilidad de los negocios turísticos, que permita proponer acciones de mejora.

CAPITULO II

ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

2.1. Gestión pública en negocios turísticos

El término "sector público" cubre toda la gama de organizaciones públicas, desde ministerios y departamentos del gobierno nacional hasta empresas comerciales gubernamentales y departamentos de turismo del gobierno local. Hay que establecer, así como el turismo es una industria extremadamente diversa y compleja, también lo es el sector público, con su amplia gama de organizaciones de enorme variedad, vinculadas entre sí en estructuras y relaciones complejas (Elliott, 2002).

Para Panasiuk(2019) el turismo es uno de los sectores de desarrollo más dinámico de la economía global y de las economías nacionales, afectando considerablemente los efectos macroeconómicos, medidos por la participación en el producto interno bruto o el nivel de empleo en las entidades involucradas en la creación del producto turístico. Por lo tanto, es un área importante de la política socioeconómica. Las entidades especializadas operan a nivel de políticas individuales y poseen competencias e instrumentos que permiten configurar las relaciones de mercado en la economía del turismo. Las relaciones entre los actores políticos y los destinatarios de las políticas (empresas turísticas y organizaciones que operan en áreas turísticas) sirven como modelo y están determinadas por el alcance y la forma de utilizar los instrumentos (por ejemplo, aumento de la interferencia o desregulación). La injerencia del Estado en la economía turística está dirigida a: la demanda, la oferta y la formación del lugar del sector turístico en la economía nacional.

El autor citado considera que las actividades estatales en la economía del turismo deben reducirse, entre otros, a propósitos primarios: satisfacer las necesidades turísticas de la sociedad y configurar el tamaño y la estructura

óptimos del tráfico turístico en determinadas condiciones. Las acciones del Estado en la economía del turismo no solo incluyen los objetivos en el campo de la supervisión y la formación de efectos consistentes con las expectativas de los órganos normativos, sino también el compromiso con las metas relacionadas con el impacto directo en la estructura de la economía del turismo.

La gestión pública se toma en el contexto más amplio, porque tiene que gestionar el turismo, que es una industria y una actividad de enorme diversidad. El hecho de que la gestión pública adopte un enfoque administrativo más tradicional del turismo o un enfoque gerencial a menudo dependerá del poder y los factores políticos en el sistema y las tendencias gerenciales actuales (Falcón & Pérez Márquez, 2015). El enfoque de gestión está orientado a la empresa (microeconómico), centrándose en las actividades de gestión necesarias para operar una empresa turística, como la planificación, la investigación, la fijación de precios, la publicidad, el control y similares. Los productos cambian, las instituciones cambian, la sociedad cambia; esto significa que los objetivos y procedimientos administrativos deben estar orientados al cambio para cumplir con los cambios en el entorno turístico (Chica, 2011). La gestión del sector público es responsable de gestionar las organizaciones para lograr objetivos del gobierno, y también participa en la formulación e implementar la política pública. La política pública es, en segundo lugar, un curso de acción intencional seguido por un actor o conjunto de actores al tratar un problema o asunto de interés (Elliott, 2002).

El papel del gobierno en el turismo y la influencia de la política pública en el desarrollo del turismo han sido de interés para los académicos durante mucho tiempo. En comparación con otras áreas de la política pública sectorial, el campo permanece relativamente poco teorizado en general, o al menos poco conectado con algunas de las literaturas existentes sobre política pública y ciencia política (Jenkins et al., 2014). Sin embargo, la capacidad política para la movilidad individual a través de las fronteras y el papel del turismo como un mecanismo significativo de desarrollo económico para muchos países y

regiones significa que las capacidades del estado con respecto al turismo es un tema importante de investigación de la gestión pública (Hall & Zapata, 2014).

Por ejemplo, Hernández-González et al.(2020)manifiesta que la gestión pública del turismo es parte de la Ciencia Política dentro de la estructura de la administración y de la gobernanza, el caso de estudio presentado se centra en la región de Huasteca potosina, considerado como un destino turístico de interacción con diferentes actores, El objetivo de la presente investigación es describir los esquemas de la gestión pública municipal que contribuyan al proceso directivo del turismo en beneficio del desarrollo comunitario local. La metodología se centra en una investigación acción. Los resultados demuestran un panorama de reflexión de carácter colectivo basado en mejorar los preceptos de la gestión turística y gobernanza local.

Aunque las dimensiones políticas del turismo no son un foco principal de la investigación turística, ha habido un estudio sostenido de la administración pública y las políticas públicas en turismo desde varias perspectivas y enfoques, junto con la provisión de relatos descriptivos de las administraciones y políticas turísticas nacionales y regionales (Frew & Hay, 2011).

Gran parte de estos escritos reflejan cambios más amplios en las ciencias de las políticas públicas y nuevas perspectivas sobre el papel y la estructura de las administraciones estatales (Jenkins et al., 2014), incluido un enfoque que reduce el papel del estado. Esto ha significado que desde la década de 1990 ha habido un cambio gradual en el enfoque de la política turística y la literatura de administración, especialmente con respecto a la adopción de conceptos de gobernanza y red, aunque a veces sin problemas (Hall & Zapata, 2014).

Dichos cambios en el discurso académico y el enfoque reflejan sin duda movimientos filosóficos y políticos más amplios en la economía política de la sociedad occidental y cambios en la filosofía política con respecto al papel del gobierno y la naturaleza de la intervención del gobierno (Dredge & Jenkins,

2011). Estos cambios han tenido un efecto sustancial en las teorías y la comprensión de la administración pública, incluso con respecto al surgimiento de conceptos como la nueva gestión pública (NGP) (y la gobernanza digital o electrónica (Denhardt & Denhardt, 2011). Sin embargo, el cambio en el discurso sobre el papel del estado y sus agencias en varias escalas no se ha reflejado necesariamente en una comprensión más profunda de la teoría política y el análisis de políticas públicas y su conexión con el estudio de la administración pública relacionada con el turismo y el interés público, aunque temas como el compromiso cívico y el acceso democrático a la toma de decisiones, sin duda, resuenan en la tradición de la planificación turística comunitaria (Zapata, 2014).

La naturaleza de la participación del estado en el turismo también ha cambiado a medida que los límites entre el estado, los ciudadanos y la sociedad se han vuelto cada vez más borrosos y los organismos públicos de turismo han buscado centrarse en los beneficios económicos (Hager & Sung, 2012). La ruptura de las fronteras tradicionales entre ciudadanos, sociedad, y el gobierno ha creado estructuras políticas más corporativistas y pluralistas, que tienen implicaciones importantes para el proceso, el contenido, las direcciones y la eficacia de la política pública de turismo y sus dimensiones explícitamente políticas, el papel de los grupos de interés, la proyectificación de la política y la elaboración de políticas a través de la gestión de proyectos y las consecuencias no deseadas de las políticas, las reformas del sector público y el cambio organizacional que muy pocas veces se consideran en la investigación turística (Hall & Zapata, 2014).

De esta manera, el turismo, desde la perspectiva pública, atraviesa diferentes campos de experiencia y fronteras administrativas, y en definitiva puede relacionarse con casi todo. En la práctica, esta situación se traduce en lo que se puede denominar una cierta debilidad en las estructuras de gobierno para una efectiva coordinación y cooperación, tanto dentro del sector público como frente a los actores y agentes del turismo (Schenkel & Almeida, 2015).

También puede dificultar la obtención de una imagen completa con el fin de planificar y gestionar los destinos de forma sostenible y maximizar los beneficios de la actividad (Mon, 2015).

2.1.1. Factores de gestión pública

Hay una variedad de factores de la gestión pública relacionada con las actividades turísticas, que las entidades deben garantizar a través de las políticas que fomenten la creación de empleo, innovación, emprendimiento y sustentabilidad.

Innovación

La innovación local es un factor que ha sido relevante para enfrentar los desafíos generados por la pandemia del COVID-19. Esta crisis ha desafiado a los municipios a implementar nuevas soluciones para responder a un problema novedoso. En este contexto, la creatividad entendida como la implementación de modales modernos para enfrentar problemas específicos parece ser una capacidad administrativa e institucional esencial que proporciona acciones más efectivas desde los gobiernos locales (Kruyen & Genugten, 2017). Al mismo tiempo, el gobierno ágil y adaptable puede ser un concepto útil, porque los municipios enfrentan problemas enormes y perversos (Moon, 2020). Los gobiernos deben ser más rápidos y transparentes, y deben cooperar con muchos actores sociales para desarrollar nuevas tecnologías y herramientas que generen y aumenten los beneficios colectivos (Ramírez de la Cruz et al., 2020).

Interacción entre las autoridades locales

Además de la innovación, la respuesta a la crisis de la COVID-19 requiere la interacción entre las autoridades locales y los diferentes niveles de gobierno, lo que ha sido una preocupación de los estudiosos de la administración pública durante mucho tiempo, por ejemplo, al observar las relaciones intergubernamentales (Kincaid & Stenberg, 2011). La interacción entre niveles de gobierno o jurisdicciones es un tema importante porque a menudo produce

ineficiencias en problemas urbanos complejos como el desarrollo económico (Agranoff & McGuire, 2003). Las soluciones integradas a problemas complejos son difíciles de adoptar e implementar porque la búsqueda individual de metas e intereses por parte del gobierno frecuentemente resulta en resultados colectivamente ineficientes para las áreas urbanas (Ramírez de la Cruz et al., 2020).

Gobernabilidad

Mon (2015) menciona que la gobernanza implica un proceso de orientación institucional y técnicamente estructurado, es decir, basado en principios, normas, procedimientos y prácticas para decidir colectivamente sobre metas comunes para la convivencia y sobre cómo coordinarse y cooperar para el logro de los objetivos decididos. Si bien no existe una definición clara de en qué consiste la gobernanza en el sector turístico, se puede parafrasear de la siguiente manera: un proceso de realización de actividades coordinadas entre los actores públicos, privados y sociales del “sistema turístico” para crear sinergias. El turismo es un sector de actividad que implica múltiples interrelaciones entre numerosos tipos de actores y agentes que intervienen en la producción de bienes y servicios consumidos por los visitantes. En este marco, las funciones directivas del gobierno, en las condiciones actuales, cobran especial relevancia en la coordinación de esfuerzos que contribuyan a que la dinámica de crecimiento permanente que ha alcanzado hasta el momento el turismo sea sostenible económica, social y ambientalmente para incrementar su contribución al desarrollo.

Al igual que muchas regiones del mundo, los gobiernos locales de América Latina enfrentan importantes desafíos de gobernabilidad debido a la excesiva fragmentación (en ciudades como Ciudad de México, São Paulo, Buenos Aires y Santiago). Esta región incluye varias áreas metropolitanas mono céntricas, con algunas excepciones que resultan del diseño intencional (Lima) o del dominio histórico de la ciudad central (Bogotá) (Frey & Spaces, 2015). Aunque ciertos aspectos de los problemas de gobernabilidad urbana que

enfrenta América Latina son similares a los que se encuentran en los Estados Unidos, Canadá y Europa, algunos son únicos. Por ejemplo, los factores contextuales como la profesionalización limitada, particularmente en las ciudades menos desarrolladas, los sistemas de despojo, la corrupción, los recursos financieros limitados, la participación de los gobiernos nacionales y la aversión al riesgo político por parte de los funcionarios locales son más destacados en las regiones urbanas de América Latina (Ramírez de la Cruz et al., 2020).

Marco de acciones de gestión pública

El marco de acción colectiva institucional (ACI) podría ayudar a identificar mecanismos para mitigar estos problemas mediante la identificación de elementos que podrían facilitar los esfuerzos de colaboración (Woods & Bowman, 2017). Aunque la literatura clásica de administración pública enfatizaba soluciones centralizadas a los problemas de acción colectiva en áreas urbanas, también pueden estar disponibles varios mecanismos de gobernanza alternativos (Feiock & Scholz, 2011). Los dilemas de la ACI son tanto políticos como administrativos, ya que resultan de la fragmentación de la autoridad política y administrativa; también son más complicados cuando la acción del gobierno en un nivel se superpone con las funciones o el territorio de las acciones realizadas por los órganos gubernamentales en un nivel superior o inferior de gobierno (Feiock, 2013).

2.1.2. Servicio público

Los servicios públicos se basan (o al menos deberían basarse) en el compromiso entre los ciudadanos, las comunidades y los servicios que consumen (Kippin, 2015). La prestación de servicios públicos suele ser una tarea muy compleja, que implica un gran número de transacciones entre proveedores de servicios y destinatarios (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 2016).

Mientras tanto, Lane(2008) afirma que un servicio público no es como un área comercial como varios fines como una empresa privada que opera en el mercado:

- 1) Es una actividad emprendida por un organismo político, gobernada a menudo a través de procesos políticos democráticos.
- 2) Su prestación está regulada en el derecho público, lo que significa que los empleados públicos o burócratas que prestan estos servicios tienen que actuar dentro del marco del estado de derecho.
- 3) Se financia parcial o totalmente con impuestos.

Según el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, el servicio público, tanto en el mundo desarrollado como en desarrollo, desempeña un papel vital en la provisión de bienes públicos, como la defensa, el orden público, los derechos de propiedad, la gestión macroeconómica, la educación básica, la salud pública, el socorro en casos de desastre, la protección de medio ambiente, y la coordinación de la actividad del sector privado (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 2013).

Los gobiernos locales o municipales son directamente responsables de una serie de servicios públicos para los que no suelen utilizarse tarifas o precios. Las calles y carreteras locales, el alumbrado público, la protección contra incendios y policías y los parques de los vecindarios casi siempre se financian con impuestos locales, subvenciones de gobiernos superiores y otros ingresos generados localmente. La retroalimentación de los ciudadanos se convierte en un medio eficaz para mejorar el desempeño de los servicios públicos, ya que puede utilizarse para exigir la rendición de cuentas de los proveedores, especialmente cuando no hay alternativas debido a la regulación en la prestación del servicio (Muliawaty et al., 2019).

El servicio público generalmente no se presenta en forma de bienes sino de servicio, incluido el administrativo (Hardianto & Adiwidjaja, 2015). Un

servicio público eficiente es necesario (aunque no suficiente) para que los beneficios lleguen a los sectores social y económicamente más débiles de la sociedad que tienen menos alternativas a los servicios proporcionados por el gobierno. Los servicios son hechos, procesos y actuaciones, son consideradas transacciones comerciales que tienen lugar entre un donante (proveedor de servicios) y un receptor (cliente) para producir un resultado que satisfaga al cliente (Akinloye Akinboade et al., 2012). Faulkner (2007) afirmó que la rendición de cuentas de los servicios públicos puede adoptar diferentes formas. Puede correr en diferentes direcciones y usar diferentes mecanismos. Puede ser para el parlamento, los ministros, los administradores, las partes interesadas o para los usuarios y clientes. También explicó la necesidad de cooperación en la implementación de los servicios públicos. Un enfoque en el que los líderes del gobierno y los servicios públicos puedan trabajar junto con los ciudadanos y el gobierno de las comunidades para generar y mantener un sentido de propósito y responsabilidad compartidos será importante para muchos o los principales problemas (Faulkner, 2007).

2.2. Sustentabilidad en negocios turísticos

La sustentabilidad es la búsqueda del bienestar dentro de la empresa en el contexto del entorno externo (Sharma & Henriques, 2005). Por lo tanto, las prácticas de sostenibilidad implementadas por las empresas apuntan a lograr el éxito en el largo plazo (Memili et al., 2018). El sector del turismo es un potencial económico significativo tanto para los ingresos del gobierno local como para los ingresos de la comunidad local. Además, las perspectivas para la industria del turismo siguen abiertas de par en par en consonancia con el creciente número de turistas. La actividad turística es sostenida principalmente por la iniciativa privada, pero el gobierno juega un papel clave en el desarrollo del turismo, describe un nuevo paradigma en el sector turístico. La naturaleza de la participación del estado en el turismo también ha cambiado a medida que los límites entre el estado, los ciudadanos y la sociedad se han vuelto cada vez más borrosos (Balalia & Petrescu, 2011).

Hay que considerar un tema primordial como el turismo sostenible puede entenderse como una forma de gestionar los recursos para satisfacer las necesidades sociales, económicas y estéticas respetando la integridad cultural, la diversidad biológica y los procesos ecológicos esenciales (Arteaga et al., 2018). La definición de turismo sostenible varía según las diferentes dimensiones de los términos turismo y sostenibilidad, y también está influenciada por el enfoque ambiental y político utilizado (Broccardo et al., 2017). En la industria del turismo, la mayoría de las empresas son pequeñas y medianas empresas familiares (Kallmuenzer & Peters, 2018). Las empresas familiares en turismo tienen una cultura de acompañar a los miembros en una decisión que afecta su actividad, porque estos miembros muchas veces están unidos y listos para hacer negocios; de esta forma, fortalecen la sustentabilidad del negocio (Ismail et al., 2019).

Hall (2014) explica los impactos positivos del turismo en la economía y la pobreza. El papel del turismo en el desarrollo económico local y la reducción de la pobreza en los países menos desarrollados ha sido ampliamente explorado desde el año 2000. El turismo es una industria altamente competitiva, y el sector empresarial turístico ya no puede competir basándose únicamente en el costo. La calidad es, por tanto, un elemento clave para la competitividad de la industria turística y para la creación y mejora de puestos de trabajo. Por ello, promover la calidad en el turismo y los productos turísticos es una prioridad en las diferentes actividades turísticas (Muliawaty et al., 2019).

La sostenibilidad del turismo requiere que los sectores políticos económicos y sociales que intervienen en la producción turística a nivel local, regional, nacional supranacional, alcancen comprensión y sinergias para la coordinación y organización (Reinoso, 2017). La finalidad es definir y diseñar los objetivos generales, específicos, las estrategias, las actividades y proyectos de la gestión pública del turismo, que busque conseguir beneficios para la sociedad y disminuir los impactos negativos que puede ocasionar la actividad turística (Ruhanen, 2013).

El concepto y noción de desarrollo sostenible se encuentra establecida en el Informe Brundtland. El concepto y noción de desarrollo sostenible se encuentra establecida en el desarrollo sostenible es aquel que permite satisfacer las necesidades del presente sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras para la satisfacción de sus necesidades (Comisión Mundial del Medio Ambiente y del Desarrollo, 1988).

Según Falcón & Pérez Márquez(2015) este desarrollo necesita la promoción de valores ambientales y ecológicos que fomenten el consumo sustentable a largo plazo, y a los que toda la población mundial puede aspirar de manera razonada. El desarrollo sostenible debe contar con una serie de características que deben incluirse en los procesos de gestión pública:

- Integración de las tres dimensiones tradicionales de la sostenibilidad ambiental económica y sociocultural
- Defender la equidad y solidaridad social
- Necesidad de proteger los derechos de las generaciones futuras
- Tomar como guía del principio de precaución
- La participación como requisito indispensable para lograr los objetivos marcados

Es necesario aclarar que un territorio que no cuente con una viabilidad política e institucional, para diseñar un camino para la integración de las tres dimensiones de la sostenibilidad mencionadas antes, el desarrollo sostenible no podrá cumplirse de manera adecuada, por eso es necesario y gran incorporaron a añadir una cuarta dimensión según la literatura es recomendable lo político administrativo. Para cumplir con el desarrollo sostenible del territorio es necesario el programa DELNET de la OIT (2010), que propone hablar de un cuadro de una cuádruple dimensión de elementos interrelacionados interdependientes. La dimensión política administrativa ayuda a que los poderes sean capaces de crear un clima que estimule y favorezca el impulso del desarrollo potencial socioeconómico de un territorio, enfrentándose a los

problemas y diseñar soluciones con base a los bloques administrativos, económicos y políticos que existen en las economías que han sido durante muchos años los anhelos tradicionales de desarrollo de un país en subdesarrollo (Falcón & Pérez Márquez, 2015).

Galicchio & Camejo(2005) considera que para obtener un desarrollo sostenible en un territorio se requiere la concertación entre los agentes, la participación permanente creadora y responsable de ciudadanos en un proyecto común de diferentes dimensiones. Los aspectos incluyen la generación de crecimiento económico, equidad, cambio social y cultural, la sustentabilidad ecológica, el enfoque de género, la calidad y equilibrio espacial y territorial, mejorar el desarrollo local, a través de elevar el nivel de la calidad de vida de los ciudadanos que habitan en un territorio específico, ayudar al desarrollo del país y enfrentar adecuadamente los retos de la globalización y la transformación de la economía.

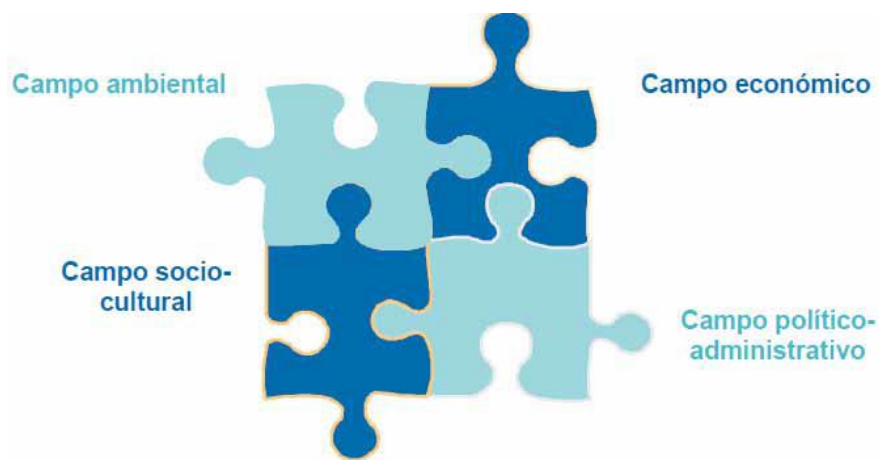


Figura 1. Dimensiones de la nueva visión del desarrollo sostenible.

Fuente: Falcón& Pérez Márquez(2015).

Elmo et al. (2020) desarrolla un análisis de la sustentabilidad de los negocios turísticos. El autor enfatiza que el turismo sostenible puede ser la motivación para gestionar los recursos para satisfacer las necesidades ambientales, sociales y económicas a través de la integridad cultural, la diversidad biológica, los procesos ecológicos, la equidad social y económica y

el enriquecimiento general. Basado en una revisión sistemática de la literatura realizada en trabajos de investigación publicados entre 2015 y 2020, y en los estudios de caso contenidos en ellos (19 artículos), este análisis se centra en los impulsores de innovación y sustentabilidad identificados dentro de las empresas familiares en turismo. Esta investigación documental ha permitido resaltar cómo la sostenibilidad está presente, aunque de manera limitada, dentro de las empresas en turismo; al mismo tiempo, también muestra cómo las estrategias innovadoras contribuyen al desarrollo sostenible. Los resultados muestran la pobre implementación de estrategias innovadoras, y al mismo tiempo, la presencia de otras variables que garantizan la adopción de prácticas sostenibles. Se identifican lagunas importantes en la investigación y se sugieren futuras prioridades de investigación.

En el contexto del problema de la pandemia y la sustentabilidad analizan que la crisis es una oportunidad para aumentar la contribución del turismo para alcanzar los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. También se podrían intensificar los esfuerzos de otros compromisos internacionales, como las agendas de los Pequeños Estados Insulares en Desarrollo (PEID), incluida la Vía de Modalidades de Acción Acelerada (SAMOA). Solo quedan 10 años para que los países cumplan los objetivos de la Agenda 2030. En esta Década de Acción, el turismo es un sector clave que contribuye directa o indirectamente a todos los objetivos, en particular los ODS 8 (trabajo decente y crecimiento económico), 13 (acción por el clima); 14 y 15 (vida bajo el agua y en la tierra). Las medidas de mitigación que se están implementando actualmente para el sector turístico en el contexto de la pandemia podrían utilizarse para mejorar su sostenibilidad ambiental y social. Este sector aporta aproximadamente el 5% de las emisiones globales de gases de efecto invernadero (GEI), siendo el transporte casi las tres cuartas partes, seguido del alojamiento (una quinta parte). El turismo puede generar daños ambientales sustanciales en un escenario de negocios como de costumbre. Sin embargo, tomando las medidas necesarias para “ecologizar” este sector, su impacto podría reducirse considerablemente (OECD, 2018).

El turismo depende de los ecosistemas naturales para su funcionamiento (agua, energía, agricultura y el atractivo del paisaje), pero también contribuye a su agotamiento. Por lo tanto, se ve muy afectado por el cambio climático y los desastres naturales¹⁰. A partir de 1972 y 2010, el comercio al por mayor y al por menor, los distintos tipos de servicios y la agricultura fueron las actividades más afectadas por estos eventos extremos (Bello, 2014). Esta tensión exige una transición hacia una mayor sostenibilidad para aliviar la presión sobre el agua, mejorar la eficiencia energética, proteger la biodiversidad, optimizar las relaciones con el sector agrícola y aumentar la resiliencia ante los desastres, a medida que el turismo crece de manera constante (Mulder, 2020).

Hay estudios más específicos acerca de la sustentabilidad. Dibra (2015) considera que en condiciones de esta mayor competencia entre destinos turísticos y negocios, que el turismo continúe su crecimiento para responder positivamente a la demanda turística, se requiere la aplicación de los principios y prácticas de sustentabilidad en los ajustes al desarrollo y gestión turística. En los esfuerzos para el desarrollo del turismo sostenible deben participar todas las partes involucradas en el turismo. Sin dicha cooperación, cualquier esfuerzo hacia el turismo sostenible quedará inconcluso. Pero el poder de las empresas para influir en la gestión sostenible de los destinos turísticos es muy grande porque la mayoría de los elementos del producto turístico están en manos del sector empresarial turístico. Asimismo, las empresas turísticas tienen capacidad en la gestión de la demanda turística porque son ellas las que responden directamente a las fuerzas del mercado y que sus decisiones están determinadas por el conocimiento de las necesidades de los clientes y por el objetivo de ganancias. Por tanto, la integración de la sustentabilidad en la gestión de las empresas turísticas es de gran importancia para mantener la alta calidad de la experiencia turística y aumentar la ventaja competitiva de las empresas turísticas.

La integración de la sustentabilidad en los negocios turísticos no se trata de

hacer negocios de manera diferente, sino de hacer negocios mejor. Al centrarse en la sustentabilidad, las empresas turísticas pueden ahorrar dinero y, al mismo tiempo, mejorar el atractivo para los clientes, desarrollar una ventaja competitiva, mitigar su impacto en el medio ambiente y apoyar la economía local

2.2.1. Funcionamiento del mercado turístico

Para analizar la sustentabilidad de los negocios turísticos se analizará la importancia del mercado. Según Panasiuk(2019) este turístico debe interpretarse como la suma de procesos en los que compradores (principalmente turistas) y oferentes representantes de entidades de la economía turística definen objetos de un intercambio de oferta turística (producto turístico) y un precio junto con condiciones de compra y venta, dando como resultado una transacción. Desde el lado de la oferta, el mercado turístico está formado no solo por proveedores de servicios turísticos entendidos tradicionalmente (empresarios que operan sobre una base comercial), sino también por instituciones que crean las condiciones para construir una oferta turística y ponerla a disposición, es decir, principalmente el autogobierno, unidades de administración y organizaciones turísticas (basadas en organizaciones sin fines de lucro). Por lo tanto, los objetos de intercambio en el mercado turístico no son solo productos en sentido estricto, que son bienes y servicios ofrecidos por empresas turísticas, sino también (por ejemplo, puesta a disposición de valores o atracciones turísticas) y condiciones generales para el uso de la función turística de un área (infraestructura e información). En términos espaciales, los procesos de mercado en la economía turística están relacionados con el concepto de producto turístico territorial, que es un conjunto de servicios turísticos ofrecidos a los turistas tanto por entidades comerciales como por unidades territoriales no comerciales.

En términos subjetivos, el mercado turístico está compuesto por: la demanda turística, la oferta turística y el precio de los servicios ofrecidos a los

turistas. En un enfoque más específico, la oferta turística incluye:

- Bienes turísticos básicos (valores y atracciones turísticas) que son de interés directo para los turistas en una zona turística determinada y que no están sujetos a un volumen de negocios habitual en el mercado, pero que se ponen a disposición mediante una oferta de mercado a través de los denominados medios y condiciones de practicando el turismo,
- Servicios turísticos (por ejemplo, alojamiento, restauración, transporte y organización turística),
- Otros bienes y servicios adquiridos por los turistas en un lugar de emisión y recepción de turistas,
- Elementos materiales e inmateriales que deciden sobre una oferta en un destino turístico (por ejemplo, acceso a la infraestructura local, información turística y alquiler de equipos turísticos).

La oferta compleja en el mercado turístico está relacionada con la satisfacción de las necesidades de las personas durante su viaje y estancia fuera del entorno cotidiano, y es un derivado de la práctica turística. La estructura del mercado turístico está compuesta por:

- Empresarios que prestan servicios turísticos,
- Destinos turísticos,
- Clientes de servicios turísticos y al mismo tiempo turistas en destinos turísticos,
- Entidades de política turística – que regulan el funcionamiento del mercado turístico (Panasiuk, 2019).

2.2.2. Factores relacionados con la creación de negocios turísticos

Para la implementación de negocios turísticos sustentables se pues se necesita considerar una variedad de factores relacionados con el turismo sostenible en el cual se fundamentan las actividades turísticas y las empresas en este contexto.

Las investigaciones han trazado el camino para comprender los factores que influyen en la sustentabilidad del turismo. Según Dibra(2015)el desarrollo del turismo sostenible es ahora una necesidad del tiempo. Todas las partes involucradas en el turismo deben participar en los esfuerzos para el desarrollo del turismo sostenible. La sostenibilidad, como la mejor manera de hacer negocios hoy en día, es un concepto nuevo en el sector turístico y las prácticas de turismo sostenible pueden considerarse como un nuevo tipo de innovación en la industria turística. Por lo tanto, el conocimiento de los factores que afectan a las empresas turísticas para integrar la sostenibilidad en sus actividades es fundamental. La influencia de los factores en la integración de prácticas sostenibles en las actividades comerciales es un tema muy discutido en diferentes industrias y diferentes disciplinas científicas después de finales de los años 80. Sin embargo, un número limitado de estudios abordaron la perspectiva de las empresas turísticas para adoptar prácticas de turismo sostenible. Estos estudios han utilizado diferentes modelos teóricos. Este artículo emprende el análisis de estos modelos a partir de la revisión de la literatura, dando sus ventajas y limitaciones en el estudio de los factores que influyen en las empresas para adoptar prácticas de turismo sostenible. Después del análisis, el autor concluye que la teoría de Rogers sobre la adaptación y difusión de la innovación es un modelo teórico adecuado en el estudio de los factores que influyen en la adopción de prácticas de turismo sostenible en las empresas turísticas.

Innovación

La importancia de la innovación en términos de éxito empresarial, pero una nueva línea ha comenzado a estudiar la innovación del modelo empresarial en términos de sostenibilidad e impacto ambiental (Broccardo et al., 2017). Las empresas podrían crear valor para la sostenibilidad mediante la adopción de procesos y prácticas más sostenibles, o mediante el diseño y comercialización de nuevas tecnologías; las llamadas tecnologías verdes (por ejemplo, vehículos eléctricos) para resolver problemas de sostenibilidad (Valeri & Baggio, 2021). Por lo tanto, el desarrollo sostenible puede promoverse a través de prácticas

comerciales o mediante los productos de una empresa, o ambos. Esto implica alejarse de trayectorias insostenibles mediante la implementación de innovaciones que mejoren la capacidad de aprender, gestionar y responder a los estímulos ambientales desde estructuras socio-ecológicas dinámicas (Leach et al., 2012).

Los diferentes enfoques teóricos y prácticos de la sostenibilidad coinciden en que una mejora de la sostenibilidad implica cambio, innovación o adaptación a su entorno. La capacidad de innovar se ha vuelto necesaria para las empresas, tomando la forma de innovaciones incrementales o radicales reales (Adams et al., 2012). La innovación del modelo de negocio, por lo tanto, representa un medio potencial para integrar la sostenibilidad en un negocio (Evans et al., 2017). En consecuencia, un modelo de negocio innovador y sostenible debe adaptar la rentabilidad de la empresa a los beneficios económicos y no económicos para la sociedad (Broccardo et al., 2017). Existe una estrecha relación entre el desarrollo sostenible y la innovación en el turismo; las empresas turísticas implementan estrategias innovadoras, creando un entorno más sostenible (Liu & Cheng, 2018).

El desarrollo sostenible puede ser promovido por la innovación; por desarrollo sostenible se entiende por la adopción de estrategias innovadoras en el turismo (Liu & Cheng, 2018). El definir la innovación como la “voluntad de innovar” de una empresa representa la predisposición de una empresa a contribuir a la creación de nuevas ideas y a apoyar experimentos y procesos creativos que conduzcan a la realización de nuevos productos o procesos tecnológicos (Kallmuenzer & Peters, 2018).

En la industria del turismo, el cambio se presenta en forma de innovación de productos o servicios, procesos, gestión, marketing y cambios institucionales (Kallmuenzer & Peters, 2018). Jacob et al. (2003) y Pikkemaat(2008) definen innovaciones de productos o servicios como cambios que representan novedades para el consumidor y/o la empresa. Las

innovaciones de proceso se refieren a nuevos métodos de producción o entrega, o se caracterizan por mejoras significativas con el objetivo de obtener una mayor productividad y eficiencia; las innovaciones gerenciales se basan en la colaboración interna, la orientación y el crecimiento de los empleados, o la garantía de beneficios y remuneraciones, buscando la retención de los empleados, la contención de costos, una mayor gratificación laboral y la creación de recursos especializados (Hjalager, 2010); las innovaciones de marketing consisten en la introducción de un nuevo concepto de marketing basado en nuevos enfoques en el diseño, envasado, posicionamiento y promoción de productos (Nieves & Díaz-Meneses, 2016).

Finalmente, las innovaciones institucionales se basan en la implementación de un nuevo sistema legal y nuevos modelos industriales (Liu & Cheng, 2018). Con la multiplicidad de categorías relacionadas con la innovación, existen pocas dudas sobre la importancia de la innovación para garantizar la supervivencia a largo plazo de las empresas en el turismo (Kallmuenzer & Peters, 2018).

En la literatura también hay aspectos interesantes en términos de impulsores innovadores en relación con las tecnologías. El uso de las tecnologías, en particular las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC), garantiza la reducción de la brecha entre empresas y consumidores [22] (Liu & Cheng, 2018).

Desde el punto de vista del marketing, la implementación de nuevas innovaciones en huella ecológica permite que el consumidor esté atento al medioambiente, y al mismo tiempo garantiza la conservación del propio medioambiente (Valeri & Baggio, 2020).

Recursos y oportunidades

Las actividades turísticas son sostenibles cuando son económicamente eficientes sin comprometer el bienestar social y el medio ambiente (Broccardo et al., 2017). Para la creación de una empresa sostenible existen dos factores, los recursos y las oportunidades, que orientan a los empresarios de empresas familiares a identificar elementos innovadores (Kuo et al., 2018). Así, para el desarrollo del turismo sostenible, la innovación es un motor esencial, pudiendo impulsar el desarrollo del turismo sostenible. En la literatura, las características de las empresas familiares son conservadoras y tradicionales (Hauck & Prügl, 2015). Al mismo tiempo, la innovación es crucial para la supervivencia de las empresas turísticas (Chen & Elston, 2013).

Dinámicas familiares

Los negocios turísticos son familiares, es decir, que una familia organiza y establece el negocio, así surge que las dinámicas que influyen en la innovación en las empresas familiares, y estas son el resultado de una fuerte implicación de la familia en la empresa (De Massis et al., 2015). Está claro cómo los dos conceptos, el desarrollo empresarial y la historia familiar, están interrelacionados y se influyen mutuamente (Peters & Kallmuenzer, 2018). Para garantizar su existencia en el tiempo y obtener un rendimiento a largo plazo, las empresas familiares deben innovar constantemente (Kallmuenzer & Peters, 2018).

Este tipo de emprendimiento de orientación familiar pretende perseguir dos objetivos: el rendimiento empresarial y la satisfacción de los intereses familiares (Peters & Kallmuenzer, 2018). En el contexto de las empresas familiares y su visión de tener éxito a lo largo de múltiples generaciones, es aún más evidente que es necesario garantizar la supervivencia a largo plazo de la empresa a través de la innovación (Hauck & Prügl, 2015).

Factores sociales y tamaño de la empresa

En el turismo, la mayoría de las empresas son pequeñas y medianas y son

propiedad familiar (Kallmuenzer & Peters, 2018). Este tipo de actividad involucra a los miembros de la familia y, por lo tanto, está influenciada por los conflictos familiares, pero al mismo tiempo también está influenciada por la cultura local y los intereses comerciales (Ismail et al., 2019). La capacidad de ser una empresa transgeneracional resiliente es promover el desarrollo del turismo sostenible (Ismail et al., 2019). De hecho, la investigación muestra que las empresas que incorporan factores de sostenibilidad están impulsadas por una orientación a largo plazo, en lugar de factores externos (Kallmuenzer et al., 2018).

Ismael et al. (2019) afirman que su “modelo transgeneracional” se basa en el supuesto de que la orientación emprendedora de los propietarios de empresas familiares es un factor clave para su desempeño (Banki et al., 2016). Además, el modelo propuesto sugiere la innovación, la autonomía, la proactividad, la agresividad y la asunción de riesgos como pilares para el desarrollo. Todo esto está asociado a la cultura familiar y su etapa de vida (Ismail et al., 2019). Los recursos naturales que posee la empresa familiar son atribuibles, según Ireland, Hitt y Sirmon (Ireland et al., 2003) al capital humano, social y financiero. En particular, el capital humano contiene fundamentos como: reputación, habilidad e intuición, que revelan la influencia del fundador en la empresa familiar (Ismail et al., 2019). De alguna manera contribuyen a explicar las diferencias en la explotación de recursos entre el enfoque de empresa familiar y empresas no familiares (Sirmon & Hitt, 2003).

2.3. Gestión pública y Desarrollo sustentable

La Organización Mundial de Turismo (2001) enfatiza que en la actualidad existen problemas y desafíos que los gobiernos deben afrontar, al igual que la industria de los viajes y el turismo, es decir, aún es más difícil abordar si hay algún tipo de cooperación entre el sector público y privado ayudará al desarrollo sostenible y la gestión pública.

El turismo no es un sistema que trabaja de manera autónoma e independiente de los poderes políticos de un Estado. El turismo es esencial, no sólo por la tarea de definir una política del sector, sino también por la manera de manejar temas de relevancia como: la promoción de productos, servicios y experiencias turísticas, el mercado interno y externo, también la elaboración de planes operativos, que ayuden a mejorar la calidad y diversidad de la oferta, la demanda, la coordinación y financiamiento de las actividades turísticas y la gestión del conocimiento como bases para el desarrollo sostenible. Un Estado debe sentar las bases para el desarrollo sustentable y la gestión del turismo el estado que ayuden a un cambio en los modelos socioeconómicos nacionales y locales (Falcón & Pérez Márquez, 2015).

Hay un tratamiento acerca de la gestión pública y el desarrollo sustentable de los negocios turísticos. Paddison & Walmsley(2018)menciona que lo temas relacionados con la gobernanza de los destinos continúan generando mucho interés y debate en el desarrollo de formas de turismo más sostenibles. Este estudio explora las implicaciones de un enfoque de Nueva Gestión Pública para la gobernanza de los destinos turísticos en la ciudad histórica de York. Utilizando datos secundarios, además de basarse en entrevistas con una variedad de partes interesadas del destino, este estudio busca comprender cómo la ideología del mercado, a través de la noción de Nueva Gestión Pública, está transformando la gobernanza del turismo en la ciudad. En lugar de conducir a mayores niveles de participación de las partes interesadas, el estudio demuestra cómo la subcontratación de las funciones de gestión de destinos a una organización del sector privado ha tenido el efecto contrario, incluido un debilitamiento de la rendición de cuentas y la ampliación de un déficit democrático.

El documento proporciona una visión única de cómo los discursos de política pública se manifiestan a nivel local, con implicaciones para la gobernanza de los destinos turísticos. Se ofrece una crítica de la Nueva Gestión Pública que amplía nuestra comprensión de las estructuras de gobernanza del

turismo y la participación de las partes interesadas, discutiendo las implicaciones para el desarrollo del turismo sostenible.

Marcelino Aranda et al(2017)en su artículo “Bases teóricas-prácticas de un modelo de desarrollo sustentable para comunidades rurales con actividades agropecuarias” señala que “la implementación del desarrollo sustentable puede implicar cambios significativos en las estructuras mentales establecidas, principalmente a nivel de pequeños productores y consumidor final” (p. 47), de ahí la relevancia de determinar acciones y gestiones tanto a nivel público como privado enfocadas a incluir a pequeños y grandes negocios turísticos, así como a los consumidores de sus servicios en un modelo de gestión sustentable que permita la transformación significativa de una de realidad.

Para Mensah(2019) el desarrollo sustentable tiene como finalidad lograr los objetivos de desarrollo humano, pero con el mantenimiento de la capacidad de la naturaleza para brindad los recursos naturales y los servicios de los ecosistemas de los que cuales depende la Sociedad y la economía.

Según Arámbula (2020) el impacto de gestión en el marco de la sustentabilidad de las empresas dedicadas a la distribución de producto cárnicos y alimenticios, es importante porque se requiere una gestión adecuada basada en el principio de sustentabilidad, el liderazgo participativo de los líderes comunitarios, por lo cual se menciona que se requieren una capacitación continua para la integración de un capital intelectual en sustentabilidad para el cumplimiento de objetivos sociales y ambientales.

El impulso para el establecimiento del desarrollo sustentable llegó con la Declaración de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo de 1992, en el Principio 4. Para lograr el desarrollo sostenible, la protección del medio ambiente debe constituir una parte integral del proceso de desarrollo y no puede considerarse aisladamente de él (Declaración de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, 1992),

Al considerar los aspectos evaluados en el contexto del turismo, la literatura destaca la necesidad de seguir siendo competitivos y, al mismo tiempo, adaptarse al entorno en constante cambio (Glowka & Zehrer, 2019). Además, en la industria del turismo, la principal preocupación es el desarrollo sostenible, y las empresas deben tener en cuenta no solo los beneficios económicos sino también los impactos sociales y ambientales al desarrollar sus actividades (Liu & Cheng, 2018)..

En el Ecuador, la Constitución del Ecuador (2008) promueve los derechos de la naturaleza, de la misma manera se refiere a un modelo sustentable de desarrollo, específicamente en su artículo 395 que reconoce la sustentabilidad como principio ambiental:

1. El Estado garantizará un modelo sustentable de desarrollo, ambientalmente equilibrado y respetuoso de la diversidad cultural, que conserve la biodiversidad y la capacidad de regeneración natural de los ecosistemas, y asegure la satisfacción de las necesidades de las generaciones presentes y futuras (Constitución del Ecuador, 2008).

El estudio de Salas et al.(2020) analiza la sustentabilidad en el área turística, su finalidad fomentar el potencial de la localidad, capaz de preservar los valores y la cultura, generar empleo, desarrollo social y en las pymes. El autor menciona la necesidad de participación y apoyo de los gobiernos locales. Se presenta como ejemplo de las PyMES "El Porvenir", ubicada en el Cantón Santiago de Píllaro de la provincia de Tungurahua con resultados positivos en su vinculación con la comunidad, en la preservación y uso adecuado del medio ambiente, y como apoyo a la formación y creación de estos valores en las nuevas generaciones basado en un modelo de desarrollo sustentable.

El artículo de Quintana (2016) sobre política pública de turismo en Uruguay señala que en la mayoría de los países es el Estado el que asume la organización del turismo, lo cual dependerá de las circunstancias políticas, el nivel de desarrollo económico, los recursos turísticos que disponen; sus

competencias están asociadas a la coordinación, la planificación, la legislación, la generación de incentivos para el sector empresarial, así como la regulación y promoción del turismo. También agrega que como funciones asociadas están: el papel social del turismo en virtud de que en torno de esta actividad radica el bienestar de una porción de su población, de ahí que se desprende otra relevante función como actor garante del interés público.

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1. Ubicación

Baños de Agua Santa se encuentra ubicado en la provincia de Tungurahua, representa uno los cantones con mayor proyección turística y una riqueza natural que atrae a propios y extraños, considerado además uno de los principales destinos turísticos del país.



Figura 2. Mapa de Baños de Agua Santa.

Fuente: Turismo Tungurahua(2020)

3.2. Equipos y materiales

Con el propósito de encaminar de manera adecuada las actividades de la presente investigación, se requiere lo siguiente:

Equipos

- Laptop

Programas

- Microsoft office
- Programa IBM Spss 20

Materiales de Oficina

- Papelería (Hojas Inen A -4, carpetas)
- Flash memory
- Carpeta de Trabajo
- Foto copias/trabajos de impresión
- Agenda de Trabajo
- Útiles de Escritorio (Esferos, Lápices)
- Internet
- Otros

3.3. Tipo de investigación

La investigación cuantitativa es el proceso de recopilar y analizar datos numéricos. Se puede usar para encontrar patrones y promedios, hacer predicciones, probar relaciones causales y generalizar los resultados a poblaciones más amplias (Sánchez, 2019). El enfoque es cuantitativo, porque se analizará la problemática de la gestión pública y la sustentabilidad que ayude a la comprensión e interpretación de la información, pero respaldándose del cuantitativo que tiene como finalidad la cuantificación de los datos que detecten los niveles del problema de sustentabilidad y las debilidades de la gestión según la escala de medición seleccionada por la investigadora.

Los diseños no experimentales examinan fenómenos sociales sin manipulación directa de las condiciones que experimentan los sujetos. Tampoco hay asignación aleatoria de sujetos a diferentes grupos. Como tal, la evidencia que

respalda las relaciones de causa y efecto es muy limitada (Manterola et al., 2019). La investigación es no experimental porque no se manipularán ninguna de las variables, en cambio, los datos se recolectarán con la muestra seleccionada a través de un estudio de cambio, sin influir en las respuestas. Con la implementación de diseño descriptivo transversal que analizará la situación actual de la problemática de la sustentabilidad en un periodo específico de tiempo.

El diseño correlacional es un estudio de las relaciones entre dos o más constructos. Una correlación positiva significa que los valores altos de una variable están asociados con valores altos de otra variable (Fachelli & López, 2015). La investigación es correlacional porque se relacionará y asociará las variables de manera estadística, con el método de correlación de Pearson u otros métodos que se acoplen a la necesidad del estudio, y que determine la relación significativa entre los ítems de la encuesta y ayude a la comprobación de la hipótesis.

3.4. Prueba de Hipótesis - pregunta científica – idea a defender

H₁: La gestión pública SI incide en la sustentabilidad de los negocios turísticos de alojamiento y transporte en el cantón Baños de Agua Santa

H₀: La gestión pública NO incide en la sustentabilidad de los negocios turísticos de alojamiento y transporte en el cantón Baños de Agua Santa

3.5. Población y muestra

Población

El punto de partida para la determinación de la población y muestra es el Catastro de Servidores Turísticos proporcionado por la Dirección Municipal de Turismo, mismo que refleja un total de 128 empresas de turismo de

alojamiento y transporte.

Muestra

Para conocer la muestra se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 P Q N}{Z^2 P Q + N e^2}$$

n=tamaño de la muestra

Z=Nivel de confianza 1,96

P= Probabilidad a favor 50%

Q=Probabilidad en contra 50%

N=Población de universo: **128**

e=Nivel de error 5%

$$n = \frac{1,96^2(0,50)(0,50)(128)}{1,96^2(0,50)(0,50) + 128(0,05)^2}$$

$$n = \frac{3,8416(0,25)(128)}{3,8416(0,25) + 128(0,0025)}$$

$$n = \frac{122,9312}{0,9604 + 0,32}$$

$$n = \frac{122,9312}{1,2804}$$

$$n = 96$$

Al constituirse la población de estudio en 128 establecimientos turísticos de alojamiento y transporte turístico del cantón Baños de Agua Santa, la determinación de los 96 establecimientos que conformarán la muestra, serán seleccionados de manera estratificada es decir considerando las diferentes

categorías en alojamiento (hoteles, hosterías, hostales) y aleatoria por la predisposición de los prestadores de servicios turísticos a colaborar en el proceso de investigación.

Tabla 1. *Descripción de la población y muestra*

	Población	Muestra
Gerentes establecimientos de alojamiento y transporte turístico	128	96
Total	128	96

Fuente:Gad Municipal del cantón Baños.

La muestra de estudio son 96 entre gerentes de establecimientos de alojamiento y transporte turístico.

3.6. Recolección de información

Las técnicas a utilizarse para la recolección de la información son las siguientes:

La encuesta es una técnica de recolección de datos que ayudó a establecer los factores que influyen en la gestión pública y la sustentabilidad, con la finalidad evaluar experiencias, opiniones y criterios, se aplicó a 96 gerentes de los establecimientos que conformen la muestra, aplicándose como instrumento un cuestionario estructurado con preguntas cerradas y desarrollado con la escala Likert que mide las dimensiones. Las dimensiones generales se cuantificarán estadísticamente.

Análisis de fiabilidad de la encuesta

Para la determinación de la fiabilidad se aplicó la encuesta a un grupo piloto de 10 gerentes seleccionados que colaboraron en la etapa inicial del proceso de recolección de información. Se utilizó el Alfa de Cronbach para establecer la fiabilidad con el programa IBM Spss 20, el valor obtenido de las 24 preguntas es 0,874 que establece la confiabilidad del cuestionario de encuesta del anexo

1. En la tabla se presenta de manera individual la fiabilidad por pregunta.

Tabla 2. *Alfa de Cronbach de la encuesta*

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,874	24

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva (2022).

Tabla 3. *Alfa de Cronbach por pregunta*

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
1. ¿Se planifica coordinadamente la ejecución y revisión de los servicios turísticos de alojamiento en el cantón?	69,6000	652,711	,831	,864
2. ¿La planificación física y urbana de los negocios turísticos de alojamiento y transporte es eficiente?	69,6000	652,711	,831	,864
3. ¿Considera usted que existe una interacción estratégica continua entre el sector público y los negocios turísticos de alojamiento y transporte del cantón?	69,7000	651,344	,852	,864
4. ¿La coordinación de planificación física y urbana de los negocios turísticos de alojamiento y transporte se realiza conjuntamente con entidades de protección ambiental?	69,6000	652,711	,831	,864
5. ¿Las entidades públicas estimulan la participación de los negocios de alojamiento y transporte del cantón en el diseño de proyectos y estrategias de inversión turística?	69,7000	651,344	,852	,864
6. ¿Las políticas turísticas controlan la calidad de los servicios prestados por los negocios turísticos de alojamiento y transporte?	69,7000	651,344	,852	,864

7.	¿Considera usted que existe actualización del inventario y registro de los negocios turísticos de alojamiento y transporte del cantón?	69,5000	668,944	,618	,868
8.	¿En el cantón se aprueba y actualiza constantemente el marco normativo pertinente para el cumplimiento efectivo de las actividades de inspección y control de los negocios turísticos de alojamiento y transporte?	69,3000	664,900	,742	,867
9.	¿Las políticas públicas del cantón aseguran la calidad de la prestación de los servicios de los negocios turísticos de alojamiento y transporte del cantón?	69,3000	673,789	,565	,869
10.	¿En el cantón se promueve y comercializa estratégicamente los negocios turísticos de alojamiento y transporte?	69,0000	683,556	,605	,871
11.	¿En el cantón se difunde información acerca del manejo de adecuado de los recursos en los negocios turísticos?	66,0000	486,889	,307	,991
12.	¿Existe apoyo de entidades públicas para la promoción de la imagen y marca de los negocios turísticos de alojamiento y transporte del cantón?	69,1000	656,767	,906	,865
13.	¿Las entidades gubernamentales organizan programas de educación y capacitación en desarrollo sostenible dirigidos a gerentes y personal de los negocios turísticos de alojamiento y transporte?	69,4000	647,600	,953	,863
14.	¿Se desarrollan eventos de capacitación dirigidas a fortalecer la información y orientación turística sustentable de los negocios de alojamiento y transporte del cantón?	69,1000	656,767	,906	,865
15.	¿En el cantón se desarrollan mediciones de los flujos turísticos recibidos en los negocios de alojamiento y transporte?	69,1000	656,767	,906	,865

16. ¿Los organismos estatales monitorean la utilización racional de los recursos naturales del cantón conjuntamente con las empresas de servicios turísticos de alojamiento y transporte?	69,4000	647,600	,953	,863
17. ¿Se evalúa constantemente las responsabilidades de los funcionarios encargados de la gestión pública turística en el cantón?	69,4000	647,600	,953	,863
18. ¿Las entidades públicas fomentan la sustentabilidad negocios turísticos de alojamiento y transporte del cantón?	69,1000	656,767	,906	,865
19. ¿Las entidades públicas facilitan la resolución de problemas ambientales presentes en el desarrollo de las actividades de alojamiento y transporte?	69,1000	656,767	,906	,865
20. ¿Se brinda asistencia técnica a los negocios turísticos de alojamiento y transporte del cantón para el adecuado manejo de los residuos?	69,1000	656,767	,906	,865
21. ¿Se diseñan estrategias ambientales para reducir y reusar adecuadamente los activos y el inventario de los negocios de alojamiento y transporte del cantón?	69,1000	656,767	,906	,865
22. ¿Las entidades públicas han implementado políticas de asistencia técnica dirigidas reducir la huella de carbono de los negocios de alojamiento y transporte del cantón?	69,2000	666,844	,864	,867
23. ¿Las entidades públicas sensibilizan acerca del uso más eficiente de la energía en los negocios de alojamiento y transporte del cantón?	69,1000	656,767	,906	,865
24. ¿Los negocios de alojamiento y transporte del cantón intervienen en el diseño e implementación de planes y proyectos de desarrollo turístico sostenible?	69,4000	647,600	,953	,863

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva (2022).

También se evaluó la fiabilidad según las dimensiones consideradas en la encuesta con un alfa de Cronbach de 0,967. La tabla presenta los valores por las dimensiones evaluadas de la encuesta, que demuestran su fiabilidad para la comprobación de la hipótesis.

Tabla 4. *Alfa de Cronbach de las dimensiones*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,967	7

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva (2022).

Tabla 5. *Alfa de Cronbach por cada dimensión*

Dimensiones	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
a) Planificación y coordinación	17,7000	31,122	,896	,961
b) Calidad y políticas de los servicios turísticos	17,8000	30,844	,917	,960
c) Información y Promoción turística	17,2000	37,956	,631	,978
d) Educación y capacitación	17,2000	32,622	,935	,958
e) Medición y control	17,2000	32,622	,935	,958
f) Sustentabilidad de los negocios turísticos	17,5000	30,944	,950	,957
g) Estrategias ambientales sustentables de los negocios turísticos	17,2000	32,622	,935	,958

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva (2022).

3.7. Procesamiento de la información y análisis estadístico

El modelo estadístico se basa en el análisis de los datos con frecuencias y porcentajes de las preguntas del instrumento seleccionado y elaborado por la investigadora, también se procedió a cuantificar cada dimensión obteniéndose

promedios generales y los estadísticos descriptivos que evalúan las escala en la cual se encuentran las variables. Los valores se calcularán a través del programa IBM Spss 20.

Con la implementación de la Correlación de Pearson se desarrolló la relación entre las variables de investigación, los valores determinan una asociación muy baja (0,1-0,25), baja (0,26-0,50), media (0,51-0,75), considerable (0,76-0,90) y perfecta (0,91-1), puede calificarse como positiva o negativa y el p valor que establece las relaciones de significancia cuando son menores que 0,05.

3.8. Variables respuesta o resultados alcanzados

Las variables respuestas son las siguientes:

- Empresas que aplican acciones basadas en la sustentabilidad.
- Tipo de acciones desarrolladas para la sustentabilidad por parte del gobierno local.
- Información sobre los programas locales con enfoque sustentable y ambiental.
- Factores que influyen en la gestión pública del turismo.

Adicionalmente, el cuestionario fue validado por especialista en el área, la ficha metodológica de evaluación consta en el Anexo 3. Al aprobarse el instrumento, se validó con el Alfa y se aplicó a la muestra seleccionada.

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Análisis de la encuesta aplicada

4.1.1. Factores sociodemográficos de los negocios turísticos

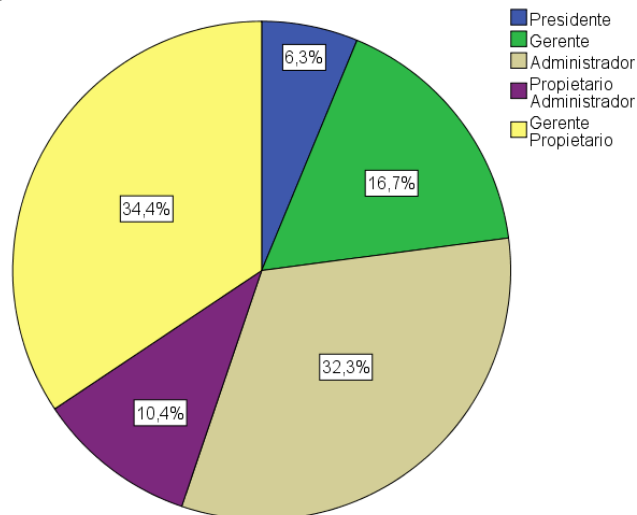
Tabla 6. Cargo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Presidente	6	6,3	6,3	6,3
	Gerente	16	16,7	16,7	22,9
	Administrador	31	32,3	32,3	55,2
	Propietario Administrador	10	10,4	10,4	65,6
	Gerente Propietario	33	34,4	34,4	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Figura 3. Cargo



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Análisis e interpretación

Los resultados de los cargos que desempeñan los representantes de los negocios turísticos son: el 34,4% indicaron que son gerentes propietarios, el 32,3% son administradores, el 16,7% contestaron gerentes, el 10,4% son propietarios administradores y finalmente un 6,3% poseen la representación de presidentes.

Tiempo del negocio turístico

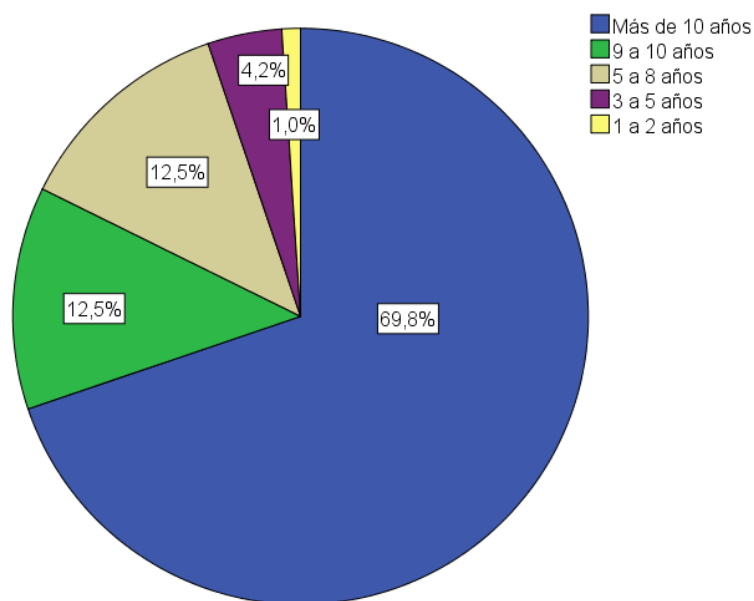
Tabla 7. *Tiempo del negocio turístico*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Más de 10 años	67	69,8	69,8	69,8
	9 a 10 años	12	12,5	12,5	82,3
	5 a 8 años	12	12,5	12,5	94,8
	3 a 5 años	4	4,2	4,2	99,0
	1 a 2 años	1	1,0	1,0	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Figura 4. *Tiempo del negocio turístico*



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Análisis e interpretación

Los negocios turísticos del cantón Baños cuentan con un tiempo representativo como organizaciones que desarrollan actividades económicas direccionadas generar recursos, por lo cual su intervención en el ámbito público es fundamental, puesto que el 69,8% tiene más de más de 10 años constituidas.

Servicio turístico que proporcionan

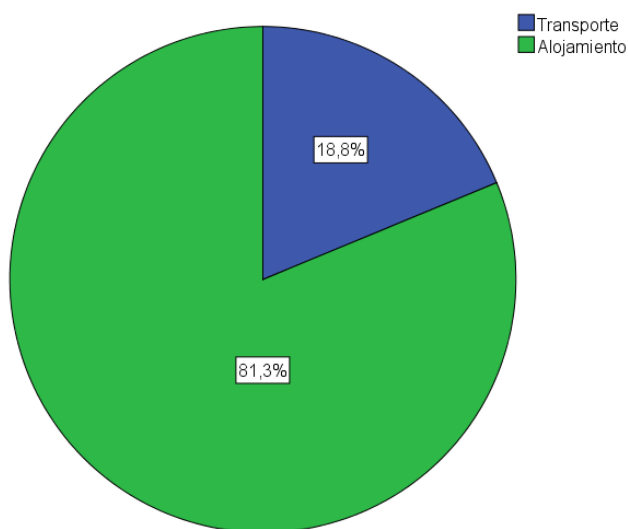
Tabla 8. Servicio turístico que proporcionan

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Transporte	18	18,8	18,8	18,8
	Alojamiento	78	81,3	81,3	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Figura 5. Servicio turístico que proporcionan



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Análisis e interpretación

El 81,3% que representan un porcentaje representativo respondieron que tienen servicios de alojamiento que prestan a los turistas que acuden a visitar el cantón y el 18,8% contestaron en cambio de transporte, es importante en el diseño de estrategias, enfocados a mejoras de la gestión pública del turismo, con énfasis en el sector con mayor negocios turísticos.

A. Planificación y coordinación

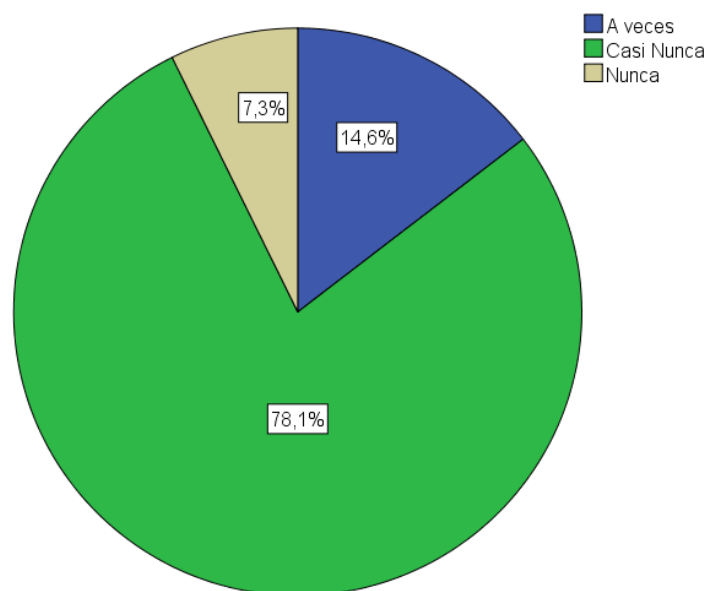
Tabla 9. A. Planificación y coordinación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A veces	14	14,6	14,6	14,6
	Casi Nunca	75	78,1	78,1	92,7
	Nunca	7	7,3	7,3	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Figura 6. A. Planificación y coordinación



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Análisis e interpretación

En la dimensión de planificación y coordinación, el 78,1% la califica deficiente según la escala de evaluación final al cuantificar y sacar los promedios finales de los ítems de las preguntas puesto que respondieron casi nunca que revela que no efectúan acciones estratégicas en el ámbito de la gestión pública, el 14,6% en cambio optaron por la opción a veces que representa un bajo porcentaje y el 7,3% respondieron que nunca.

1. ¿Se planifica coordinadamente la ejecución y revisión de los servicios turísticos de alojamiento en el cantón?

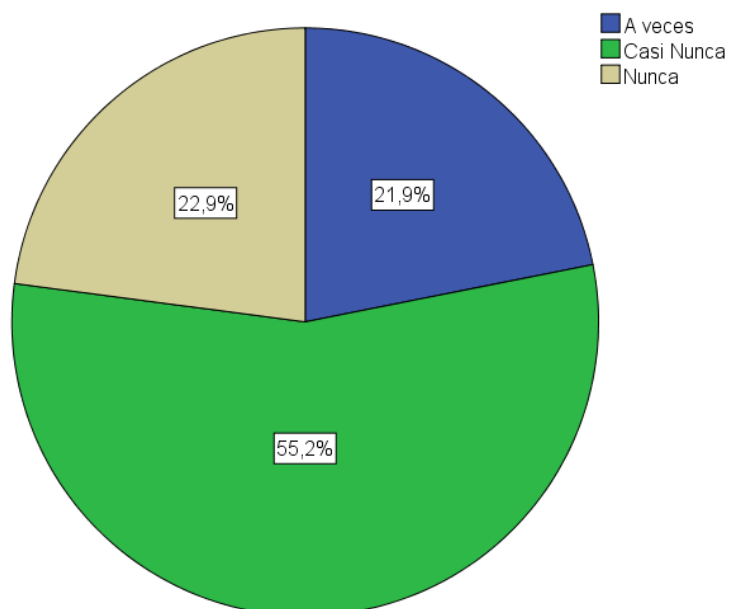
Tabla 10. *Planificación coordinada*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A veces	21	21,9	21,9	21,9
	Casi Nunca	53	55,2	55,2	77,1
	Nunca	22	22,9	22,9	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Figura 7. *Planificación coordinada*



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Análisis e interpretación

Un porcentaje representativo consideró que es deficiente la planificación y coordinación de los servicios turísticos del cantón, por ser excluyente y limitar la participación de este sector estratégico, por lo cual el 55,2% contestaron que casi nunca se planifica coordinadamente la ejecución y revisión de los servicios turísticos de alojamiento en el cantón, el 22,9% en cambio consideraron nunca y el 21,9% respondieron a veces.

2. ¿La planificación física y urbana de los negocios turísticos de alojamiento y transporte es eficiente?

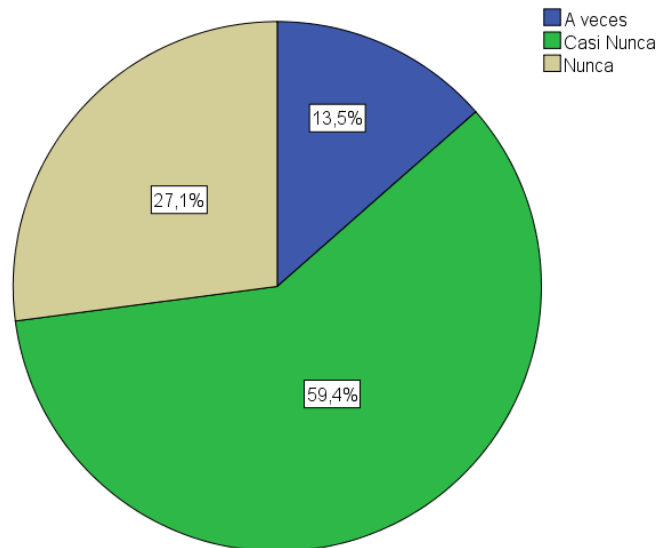
Tabla 11. *Planificación física y urbana eficiente*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A veces	13	13,5	13,5	13,5
	Casi Nunca	57	59,4	59,4	72,9
	Nunca	26	27,1	27,1	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Figura 8. *Planificación física y urbana eficiente*



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Análisis e interpretación

Más de la mitad de los encuestados, que representa el 59,4% contestaron que casi nunca la planificación física y urbana de los negocios turísticos de alojamiento y transporte es eficiente, que establece deficiencias en la gestión pública que guarda relación con la planificación física y urbana, que organice los negocios turísticos de manera ordenada y sostenible.

3. ¿Considera usted que existe una interacción estratégica continua entre el sector público y los negocios turísticos de alojamiento y transporte del cantón?

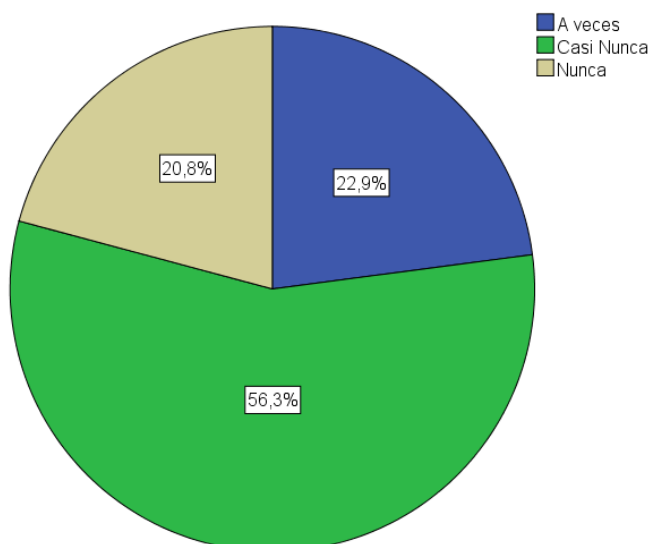
Tabla 12. *Interacción estratégica*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A veces	22	22,9	22,9	22,9
	Casi Nunca	54	56,3	56,3	79,2
	Nunca	20	20,8	20,8	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Figura 9. *Interacción estratégica*



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Análisis e interpretación

Un porcentaje representativo (56,3%) contestaron que casi nunca existe una interacción estratégica continua entre el sector público y los negocios turísticos de alojamiento y transporte del cantón, por ende, la interacción entre actores privados y públicos en Baños es limitada, porque no se integran a los representantes de los negocios a decisiones para el desarrollo turístico.

4. ¿La coordinación de planificación física y urbana de los negocios turísticos de alojamiento y transporte se realiza conjuntamente con entidades de protección ambiental?

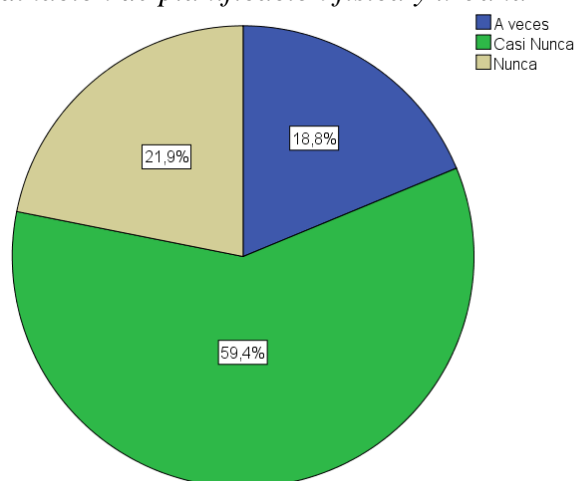
Tabla 13. *Coordinación de planificación física y urbana*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A veces	18	18,8	18,8	18,8
	Casi Nunca	57	59,4	59,4	78,1
	Nunca	21	21,9	21,9	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Figura 10. *Coordinación de planificación física y urbana*



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Análisis e interpretación

Los datos de la encuesta revelan que las actividades de coordinación de los negocios turísticos no son desarrolladas con organizaciones y entidades con experiencia en el cuidado y responsabilidad ambiental por lo cual muchas cumplen sus actividades, sin lineamientos ambientales, más de la mitad (59,4%) contestaron que casi nunca la coordinación de planificación física y urbana de los negocios turísticos de alojamiento y transporte se realiza conjuntamente con entidades de protección ambiental.

5. ¿Las entidades públicas estimulan la participación de los negocios de alojamiento y transporte del cantón en el diseño de proyectos y estrategias de inversión turística?

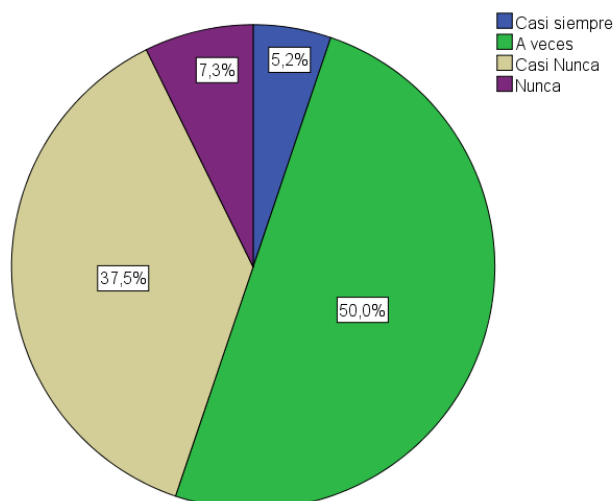
Tabla 14. Participación en el diseño de proyectos y estrategias de inversión turística

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casi siempre	5	5,2	5,2	5,2
	A veces	48	50,0	50,0	55,2
	Casi Nunca	36	37,5	37,5	92,7
	Nunca	7	7,3	7,3	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Figura 11. Participación en el diseño de proyectos y estrategias de inversión turística



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Análisis e interpretación

Los resultados muestran que la mitad de los encuestados considera que a veces las entidades públicas estimulan la participación de los negocios de alojamiento y transporte del cantón en el diseño de proyectos y estrategias de inversión turística y el 37,5% en cambio consideraron que casi nunca, que muestra que es limitada intervención de las empresas turísticas, por lo cual muchas decisiones son tomadas desde el contexto político, sin considerar los beneficios y las necesidades de los grupos con su participación en la toma de decisiones.

B. Calidad y políticas de los servicios turísticos

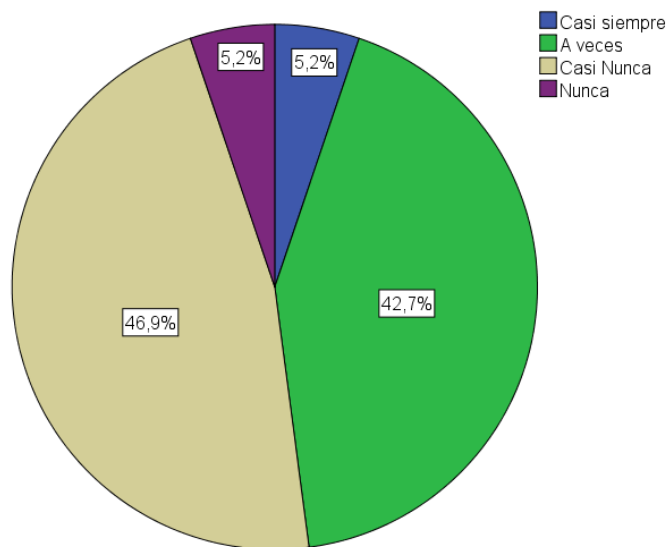
Tabla 15. B. Calidad y políticas de los servicios turísticos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casi siempre	5	5,2	5,2	5,2
	A veces	41	42,7	42,7	47,9
	Casi Nunca	45	46,9	46,9	94,8
	Nunca	5	5,2	5,2	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Figura 12. B. Calidad y políticas de los servicios turísticos



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Análisis e interpretación

El 46,9% califica que casi nunca se presenta la calidad y políticas de los servicios turísticos como eje de la política de gestión pública de los negocios dedicados al turismo en Baños, se establece que tienen deficiencias, por la falta de toma de decisiones y participación de los actores políticos sociales y turísticos en el diseño de estrategias que favorezcan el adecuado manejo ambiental.

6. ¿Las políticas turísticas controlan la calidad de los servicios prestados por los negocios turísticos de alojamiento y transporte?

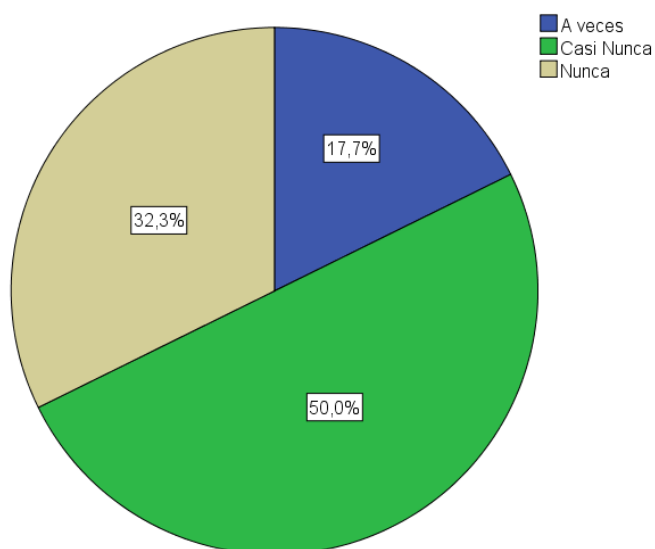
Tabla 16. *Calidad de los servicios prestados por los negocios turísticos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A veces	17	17,7	17,7	17,7
	Casi Nunca	48	50,0	50,0	67,7
	Nunca	31	32,3	32,3	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Figura 13. *Calidad de los servicios prestados por los negocios turísticos*



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Análisis e interpretación

Los datos de la encuesta establecen que la mayor parte consideran que las políticas turísticas, no favorecen a mejorar el control de la calidad de los servicios turísticos, la mitad contestaron que casi nunca las políticas turísticas controlan la calidad de los servicios prestados por los negocios turísticos de alojamiento y transporte, puesto que no hay normas específicas que fortalezcan su aplicación en el cantón Baños.

7. ¿Considera usted que existe actualización del inventario y registro de los negocios turísticos de alojamiento y transporte del cantón?

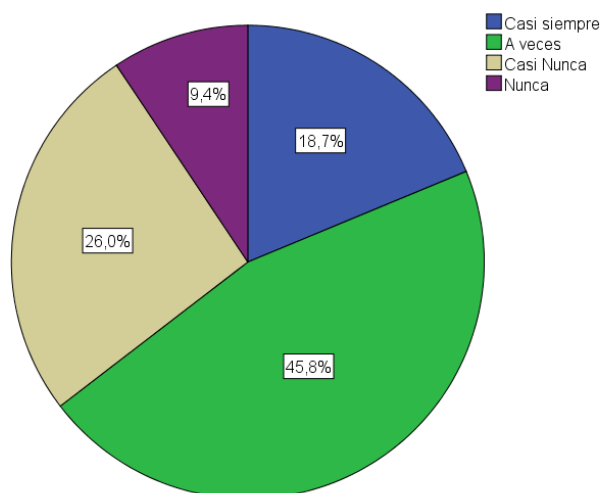
Tabla 17. Actualización del inventario y registro de los negocios turísticos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casi siempre	18	18,8	18,8	18,8
	A veces	44	45,8	45,8	64,6
	Casi Nunca	25	26,0	26,0	90,6
	Nunca	9	9,4	9,4	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Figura 14. Actualización del inventario y registro de los negocios turísticos



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Análisis e interpretación

La actualización de la información de los negocios turísticos se realiza con una limitada frecuencia, el 45,8% contestaron que a veces existe en el inventario y registro de los negocios turísticos de alojamiento y transporte del cantón, los inventarios y registros se elaboran con intervalos periódicos, que no permiten conocer el crecimiento del sector en un tiempo específico.

8. ¿En el cantón se aprueba y actualiza constantemente el marco normativo pertinente para el cumplimiento efectivo de las actividades de inspección y control de los negocios turísticos de alojamiento y transporte?

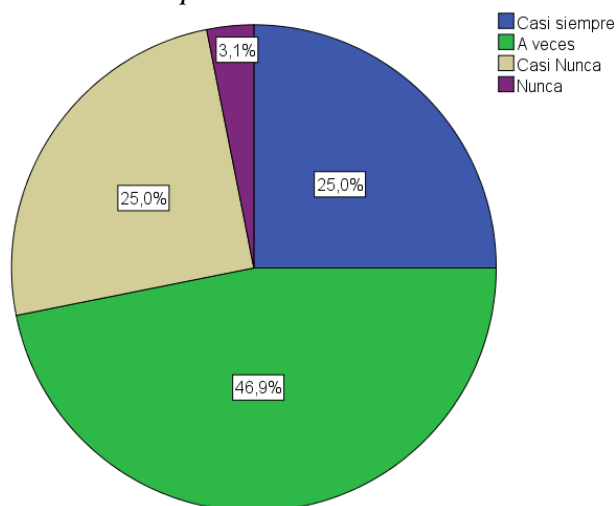
Tabla 18. Marco normativo pertinente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casi siempre	24	25,0	25,0	25,0
	A veces	45	46,9	46,9	71,9
	Casi Nunca	24	25,0	25,0	96,9
	Nunca	3	3,1	3,1	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Figura 15. Marco normativo pertinente



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Análisis e interpretación

En el cantón no se prioriza con frecuencia la actualización constante del marco normativo y estándares nacionales e internacionales del cuidado ambiental, el 46,9% contestaron que a veces en el cantón se aprueba y actualiza constantemente el marco normativo pertinente para el cumplimiento efectivo de las actividades de inspección y control de los negocios turísticos de alojamiento y transporte, por ende, el diseño de acciones para el manejo del impacto ambiental de ciertas actividades económicas, que favorezca un adecuado manejo de desechos y preservación de los recursos naturales por parte de los negocios turísticos, es un tema pendiente en la agenda ambiental del cantón.

9. ¿Las políticas públicas del cantón aseguran la calidad de la prestación de los servicios de los negocios turísticos de alojamiento y transporte del cantón?

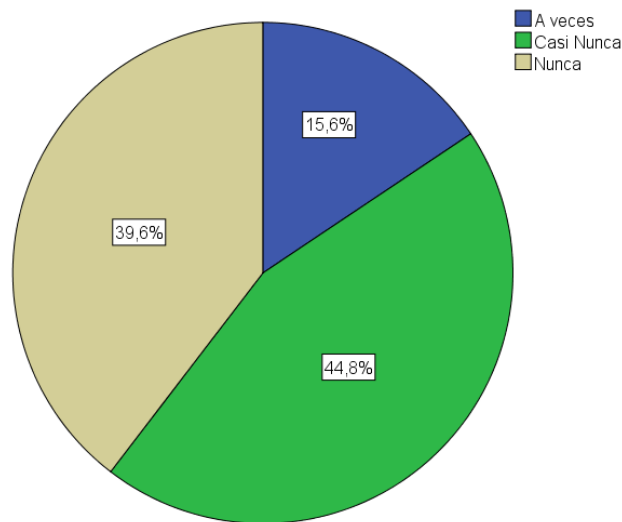
Tabla 19. *Calidad de la prestación de los servicios*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A veces	15	15,6	15,6	15,6
	Casi Nunca	43	44,8	44,8	60,4
	Nunca	38	39,6	39,6	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Figura 16. *Calidad de la prestación de los servicios*



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Análisis e interpretación

El 44,8% contestaron que casi nunca las políticas públicas del cantón aseguran la calidad de la prestación de los servicios de los negocios turísticos de alojamiento y transporte del cantón, la estadística muestran que las políticas del cantón no favorecen a una adecuada calidad de los servicios turísticos, desde el campo de la sustentabilidad relacionada directamente con la organización y planificación en el ámbito de la gestión pública.

C. Información y Promoción turística

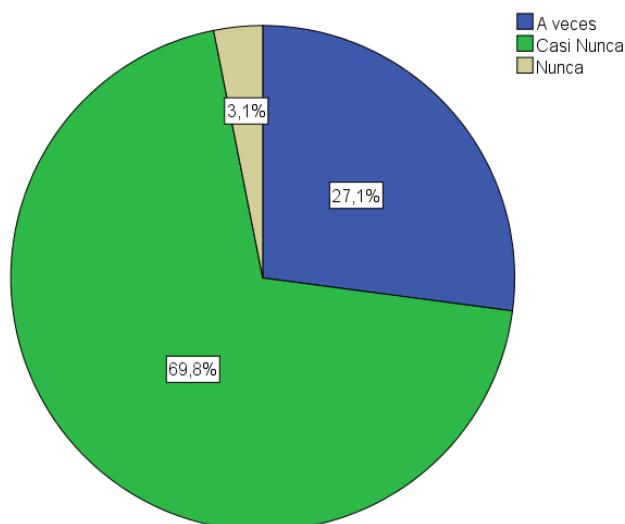
Tabla 20. C. Información y Promoción turística

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A veces	26	27,1	27,1	27,1
	Casi Nunca	67	69,8	69,8	96,9
	Nunca	3	3,1	3,1	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Figura 17. C. Información y Promoción turística



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Análisis e interpretación

La dimensión de información y promoción turística califica con un nivel bajo con la respuesta casi nunca del 69,8%, presentándose deficiencias que no favorecen a la gestión y desarrollo de los negocios turísticos de Baños, el 27,1% califica con un nivel medio y el 3,1% muy bajo descalificándose el accionar en el ámbito por parte de los organismos públicos.

10. ¿En el cantón se promueve y comercializa estratégicamente los negocios turísticos de alojamiento y transporte?

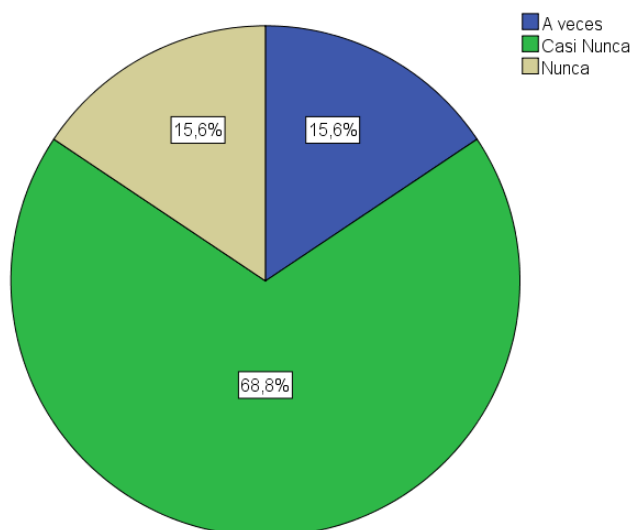
Tabla 21. Promoción y comercialización estratégica los negocios turísticos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A veces	15	15,6	15,6	15,6
	Casi Nunca	66	68,8	68,8	84,4
	Nunca	15	15,6	15,6	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Figura 18. Promoción y comercialización estratégica los negocios turísticos



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Análisis e interpretación

Una debilidad presente en el ámbito de la gestión pública del turismo, según la mayor parte de los encuestados, es que no se promueve de manera estratégica, los beneficios y características de los negocios turísticos a través acciones de comercialización, que ayuden a los turistas a conocer más de cerca los servicios que se prestan en el cantón Baños, el 88,6% contestaron que casi nunca se promueve y comercializa estratégicamente los negocios turísticos de alojamiento y transporte.

11. ¿En el cantón se difunde información acerca del manejo de adecuado de los recursos en los negocios turísticos?

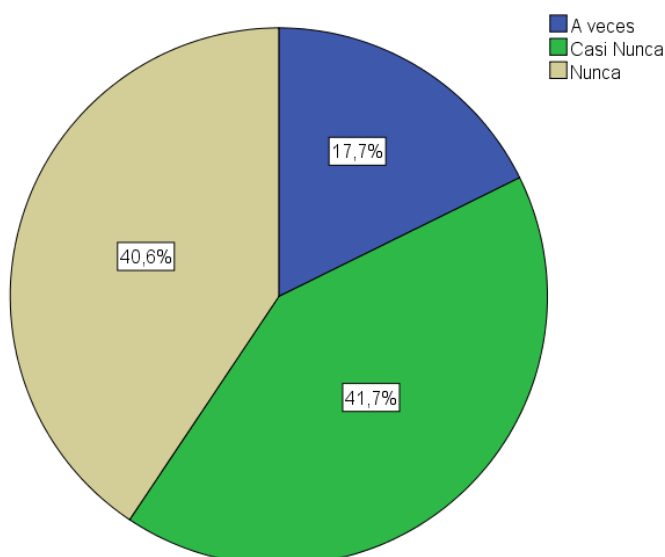
Tabla 22. Información acerca del manejo de adecuado de los recursos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A veces	17	17,7	17,7	17,7
	Casi Nunca	40	41,7	41,7	59,4
	Nunca	39	40,6	40,6	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Figura 19. Información acerca del manejo de adecuado de los recursos



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Análisis e interpretación

El 41,7% contestaron que casi nunca el cantón se difunde información acerca del manejo de adecuado de los recursos en los negocios turísticos, el 40,6% en cambio consideraron que nunca y el 17,7% indicaron a veces. La difusión de información estratégica acerca del manejo adecuado de los recursos en las empresas turísticas del cantón es deficiente, la mayor parte de respuestas se ubicaron en la opción casi nunca, es decir, que no se realiza, calificándose el ítem como un nivel bajo en el contexto de la gestión pública.

12. ¿Existe apoyo de entidades públicas para la promoción de la imagen y marca de los negocios turísticos de alojamiento y transporte del cantón?

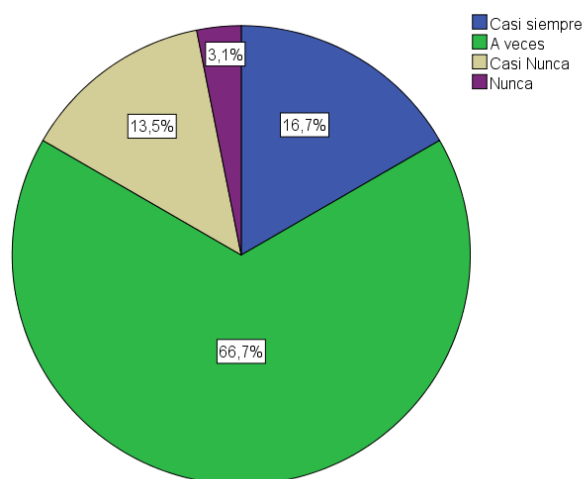
Tabla 23. *Apoyo de entidades públicas para la promoción de la imagen y marca*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casi siempre	16	16,7	16,7	16,7
	A veces	64	66,7	66,7	83,3
	Casi Nunca	13	13,5	13,5	96,9
	Nunca	3	3,1	3,1	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Figura 20. *Apoyo de entidades públicas para la promoción de la imagen y marca*



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Análisis e interpretación

Los resultados de la encuesta demuestran que no existe un apoyo frecuente y constante, para promocionar las imágenes y marcas de los negocios turísticos que representan la actividad socioeconómica del cantón Baños. Un alto porcentaje (66.7%) contestaron que a veces existe ayuda de entidades públicas para la promoción de la imagen y marca de los negocios turísticos de alojamiento y transporte del cantón, constituyéndose en una debilidad que se requiere mejorar a través de programas de gestión pública del turismo sostenible.

D. Educación y capacitación

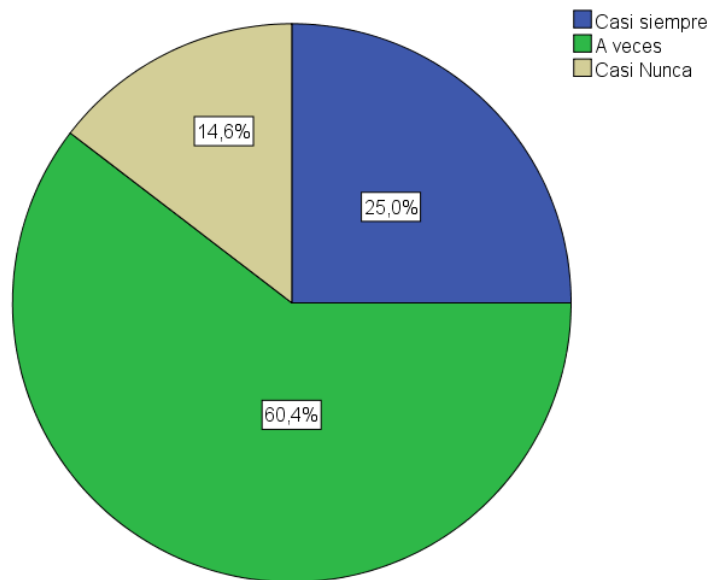
Tabla 24. *D. Educación y capacitación*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casi siempre	24	25,0	25,0	25,0
	A veces	58	60,4	60,4	85,4
	Casi Nunca	14	14,6	14,6	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Tabla 25. *D. Educación y capacitación*



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Análisis e interpretación

La formación y capacitación para desarrollar competencias específicas en el ámbito de desarrollo sustentable, requiere fortalecer y organizar programas direccionados a los negocios turísticos. El 69,4% contestaron que a veces se fomenta la dimensión de educación y capacitación según el resumen de resultados de las dimensiones evaluadas en este ítem.

13. ¿Las entidades gubernamentales organizan programas de educación y capacitación en desarrollo sostenible dirigidos a gerentes y personal de los negocios turísticos de alojamiento y transporte?

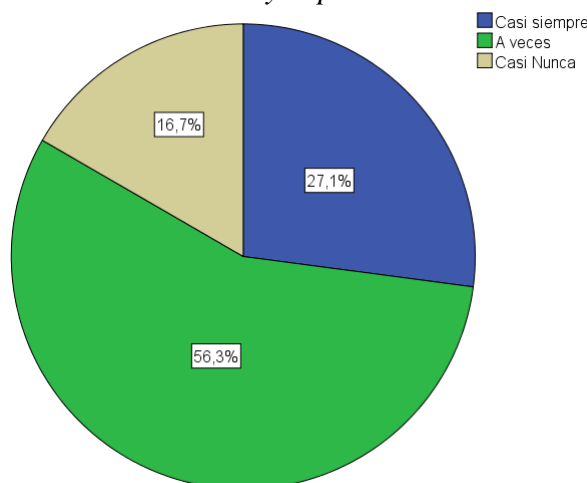
Tabla 26. *Programas de educación y capacitación en desarrollo sostenible*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casi siempre	26	27,1	27,1	27,1
	A veces	54	56,3	56,3	83,3
	Casi Nunca	16	16,7	16,7	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Figura 21. *Programas de educación y capacitación en desarrollo sostenible*



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Análisis e interpretación

Los programas de educación y capacitación en desarrollo sostenible dirigidos a gerentes y personal de los negocios turísticos de alojamiento y transporte son organizados con mediana frecuencia por parte de las entidades gubernamentales según el 56,3% que contestaron que a veces, Se establece según los resultados de las encuestas, que es muy limitado la implementación de programas de educación y capacitación con enfoque de desarrollo sostenible dirigido a los representantes, gerentes y personal administrativo direccionado a fortalecer las competencias en el turismo sostenible.

14. ¿Se desarrollan eventos de capacitación dirigidas a fortalecer la información y orientación turística sustentable de los negocios de alojamiento y transporte del cantón?

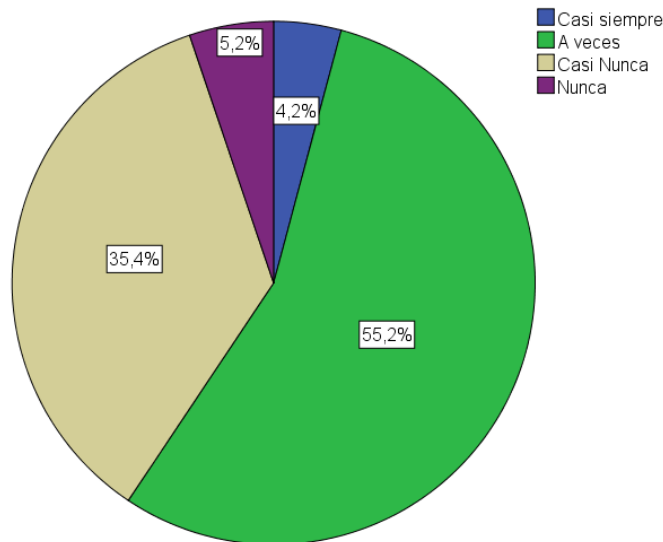
Tabla 27. Eventos de capacitación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casi siempre	4	4,2	4,2	4,2
	A veces	53	55,2	55,2	59,4
	Casi Nunca	34	35,4	35,4	94,8
	Nunca	5	5,2	5,2	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Figura 22. Eventos de capacitación



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Análisis e interpretación

Más de la mitad de los encuestados representados por el 55,2% contestaron que a veces se desarrollan eventos de capacitación dirigidas a fortalecer la información y orientación turística sustentable de los negocios de alojamiento y transporte del cantón, en cambio, el 35,4% en cambio consideraron que casi nunca. Se determina que las instituciones públicas encargadas de la gestión pública del turismo en el cantón no efectúan talleres formativos y de capacitación direccionadas a un turismo sustentable, constituyéndose en un tema pendiente en el cantón, para generar competencias específicas en los representantes de los negocios turísticos.

E. Medición y control

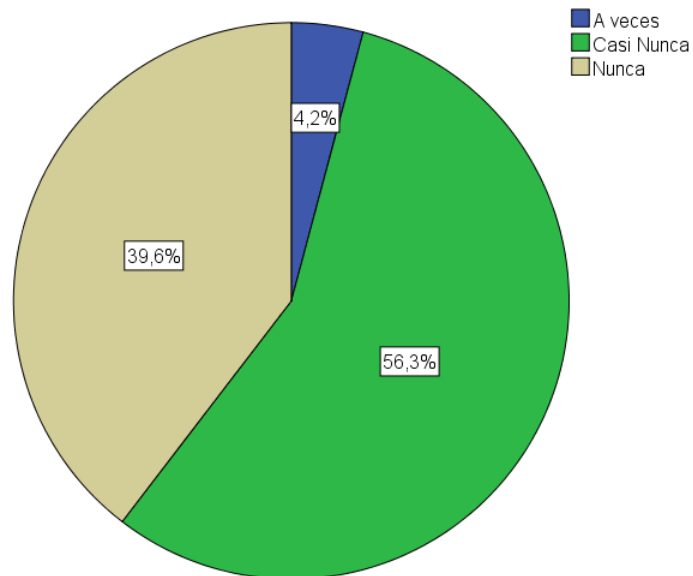
Tabla 28. *E. Medición y control*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A veces	4	4,2	4,2	4,2
	Casi Nunca	54	56,3	56,3	60,4
	Nunca	38	39,6	39,6	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Figura 23. *E. Medición y control*



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Análisis e interpretación

La dimensión de medición y control tienen un nivel considerado como bajo, según la interpretación de los resultados el 56,3% contestaron que casi nunca es prioritario, que existe deficiencia en generar resultados adaptados a las necesidades de los negocios turísticos, el 39,6% en cambio consideraron que nunca y el 4,2% indicaron que a veces.

16. ¿Los organismos estatales monitorean la utilización racional de los recursos naturales del cantón conjuntamente con las empresas de servicios turísticos de alojamiento y transporte?

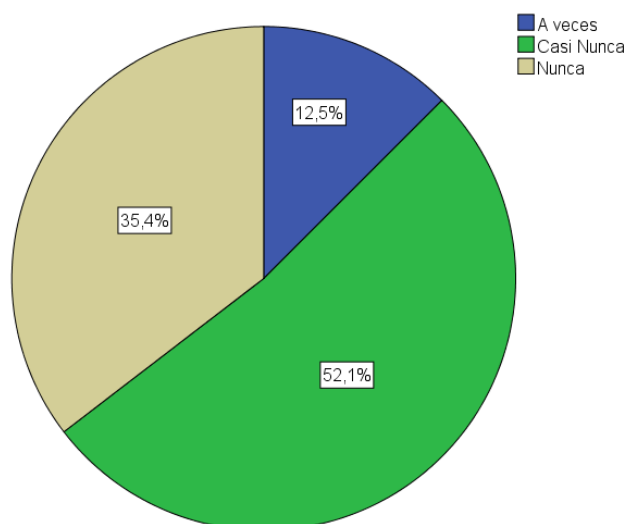
Tabla 29. *Monitoreo de la utilización racional de los recursos naturales*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A veces	12	12,5	12,5	12,5
	Casi Nunca	50	52,1	52,1	64,6
	Nunca	34	35,4	35,4	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Figura 24. *Monitoreo de la utilización racional de los recursos naturales*



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Análisis e interpretación

Se evidencia una marcada deficiencia en el monitoreo, el 52,1% contestaron que casi nunca los organismos estatales monitorean la utilización racional de los recursos naturales del cantón conjuntamente con las empresas de servicios turísticos de alojamiento y transporte y el 35,4% en cambio consideraron que nunca. Los datos de la encuesta revelan que no se monitorea y controla de manera adecuada el uso racional de los recursos naturales en el cantón, por parte de las diferentes empresas que ofrecen diferentes servicios turísticos, por ende, existe un alto riesgo de impactos ambientales en la preservación de la naturaleza y su capacidad para regenerarse.

17. ¿Se evalúa constantemente las responsabilidades de los funcionarios encargados de la gestión pública turística en el cantón?

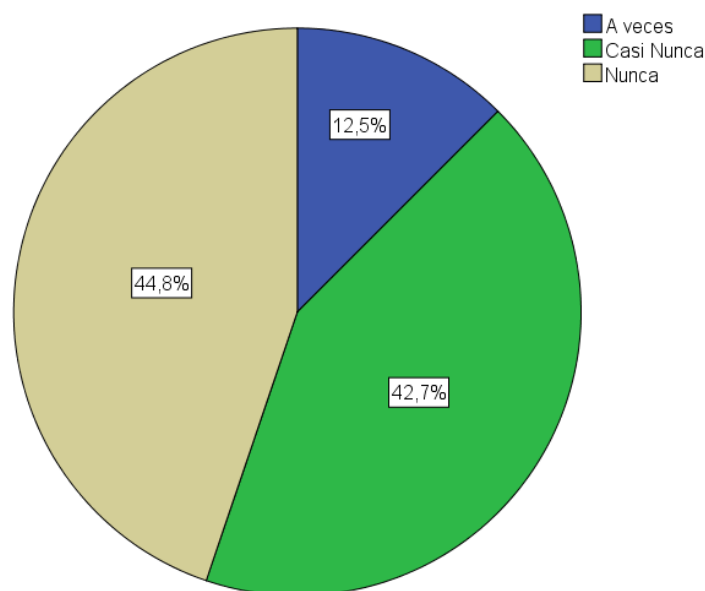
Tabla 30. Responsabilidades de los funcionarios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A veces	12	12,5	12,5	12,5
	Casi Nunca	41	42,7	42,7	55,2
	Nunca	43	44,8	44,8	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Figura 25. Responsabilidades de los funcionarios



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Análisis e interpretación

La mayor parte de los gerentes y representantes de los negocios turísticos de los negocios turísticos consideran que no existen evaluaciones a los funcionarios de la gestión pública turística en el cantón Baños, para la determinación de responsabilidades y funciones en el diseño de estrategias ambientales y políticas públicas, puesto que el 44,8% contestaron que nunca se evalúa constantemente las responsabilidades y en cambio el 42,7% en cambio consideraron que casi nunca.

18. ¿Las entidades públicas fomentan la sustentabilidad de los negocios turísticos de alojamiento y transporte del cantón?

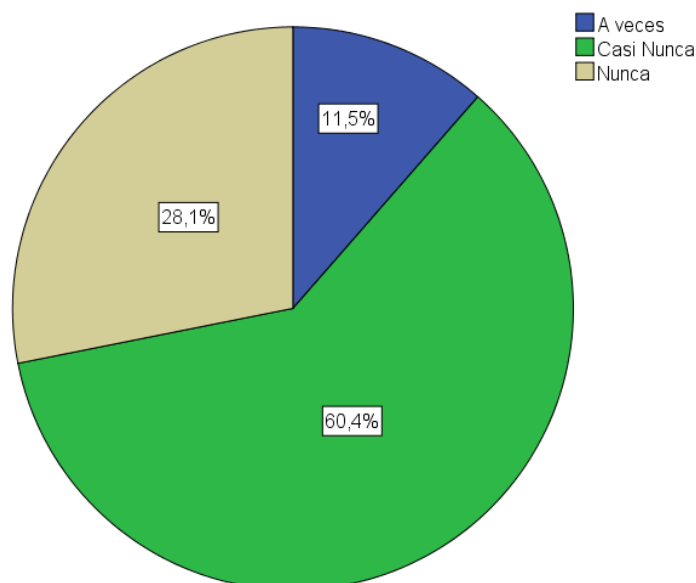
Tabla 31. *Fomento de la sustentabilidad de los negocios turísticos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A veces	11	11,5	11,5	11,5
	Casi Nunca	58	60,4	60,4	71,9
	Nunca	27	28,1	28,1	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Figura 26. *Fomento de la sustentabilidad de los negocios turísticos*



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Análisis e interpretación

La planificación de actividades de gestión pública no incentiva el desarrollo de la sustentabilidad que favorezcan al cuidado del medio ambiente y un turismo sostenible que cuide la capacidad de la naturaleza para regenerarse y preservarse para las nuevas generaciones, en la encuesta el 60,4% contestaron que casi nunca las entidades públicas fomentan la sustentabilidad negocios turísticos de alojamiento y transporte del cantón.

F. Sustentabilidad de los negocios turísticos

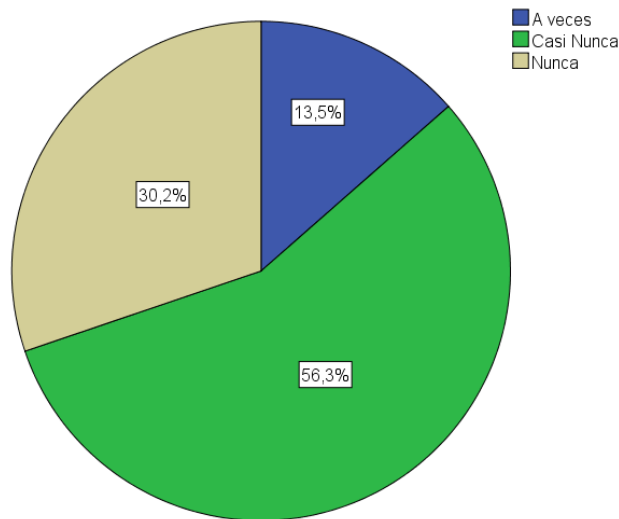
Tabla 32. *F. Sustentabilidad de los negocios turísticos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A veces	13	13,5	13,5	13,5
	Casi Nunca	54	56,3	56,3	69,8
	Nunca	29	30,2	30,2	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Figura 27. *F. Sustentabilidad de los negocios turísticos*



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Análisis e interpretación

El 56,3% evidencia deficiencias en la dimensión del desarrollo sustentable acerca de la sustentabilidad de los negocios turísticos al obtener respuestas mayoritarias por la respuesta casi nunca, el 30,2% en cambio consideraron que nunca y el 13,5% indicaron que veces.

19. ¿Las entidades públicas facilitan la resolución de problemas ambientales presentes en el desarrollo de las actividades de alojamiento y transporte?

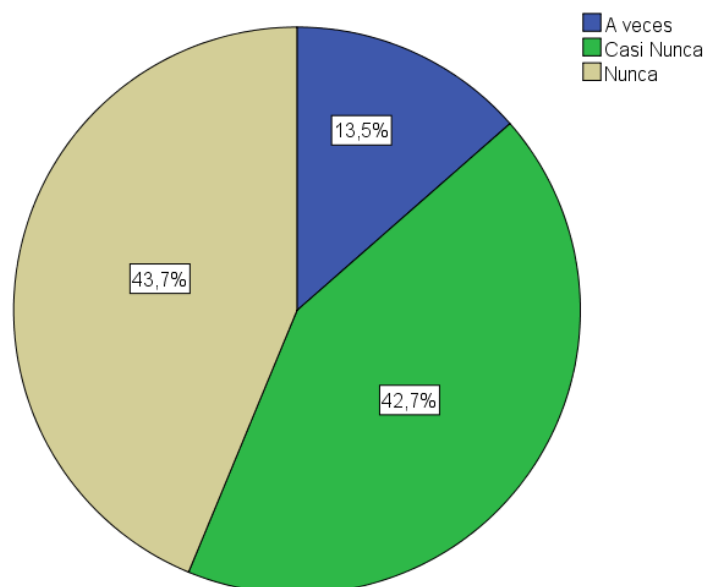
Tabla 33. Resolución de problemas ambientales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A veces	13	13,5	13,5	13,5
	Casi Nunca	41	42,7	42,7	56,3
	Nunca	42	43,8	43,8	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Figura 28. Resolución de problemas ambientales



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Análisis e interpretación

Las instituciones públicas locales no analizan los problemas ambientales del turismo y crean soluciones que disminuyan su posible impacto a mediano y largo plazo, porque el 43,7% de encuestados contestaron que nunca las entidades públicas facilitan la resolución de problemas ambientales presentes en el desarrollo de las actividades de alojamiento y transporte.

20. ¿Se brinda asistencia técnica a los negocios turísticos de alojamiento y transporte del cantón para el adecuado manejo de los residuos?

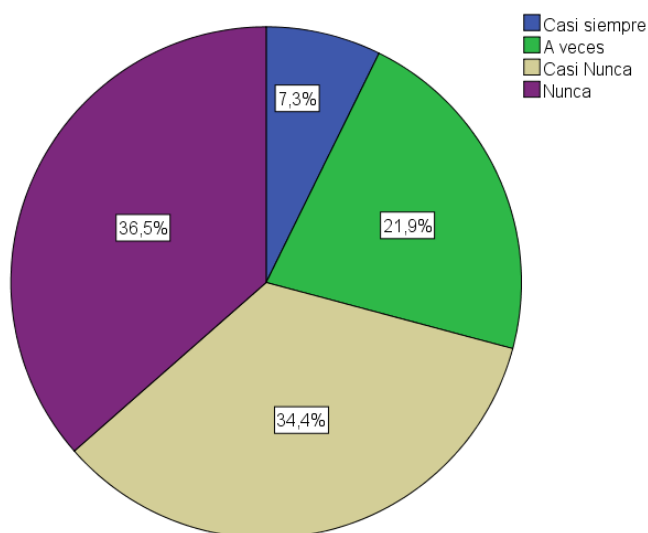
Tabla 34. *Asistencia técnica a los negocios turísticos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casi siempre	7	7,3	7,3	7,3
	A veces	21	21,9	21,9	29,2
	Casi Nunca	33	34,4	34,4	63,5
	Nunca	35	36,5	36,5	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Figura 29. *Asistencia técnica a los negocios turísticos*



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Análisis e interpretación

Los datos cuantificados de la encuesta muestran que el 36,5% contestaron que nunca se brinda asistencia técnica a los negocios turísticos de alojamiento y transporte del cantón para el adecuado manejo de los residuos y el 34,4% en cambio consideraron que casi nunca, por lo cual las empresas, no han recibido asistencia técnica para un adecuado manejo de los residuos, según normativas ambientales y recomendaciones que favorecen a la disminución de estos y disminuir la contaminación.

G. Estrategias ambientales sustentables de los negocios turísticos

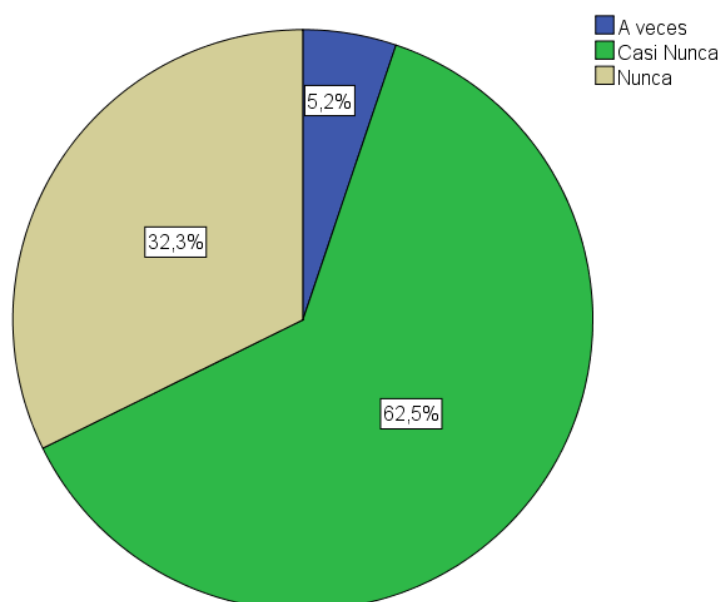
Tabla 35. Estrategias ambientales sustentables de los negocios turísticos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A veces	5	5,2	5,2	5,2
	Casi Nunca	60	62,5	62,5	67,7
	Nunca	31	32,3	32,3	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Figura 30. Estrategias ambientales sustentables de los negocios turísticos



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Análisis e interpretación

El 62,5% evidencia problemas en la implementación de estrategias ambientales sustentables de los negocios turísticos y el 32,3% en cambio consideraron que nunca, determinándose que las políticas de gestión pública no han favorecido a la implementación de estrategias ambientales, que desarrollen modelos de sustentabilidad en la organización y dirección de los negocios turísticos en el cantón Baños.

21, ¿Se diseñan estrategias ambientales para reducir y reusar adecuadamente los activos y el inventario de los negocios de alojamiento y transporte del cantón?

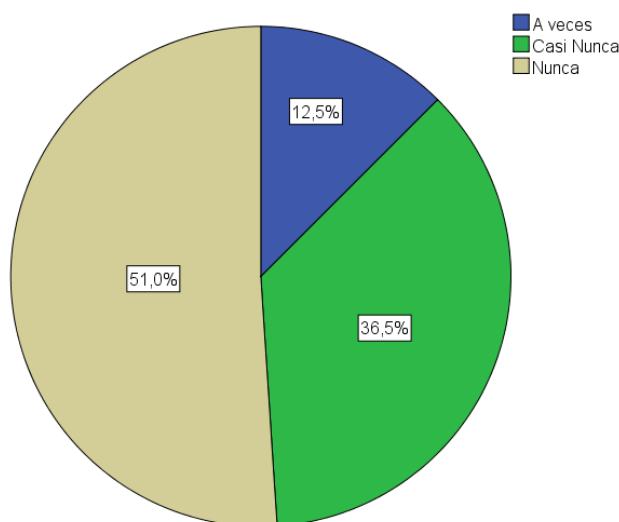
Tabla 36. *Diseñar estrategias ambientales para reducir y reusar adecuadamente*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A veces	12	12,5	12,5	12,5
	Casi Nunca	35	36,5	36,5	49,0
	Nunca	49	51,0	51,0	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Figura 31. *Diseñar estrategias ambientales para reducir y reusar adecuadamente*



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Análisis e interpretación

Los resultados de la encuesta determinan que no se han implementado estrategias de carácter ambiental, el 51% contestaron que nunca se diseñan estrategias ambientales para reducir y reusar adecuadamente los activos y el inventario de los negocios de alojamiento y transporte del cantón, por lo cual no se favorece a la implementación de actividades sustentables, que garanticen un adecuado manejo de los desechos obtenidos de activos e inventario de los negocios.

22. ¿Las entidades públicas han implementado políticas de asistencia técnica dirigidas reducir la huella de carbono de los negocios de alojamiento y transporte del cantón?

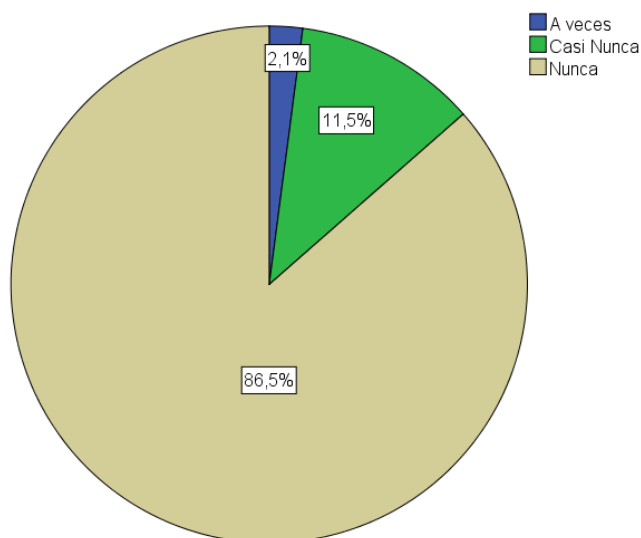
Tabla 37. Políticas de asistencia técnica

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A veces	2	2,1	2,1	2,1
	Casi Nunca	11	11,5	11,5	13,5
	Nunca	83	86,5	86,5	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Figura 32. Políticas de asistencia técnica



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Análisis e interpretación

La mayor parte representados por el 86,5% contestaron que nunca que las entidades públicas han implementado políticas de asistencia técnica dirigidas reducir la huella de carbono de los negocios de alojamiento y transporte del cantón, por lo cual no se han fomentado actividades de formación y asistencia, que disminuyan el impacto ambiental de los negocios sobre todo al tratar el tema de la huella de carbono, tan imperante en la actualidad por el cambio climático y la alta contaminación que generan ciertas actividades económicas.

23, ¿Las entidades públicas sensibilizan acerca del uso más eficiente de la energía en los negocios de alojamiento y transporte del cantón?

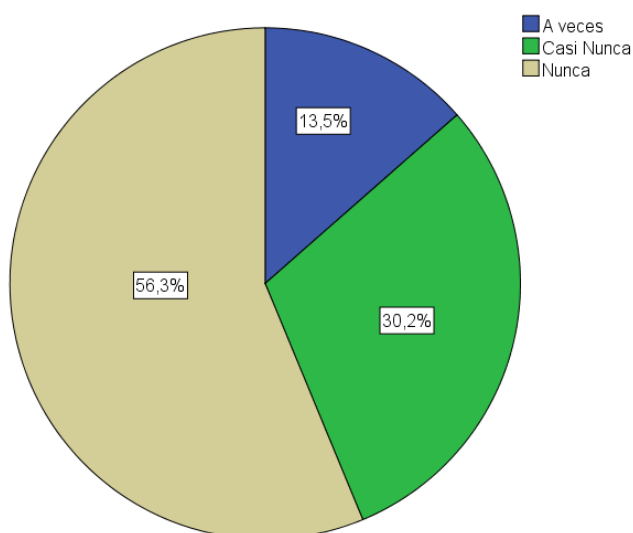
Tabla 38. *Sensibilización acerca del uso más eficiente de la energía*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A veces	13	13,5	13,5	13,5
	Casi Nunca	29	30,2	30,2	43,8
	Nunca	54	56,3	56,3	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Figura 33. *Sensibilización acerca del uso más eficiente de la energía*



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Análisis e interpretación

La mayor parte de los encuestados (56,3%, nunca) consideraron que no se han desarrollado actividades de sensibilización, para el uso eficiente de la energía eléctrica, como eje fundamental y básico en los planteamientos de sustentabilidad de negocios y emprendimientos que favorecen el turismo sostenible en el cantón Baños.

24. ¿Los negocios de alojamiento y transporte del cantón intervienen en el diseño e implementación de planes y proyectos de desarrollo turístico sostenible?

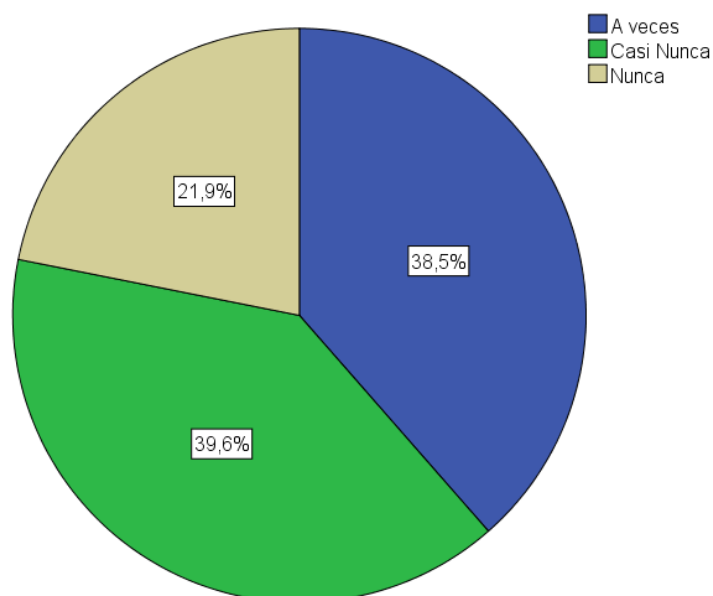
Tabla 39. *Diseño e implementación de planes y proyectos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A veces	37	38,5	38,5	38,5
	Casi Nunca	38	39,6	39,6	78,1
	Nunca	21	21,9	21,9	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Figura 34. *Diseño e implementación de planes y proyectos*



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Análisis e interpretación

La participación de los negocios es limitada para el diseño de acciones que favorezcan el desarrollo sostenible en el cantón, el 39,6% contestaron que casi nunca los negocios de alojamiento y transporte del cantón intervienen en el diseño e implementación de planes y proyectos de desarrollo turístico sostenible y el 38,5%, puesto que no se involucra de manera estratégica a todos los actores turísticos del cantón.

4.1.1. Estadísticos descriptivos de los ítems y dimensiones de la encuesta

En el factor sociodemográfico de la edad el mínimo es 25 años y el máximo 67 años la población pertenece a un grupo de mediana edad con 47,73 años. Resultados de tensión que es una población joven dedicada a la actividad de turismo local con baños altamente representativa y que requiere apoyo del estado a través de proyectos sustentables.

Tabla 40. *Estadísticos descriptivos de la edad*

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Edad	96	25,00	67,00	47,7396	8,80101
N válido (según lista)	96				

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Tabla 41. *Estadísticos descriptivos de los ítems evaluados*

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
1. ¿Se planifica coordinadamente la ejecución y revisión de los servicios turísticos de alojamiento en el cantón?	96	1,00	3,00	1,9896	,67270
2. ¿La planificación física y urbana de los negocios turísticos de alojamiento y transporte es eficiente?	96	1,00	3,00	1,8646	,62610
3. ¿Considera usted que existe una interacción estratégica continua entre el sector público y los negocios turísticos de alojamiento y transporte del cantón?	96	1,00	3,00	2,0208	,66458
4. ¿La coordinación de planificación física y urbana de los negocios turísticos de alojamiento y transporte se realiza conjuntamente con entidades de protección	96	1,00	3,00	1,9688	,63995

ambiental?					
5. ¿Las entidades públicas estimulan la participación de los negocios de alojamiento y transporte del cantón en el diseño de proyectos y estrategias de inversión turística?	96	1,00	4,00	2,5312	,71012
6. ¿Las políticas turísticas controlan la calidad de los servicios prestados por los negocios turísticos de alojamiento y transporte?	96	1,00	3,00	1,8542	,69554
7. ¿Considera usted que existe actualización del inventario y registro de los negocios turísticos de alojamiento y transporte del cantón?	96	1,00	4,00	2,7396	,87353
8. ¿En el cantón se aprueba y actualiza constantemente el marco normativo pertinente para el cumplimiento efectivo de las actividades de inspección y control de los negocios turísticos de alojamiento y transporte?	96	1,00	4,00	2,9375	,79223
9. ¿Las políticas públicas del cantón aseguran la calidad de la prestación de los servicios de los negocios turísticos de alojamiento y transporte del cantón?	96	1,00	3,00	1,7604	,70703
10. ¿En el cantón se promueve y comercializa estratégicamente los negocios turísticos de alojamiento y transporte?	96	1,00	3,00	2,0000	,56195
11. ¿En el cantón se difunde información acerca del manejo de adecuado de los recursos en los negocios turísticos?	96	1,00	3,00	1,7708	,73240
12. ¿Existe apoyo de entidades	96	1,00	4,00	2,9688	,65620

públicas para la promoción de la imagen y marca de los negocios turísticos de alojamiento y transporte del cantón?					
13. ¿Las entidades gubernamentales organizan programas de educación y capacitación en desarrollo sostenible dirigidos a gerentes y personal de los negocios turísticos de alojamiento y transporte?	96	2,00	4,00	3,1042	,65661
14. ¿Se desarrollan eventos de capacitación dirigidas a fortalecer la información y orientación turística sustentable de los negocios de alojamiento y transporte del cantón?	96	1,00	4,00	2,5833	,65961
15. ¿En el cantón se desarrollan mediciones de los flujos turísticos recibidos en los negocios de alojamiento y transporte?	95	1,00	3,00	1,4211	,62873
16. ¿Los organismos estatales monitorean la utilización racional de los recursos naturales del cantón conjuntamente con las empresas de servicios turísticos de alojamiento y transporte?	96	1,00	3,00	1,7708	,65661
17. ¿Se evalúa constantemente las responsabilidades de los funcionarios encargados de la gestión pública turística en el cantón?	96	1,00	3,00	1,6771	,68817
18. Las entidades públicas fomentan la sustentabilidad negocios turísticos de alojamiento y transporte del cantón?	96	1,00	3,00	1,8333	,60986

19. ¿Las entidades públicas facilitan la resolución de problemas ambientales presentes en el desarrollo de las actividades de alojamiento y transporte?	96	1,00	3,00	1,6979	,69766
20. ¿Se brinda asistencia técnica a los negocios turísticos de alojamiento y transporte del cantón para el adecuado manejo de los residuos?	96	1,00	4,00	2,0000	,94032
21, ¿Se diseñan estrategias ambientales para reducir y reusar adecuadamente los activos y el inventario de los negocios de alojamiento y transporte del cantón?	96	1,00	3,00	1,6146	,70142
22. ¿Las entidades públicas han implementado políticas de asistencia técnica dirigidas reducir la huella de carbono de los negocios de alojamiento y transporte del cantón?	96	1,00	3,00	1,1563	,41872
23, ¿Las entidades públicas sensibilizan acerca del uso más eficiente de la energía en los negocios de alojamiento y transporte del cantón?	96	1,00	3,00	1,5729	,72176
24. ¿Los negocios de alojamiento y transporte del cantón intervienen en el diseño e implementación de planes y proyectos de desarrollo turístico sostenible?	96	1,00	3,00	2,1667	,76319
N válido (según lista)	95				

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

En las 24 preguntas analizadas en el contexto de la investigación muestran deficiencias en la gestión pública de los negocios turísticos, por lo cual las respuestas se ubicaron en un nivel medio y bajos según se observa en las estadísticas descriptivas de la tabla.

Tabla 42. *Estadísticos descriptivos dimensiones*

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
A. Planificación y coordinación	96	1,00	3,00	2,0729	,46441
B. Calidad y políticas de los servicios turísticos	96	1,00	4,00	2,4792	,68023
C. Información y Promoción turística	96	1,00	3,00	2,2396	,49725
D. Educación y capacitación	96	2,00	4,00	3,1042	,62373
E. Medición y control	96	1,00	3,00	1,6458	,56156
F. Sustentabilidad de los negocios turísticos	96	1,00	3,00	1,8333	,64346
G. Estrategias ambientales sustentables de los negocios turísticos	96	1,00	3,00	1,7292	,55211
N válido (según lista)	96				

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

La tabla 42 presenta las medias estadísticas de las dimensiones de las variables evaluadas tanto de la gestión pública como la sostenibilidad de los negocios. La mayor parte de las dimensiones son menores a 2, es decir, que tienen niveles bajos, los cuales son determinantes al momento de fomentar la gestión pública y estrategias que mejoren las capacidades de las empresas para sostenerlos a mediano y largo plazo. Con acepción de la dimensión denominada educación y capacitación la media mínima obtenida es de 1,7292 y la media máxima es 3,1042

4.2. Verificación de la hipótesis

Para iniciar se efectúa la llamada prueba de normalidad, al considerar que los datos no presentan la normalidad y son menores a 0,05, se selecciona el método de chi-cuadrado para proceder a establecer la relación entre las variables y comprobar la hipótesis planteada.

Tabla 43. Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
A. Planificación y coordinación	,417	96	,000	,633	96	,000
B. Calidad y políticas de los servicios turísticos	,280	96	,000	,818	96	,000
C. Información y Promoción turística	,414	96	,000	,660	96	,000
D. Educación y capacitación	,316	96	,000	,776	96	,000
E. Medición y control	,340	96	,000	,722	96	,000
F. Sustentabilidad de los negocios turísticos	,300	96	,000	,783	96	,000
G. Estrategias ambientales sustentables de los negocios turísticos	,365	96	,000	,719	96	,000

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Con el programa IBM Spss 20, se obtienen las frecuencias observadas de los valores de las dimensiones de las encuestas, por ende, se seleccionó la dimensión calidad y políticas de los servicios turísticos y sustentabilidad de los negocios turísticos, con la tabla 44 se desarrolló el cálculo de las frecuencia observadas y esperadas.

Tabla 44. Frecuencias observadas y frecuencias esperadas

		F. Sustentabilidad de los negocios turísticos			Total	
		Nunca	Casi Nunca	A veces		
B. Calidad y políticas de los servicios turísticos	Nunca	Frecuencia observada	0	5	0	5
		Frecuencia esperada	1,5	2,8	,7	5,0
	Casi Nunca	Frecuencia observada	18	24	3	45
		Frecuencia esperada	13,6	25,3	6,1	45,0
	A veces	Frecuencia observada	11	23	7	41
		Frecuencia esperada	12,4	23,1	5,6	41,0
Casi	Frecuencia	0	2	3	5	

	siempre	observada				
		Frecuencia esperada	1,5	2,8	,7	5,0
Total		Frecuencia observada	29	54	13	96
		Frecuencia esperada	29,0	54,0	13,0	96,0

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

En la tabla 45 se presenta la prueba de chi-cuadrado, considerándose los grados de libertad en un valor de 6 y el nivel de confianza representado por 0,05. El valor de tabla obtenido fue de $\chi^2_t = 12,5916$.

Tabla 45. Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	17,203	6	,009
Razón de verosimilitudes	17,131	6	,009
Asociación lineal por lineal	5,134	1	,023
N de casos válidos	96		

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

Regla de decisión

El valor calculado de $\chi^2_c = 17,203$ es mayor que al de $\chi^2_t = 12,5916$ obtenido de 6 grados de libertad y con un valor p de 0,05. Se comprueba la hipótesis alternativa H_1 : “La gestión pública SI incide en la sustentabilidad de los negocios turísticos de alojamiento y transporte en el cantón Baños de Agua Santa” y se rechaza la H_0 : La gestión pública NO incide en la sustentabilidad de los negocios turísticos de alojamiento y transporte en el cantón Baños de Agua Santa.

4.3. Discusión de resultados

Los datos de la encuesta revelan deficiencias considerables en la gestión pública sobre todo en los ámbitos de planificación y coordinación de las actividades, programas y proyectos necesarios para generar sustentabilidad. Lo cual concuerda con los pensamientos tratados en la publicación de Gómez(2021) que menciona que la gestión pública en el turismo, debe diseñar con base a la buena toma de decisiones, que contribuyan al alcance de los resultados, con la participación de

una gran cantidad de actores posibles, por ende, se debe identificar a la sociedad, iniciativa privada y autoridades gubernamentales que inciden en la misma. Los resultados de las encuestas muestran que es limitada la participación de los actores locales, el 39,6% propietarios, gerentes y representantes, respondieron que casi nunca los negocios de alojamiento y transporte del cantón intervienen en el diseño e implementación de planes y proyectos de desarrollo turístico sostenible y también un el 56,3% contestaron que casi nunca existe una interacción estratégica continua entre el sector público y los negocios turísticos.

La encuesta detalla ciertos aspectos específicos de la gestión pública, el 55,2% de los encuestados contestaron que casi nunca se planifica coordinadamente la ejecución y revisión de los servicios turísticos de alojamiento en el cantón. Hernández-González et al.(2020) plantea que existe una limitada formulación, implementación y evaluación de políticas públicas que no favorecen al desarrollo de lo turístico de forma coordinada y armónica, los procesos son poco visionarios, limitados a los cambios de gobierno, las acciones son discontinuas y difusas, alejadas de las necesidades reales de los turistas y tendencias del mercado.

La participación de las empresas turísticas en el desarrollo de programas de gestión pública es limitada, como revelan las encuestas aplicadas. La mitad de los representantes de las empresas respondieron que veces las entidades públicas estimulan la participación de los negocios de alojamiento y transporte del cantón en el diseño de proyectos y estrategias de inversión turística. Reinoso(2017) indica que la sostenibilidad del turismo necesita que los actores económicos, políticos y sociales que son parte de sector turístico a nivel local, regional y nacional, deben alcanzar entendimientos y conseguir sinergias, además coordinar y organizar los objetivos en búsqueda de beneficios para la sociedad, que disminuyan los impactos negativos de la actividad turística.

Aunque es necesario la participación de los negocios turísticos, también una evaluación del sector y sus necesidades después de la pandemia es una relevante. González-Sánchez et al. (2022) como plantean la utilidad de conocer el

comportamiento de los turistas, que está determinado por las condiciones de decisión, actitudes de elecciones de destino de viaje, factores de marketing y percepciones de riesgo. Los millennials se constituyen en el mercado potencial, que provienen de diferentes ciudades del Ecuador como: Ambato, Quito y Latacunga, tienen estudios universitarios y superiores, forman parte estrato social medio y medio alta.

Una de las debilidades encontradas en deficiencias en la dimensión de información y promoción turística, que obtuvo un nivel bajo con el 69,8%, por lo cual la gestión es ineficiente y no favorece el desarrollo de los negocios turísticos. Armas-Arias et al. (2022) mencionan que las industrias turísticas según una muestra de 323 tomada del catastro del Ministerio de Turismo del Ecuador, se han inclinado en número de 160 por la promoción basada en las herramientas digitales como las redes sociales, 105 en cambio por los sitios web y 58 por los medios tradicionales. El análisis implementado del árbol de decisión que determino de implementación de otras alternativas adaptadas al contexto actual relacionada con el Covid 19.

La calidad y políticas de los servicios turísticos es calificada como deficientes, obtiene un bajo nivel por las respuestas de casi nunca del 46,9%, que evidencia la limitada gestión pública de los negocios dedicados al turismo en Baños. A pesar de ello, hay optimismo en diferentes investigadores. Monge et al.(2022) indican que según los resultados alcanzados de si investigación, a pesar de la pandemia, el cantón conserva su imagen turística como destino turístico ideal para la práctica de actividades de ecoturismo, turismo de aventura, turismo religioso y termal.

También Ballesteros-López et al.(2022) destaca en un análisis descriptivo prospectivo que tiene como objetivo analizar el comportamiento del turista ecuatoriano específicamente de la provincia de Tungurahua, los resultados indican que las empresas turísticas usan los medios digitales como herramientas de marketing, con la finalidad de promocionar sus servicios y sus atractivos. Pero, también considera el perfil de los turistas, son jóvenes con afinidad por las redes

sociales, que prefieren destinos seguros y el contacto con la naturaleza.

4.5. Análisis FODA

Una breve síntesis de la matriz FODA permitirá identificar acciones generales de mejora a través del planteamiento de estrategias de sostenibilidad de los negocios según las debilidades determinadas en el análisis interno y externo del mismo; cabe mencionar que se ha trabajado de manera conjunta con los representantes de la gestión turística del cantón. El plan de acción presenta cinco estrategias aplicables en un contexto a mediano plazo con apoyo de los actores políticos y turísticos,

Tabla 46. Matriz FODA con acciones de mejora

MATRIZ F.O.D. A		
ACCIONES DE MEJORA SEGÚN LA MATRIZ FODA	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	1. Capacidad del sector para adaptarse al cambio	1. Falta de un plan de sostenibilidad
	2. Transparencia organizacional de los negocios	2. Limitada formación del personal de los negocios
	3. Organizaciones con conocimiento del sector	3. Falta de acuerdos co - participativos de los negocios
	4. Valor agregado en la actividad turística	4. Limitada manejo de herramientas de promoción de servicios turísticos
	5. Cultura empresarial sólida.	5. Limitada experiencia en sostenibilidad ambiental
	6. Inversión de las empresas en innovación turística.	6. Limitada implementación de herramientas ambientales para la sostenibilidad de los negocios.
	7. Alta competitividad en los negocios turísticos.	7. Escasa inversión en estrategias de sustentabilidad
OPORTUNIDADES	Estrategias F. O	Estrategias D.O.
1. Creciente demanda de turismo sostenible.	Programas de capacitación en turismo sostenible	Diseño de un plan de desarrollo sostenible basado en la implementación de estrategias de cuidado y protección ambiental.
2. Fuertes relaciones comerciales con inversores turísticos.	Rueda de negocios turísticos para la búsqueda de inversores.	Diseño de programas de capacitación al personal de los negocios acerca del cuidado y protección ambiental.
3. Programas de capacitación en sostenibilidad.	Diseño de programas de capacitación para implementar estrategias de desarrollo sostenible en el sector turístico.	Ruedas de coparticipación para la integración de políticas sustentables en los negocios. ,
4. Convenios estratégicos locales.	Organización de eventos locales para firmas de convenios estratégicos entre entidades públicas y privadas.	Implementación de una herramienta promocional co-participativa entre los negocios turísticos.
5. Mayor demanda de sitios naturales con alojamiento para todo tipo de turistas.	Análisis periódico de las capacidades de oferta y demanda de los servicios turísticos para diseñar estrategias de promoción.	
6. Apoyo de ONGs para el desarrollo sostenible-	Firma de convenios estratégicos con ONGs internacionales dedicadas al cuidado del medio ambiente.	Implementación de un programa de sostenibilidad ambiental para los negocios turísticos

7. Accesibilidad a nuevas herramientas digitales para la mejora de los servicios.	Implementación de una campaña promocional aplicándose herramientas digitales para la mejora de servicios turísticos.	Organización de rueda de inversiones para el fomento del turismo sostenible en el cantón.
AMENAZAS	<i>Estrategias F.A.</i>	<i>Estrategias D.A.</i>
1. Crisis económica a nivel mundial	Diseño de evaluación sistémica de los factores que afectan el turismo en el cantón Baños.	Diseño de planes con análisis externos de los negocios turísticos y el diseño de estrategias ambientales.
2. Limitadas políticas sostenibles en el turismo local.	Diseño de políticas locales para el fomento del turismo sostenible.	
3. Falta de apoyo gubernamental.	Diseño de políticas gubernamentales para la aplicación de estrategias ambientales.	Firma de acuerdos entre negocios para la implementación de planes y acuerdos nacionales de turismo sostenible.
4. Competencia directa de lugares turísticos de la Costa con mayor experiencia en el mercado	Análisis de la competencia en lo relacionado a la sostenibilidad del turismo local.	
5. Crisis política social afecta la imagen del Ecuador.	Mejora de la imagen de los negocios turísticos del cantón.	Diseño de imagen de transparencia en el manejo de los negocios turísticos.
6. Corrupción en el Ecuador.	Implementación de estándares de calidad de los negocios con lineamientos anticorrupción.	Implementación de estándares de seguridad y competencia para prevenir actos de corrupción en los programas y planes locales.
7. Variabilidad de los costos de servicios turísticos.	Diseño de guías turísticas con recomendaciones de cuidado ambiental.	
Elaborado por: Silva, Verónica (2022).		

4.6. Plan de acción de mejoras

Tabla 47. *Plan de acción de mejoras*

N°	Estrategia	Objetivos	Actividades	Responsables	Recursos	Presupuesto	Tiempo	Evaluación y seguimiento
1.	Diseño de un plan de desarrollo sostenible basado en la implementación de estrategias de cuidado y protección ambiental	Mejorar las capacidades locales de los negocios turísticos para el cuidado y protección ambientales.	Reuniones entre gerentes y entidades estatales. Determinación de acciones de protección y cuidado ambiental. Firma de acuerdos entre los participantes. Diseño de plan según acuerdos Divulgación del plan.	Técnico Ministerio del Ambiente. Ministerio de Turismo Representantes de los negocios turísticos.	Informáticos: Laptop. Cámara web Proyector. Recursos ofimáticos	\$400,00	6 meses	Permanente durante la ejecución de las reuniones
2.	Diseño de programas de capacitación para implementar estrategias de desarrollo sostenible en el sector turístico.	Formar en competencias de desarrollo sostenible a gerente y personal de	Organización de cinco talleres de capacitación de 15 a 20 horas. Análisis de necesidades de	Técnico Ministerio del Ambiente. Ministerio de	Informáticos: Laptop. Cámara web Proyector.	\$600	12 meses	Al finalizar cada evento se aplicará una evaluación del nivel de satisfacción de

		negocios turísticos	<p>formación.</p> <p>Contratación de asesor y expertos para la capacitación.</p> <p>Diseño de guías de aprendizaje.</p> <p>Invitación a participar en los eventos.</p> <p>Convocatoria a los talleres.</p> <p>Ejecución de talleres.</p>	<p>Turismo</p> <p>Ongs locales</p>	<p>Recursos ofimáticos</p> <p>Guías de capacitación</p> <p>Espacios de eventos de capacitación.</p>			los participantes.
3.	Ruedas de coparticipación para la integración de políticas sustentables en los negocios. ,	Organizar a los negocios para la toma de decisiones acerca de las políticas y estrategias de desarrollo sostenible.	<p>Organización de eventos trimestrales con actores sociales, políticos y económicos del turismo.</p> <p>Invitación a las ruedas según ofertas y servicios turísticos.</p> <p>Reuniones de trabajo para la</p>	<p>Técnico Ministerio del Ambiente.</p> <p>Ministerio de Turismo</p> <p>Representantes de los negocios turísticos.</p> <p>Ongs locales</p>	<p>Informáticos:</p> <p>Laptop.</p> <p>Cámara web</p> <p>Proyector.</p> <p>Recursos ofimáticos</p> <p>Espacios de eventos</p>	\$400,00	6 meses	Permanente durante la ejecución de las reuniones

			<p>toma de decisiones de las políticas.</p> <p>Aprobación de las políticas.</p> <p>Publicación de las políticas integradoras.</p>					
4.	Análisis periódico de las capacidades de oferta y demanda de los servicios turísticos para diseñar estrategias de promoción.	Establecer la capacidad de oferta y demanda de los negocios turísticos para la segmentación del mercado local y nacional que ayude a conocer las necesidades del sector.	<p>Implementación de encuestas de investigación de mercados anuales impresas y Google Forms para la evaluación de la oferta y demanda anual del turismo.</p> <p>Aplicaciones de las encuestas en el cantón Baños, en la provincia de Tungurahua y una muestra nacional.</p> <p>Tabulación y</p>	<p>Técnico Ministerio del Ambiente.</p> <p>Ministerio de Turismo</p> <p>Representantes de los negocios turísticos.</p> <p>Ongs locales</p>	<p>Informáticos:</p> <p>Laptop.</p> <p>Cámara web</p> <p>Proyector.</p> <p>Recursos ofimáticos</p> <p>Encuestas impresas y encuestas online para ofertantes y turistas.</p>	\$600,00	6 meses	Se evalúa su aplicación de manera anual con una comparación entre datos históricos.

			presentación de los datos anuales.					
5.	Implementación de estándares de calidad de los negocios con lineamientos anticorrupción.	Diseñar estándares de calidad para entregar servicios turísticos sostenibles según la norma internacional recomendada.	<p>Análisis de la aplicación de normas y estándares de calidad.</p> <p>Contratación de expertos en normas de calidad.</p> <p>Diseño de normas anticorrupción.</p> <p>Revisión de normas de calidad y estándares con actores para su revisión final.</p> <p>Aprobación de las normas.</p> <p>Publicación de las normas de calidad.</p> <p>Actualización de las normas y estándares de calidad.</p>	<p>Técnico Ministerio del Ambiente.</p> <p>Ministerio de Turismo</p> <p>Representantes de los negocios turísticos.</p> <p>Ongs locales</p>	<p>Informáticos:</p> <p>Laptop.</p> <p>Cámara web</p> <p>Proyector.</p> <p>Recursos ofimáticos y de oficina varios</p>	\$600,00	6 meses	Permanente durante la ejecución de las reuniones

Elaborado por: Silva, Verónica (2022).

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- Los fundamentos teóricos de la gestión pública y la sustentabilidad de los negocios turísticos, muestra la necesidad de mejorar las políticas del Estado basada en la administración eficiente de los recursos, direccionados hacia la responsabilidad socioambiental, la implementación de estrategias de cuidado ambiental y preservación de la naturaleza, con actividades que integren la participación de todos los sectores sociales en la construcción de un turismo sostenible.
- La situación actual de la gestión pública y la sustentabilidad de los negocios turísticos de alojamiento y transporte en la ciudad de Baños, establecen deficiencias en la implementación de acciones que favorezcan al cuidado del ambiente. Las dimensiones tienen valores que demuestran deficiencias en la primera variable, específicamente en planificación-coordinación, calidad y políticas de los servicios turísticos, información y promoción turística y finalmente presentan medias estadísticas de 1,6458 a 2,4792. La segunda variable en los ámbitos evaluados de sustentabilidad de los negocios turísticos y estrategias ambientales sustentables de los negocios turísticos son bajas entre 1,7292 a 1,8333.
- Hernández-González et al.(2020) respalda el problema de investigación, concluyendo que existe una limitada formulación, implementación y evaluación de políticas públicas turísticas, en cambio, Reinoso (2017) destacan la importancia de la participación de los actores económicos, políticos y sociales en la sostenibilidad del turismo. En investigaciones locales, González-Sánchez et al. (2022), Armas-Arias et al. (2022), Monge et al.(2022) y Ballesteros-López et al.(2022), es esencial conocer el comportamiento de los turistas, la implementación de otras alternativas de

promoción turística, la conservación de la imagen turística del cantón como destino turístico ideal y el uso de medios digitales como herramientas de marketing.

- La relación existente entre la gestión pública y la sustentabilidad de los negocios turísticos determina que hay influencia entre variables, la estadística calculada a través de las dimensiones una relación significativa entre las dimensiones de Calidad y políticas de los servicios turísticos y Sustentabilidad, que ayuda a la comprobación de la hipótesis planteada, que detalla la necesidad de mejoras en la aplicación de proyectos sustentables.

5.2. Recomendaciones

- Evaluar la importancia de la gestión pública en el ámbito turístico, a través de una revisión de diferentes proyectos, planes y programas, implementados en otras ciudades del Ecuador y a nivel internacional, que plantean líneas alternativas, que fomentan el desarrollo sustentable el cuidado del ambiente y la participación de todos los actores sociales, económicos y políticos, con decisiones que favorezcan al crecimiento del turismo sostenible.
- Diseñar talleres de capacitación, en la cual intervengan los representantes de los negocios turísticos, que mejoren las competencias turísticas, basados en diseñar estrategias participativas, que favorezcan a la toma de decisiones, con la integración de los actores públicos, que fomentan el turismo en el cantón Baños y adicionalmente, con el apoyo de ONGS internacionales que brindan asesoramiento y financiamiento en actividades sostenibles y emprendimientos.
- Implementar programas de análisis del sector turístico anuales, acerca del crecimiento de empresas del sector y el desarrollo de capacidades para la sustentabilidad, a través de encuestas online y estudios de campo, que evalúen las deficiencias, las debilidades, las fortalezas y también los factores externos que pueden influir negativamente en el diseño de estrategias de gestión pública y políticas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Adams, R., Jeanrenaud, S., Bessant, J., Overy, P., & Denyer, D. (2012). Innovating for sustainability: A Systematic Review of the Body of Knowledge. En *Network for Business Sustainability*. Network for Business Sustainability. <https://doi.org/10.4324/9780203889565>
- Agranoff, R., & McGuire, M. (2003). *Collaborative Public Management: New Strategies for Local Governments*. Georgetown University Press.
- Akinloye Akinboade, O., Chanceline Kinfack, E., & Putuma Mokwena, M. (2012). An analysis of citizen satisfaction with public service delivery in the Sedibeng district municipality of South Africa. *International Journal of Social Economics*, 39(3), 182–199. <https://doi.org/10.1108/03068291211199350>
- Arambula Magallanes, M. (2020). Impacto De La Gestión De Sustentabilidad Empresarial En La Cultura Organizacional. *NovaRUA*, 12(20), 45–56. <https://doi.org/10.20983/novarua.2020.20.3>
- Armas-Arias, S., Páez-Quinde, C., Ballesteros-López, L., & López-Pérez, S. (2022). Decision Trees for the Analysis of Digital Marketing in the Tourism Industry: Tungurahua Case Study. En M. Botto-Tobar, H. Cruz, A. Díaz Cadena, & B. Durakovic (Eds.), *Emerging Research in Intelligent Systems* (pp. 351–361). Springer International Publishing. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-96046-9_26
- Arteaga, Y., Espinoza, R., Zuñiga, X., Espinoza, E., Villegas, F., & Campos, H. (2018). Los micromprendimiento turístico, una alternativa para el desarrollo sostenible del Cantón Milagro (Ecuador): viveros, los nuevos emprendimientos. *Revista Espacios*, 39(48), 1–12. <http://www.revistaespacios.com/a18v39n48/18394818.html>
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2008). Constitución de la República Ecuador. *Registro Oficial* 449, 132.
- Balalia, A. E., & Petrescu, R. M. (2011). The involvement of the public and private sector - elements with influence on travel & tourism demand during the crisis period. *Tourism and hospitality management*, 17(2), 217–230.

<https://doi.org/10.20867/thm.17.2.4>

- Ballesteros-López, L., Peñaherrera-Zambrano, S., Armas-Arias, S., & López-Pérez, S. (2022). Web 2.0 Digital Marketing Tools in the Ecuadorian Tourism Sector Against of the COVID-19 Pandemic. En M. E. Auer & T. Tsiatsos (Eds.), *New Realities, Mobile Systems and Applications* (pp. 615–626). Springer International Publishing. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-96296-8_55
- Banki, M. B., Ismail, H. N., & Muhammad, I. B. (2016). Coping with seasonality: A case study of family owned micro tourism businesses in Obudu Mountain Resort in Nigeria. *Tourism Management Perspectives*, 18, 141–152. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tmp.2016.01.010>
- Broccardo, L., Culasso, F., & Truant, E. (2017). Unlocking value creation using an agritourism business model. *Sustainability (Switzerland)*, 9(9). <https://doi.org/10.3390/su9091618>
- Chen, S. C., & Elston, J. A. (2013). Entrepreneurial motives and characteristics: An analysis of small restaurant owners. *International Journal of Hospitality Management*, 35, 294–305. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2013.07.002>
- Chica, V. S. (2011). Una mirada a los nuevos enfoques de la gestión pública. *Administración & Desarrollo*, 53, 57–74. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3776682>
- Comisión Mundial del Medio Ambiente y del Desarrollo. (1988). *Nuestro futuro común*. Madrid: Alianza Editorial (1ª versión española).
- De Massis, A., Frattini, F., Pizzurno, E., & Cassia, L. (2015). Product innovation in family versus nonfamily firms: An exploratory analysis. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 1–36. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12068>
- Denhardt, J., & Denhardt, R. (2011). *The New Public Service: Serving, not steering*. ME Sharpe, New York.
- Dibra, M. (2015). Rogers Theory on Diffusion of Innovation-The Most Appropriate Theoretical Model in the Study of Factors Influencing the Integration of Sustainability in Tourism Businesses. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 195, 1453–1462.

<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.06.443>

- Dredge, D., & Jenkins, J. (2011). *Stories of Practice: Tourism policy and planning*. Ashgate Publishing, Farnham.
- Elliott, J. (2002). *Tourism. Politics and public sector management* (Vol. 4, Número 1). Routledge.
- Elmo, G. C., Arcese, G., Valeri, M., Poponi, S., & Pacchera, F. (2020). Sustainability in tourism as an innovation driver: An analysis of family business reality. *Sustainability (Switzerland)*, *12*(15), 1–14. <https://doi.org/10.3390/su12156149>
- Evans, S., Vladimirova, D., Holgado, M., Van Fossen, K., Yang, M., Silva, E. A., & Barlow, C. Y. (2017). Business Model Innovation for Sustainability: Towards a Unified Perspective for Creation of Sustainable Business Models. *Business Strategy and the Environment*, *26*(5), 597–608. <https://doi.org/10.1002/bse.1939>
- Fachelli, S., & López, P. (2015). Metodología de la Investigación Social cuantitativa. En *Éxito*. Universitat Autònoma de Barcelona. <https://doi.org/10.2307/j.ctt1v2xt4b.8>
- Falcón, J. P., & Pérez Márquez, M. (2015). Propuesta para una gestión pública basada en el desarrollo de destinos sostenibles en Argentina. *Pasos: Revista de turismo y patrimonio cultural*, *13*(. 6), 1355–1370. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/catart?codigo=5291142>
- Faulkner, D. (2007). Public Service Values: Leadership in the 21st Century. *International Journal of Leadership in Public Services*, *3*(2), 51–55. <https://doi.org/10.1108/17479886200700013>
- Feiock, R. C. (2013). The institutional collective action framework. *Policy Studies Journal*, *41*(3), 397–425. <https://doi.org/10.1111/psj.12023>
- Feiock, R. C., & Scholz, J. T. (2011). Self-Organizing Federalism: Collaborative Mechanisms to Mitigate Institutional Collective Action Dilemmas. En *International Review of Public Administration* (Vol. 16, Número 1, pp. 201–204). <https://doi.org/10.2307/23015087>
- Frew, A., & Hay, B. (2011). The Development, Rationale, Organisation and Future Management of Public Sector Tourism in Scotland. *Fraser of*

- Allander Economic Commentary*, 34(3), 63–76.
- Frey, K., & Spaces, C. (2015). Regional governance in Latin America – a comparative perspective. *Lecture, IPSA 23rd World Congress of Political Science, Comparing Metropolitan Governance Reforms, Montreal, 3*, 1–21.
- Gallicchio, E., & Camejo, A. (2005). *Desarrollo local y descentralización en América Latina*. Centro Latinoamericano de Economía Humana (CLAEH). <http://bit.ly/2GQgepi>
- Glowka, G., & Zehrer, A. (2019). Tourism family-business owners' risk perception: Its impact on destination development. *Sustainability (Switzerland)*, 11(24). <https://doi.org/10.3390/su11246992>
- Gómez, C. (2021). La necesidad de una gestión eficiente en el turismo. *Entorno Turístico*, 1. <https://www.entornoturistico.com/la-necesidad-de-una-gestion-publica-eficiente-en-el-turismo/>
- González-Sánchez, A., Monge-Martínez, J., Ballesteros-López, L., & Armas-Arias, S. (2022). *Logistic Regression Model and Decision Trees to Analyze Changes in Tourist Behavior: Tungurahua Case Study BT - Emerging Research in Intelligent Systems* (M. Botto-Tobar, H. Cruz, A. Díaz Cadena, & B. Durakovic (eds.); pp. 210–221). Springer International Publishing. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-96046-9_16
- Hager, M. A., & Sung, H. K. (2012). Local arts agency participation in cultural tourism management. *Journal of Heritage Tourism*, 7(3), 205–217. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2012.677140>
- Hall, M., & Zapata, M. J. (2014). Public Administration and Tourism – International and Nordic Perspectives. Introduction to the special issue. *Scandinavian Journal of Public Administration*, 18(1), 3–7.
- Hardianto, W. T., & Adiwidjaja, I. (2015). Public Service Model in Building Good Governance Culture of Local Government Integrated with New Public Service (NPS). *Public Policy and Administration Research*, 5(9), 17–26.
- Hauck, J., & Prüggl, R. (2015). Innovation activities during intra-family leadership succession in family firms: An empirical study from a socioemotional wealth perspective. *Journal of Family Business Strategy*, 6(2), 104–118. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jfbs.2014.11.002>

- Hernández-González, G. B., Bojórquez-Vargas, A. R., & Pedraza-Gómez, C. (2020). Turismo y políticas públicas. Gestión pública del turismo: un enfoque de gobernanza local en la Huasteca Potosina (México). *Turismo y Sociedad*, 27(12), 77–94.
- Hjalager, A.-M. (2010). A review of innovation research in tourism. *Tourism Management*, 31(1), 1–12. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.08.012>
- Inostroza, G. (2008). Aportes para un modelo de gestión sostenible del turismo comunitario en la región andina. *Gestión Turística*, 10, 77–90. <http://www.redalyc.org/pdf/2233/223314985006.pdf>
- Ireland, R. D., Hitt, M. A., & Sirmon, D. G. (2003). A Model of Strategic Entrepreneurship: The Construct and its Dimensions. *Journal of Management*, 29(6), 963–989. <https://doi.org/10.1016/S0149-2063\03\00086-2>
- Ismail, H. N., Puzi, M. A. M., Banki, M. B., & Yusoff, N. (2019). Inherent factors of family business and transgenerational influencing tourism business in Malaysian islands. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 17(5), 624–641. <https://doi.org/10.1080/14766825.2018.1549058>
- Jacob, M., Tintore, J., Aguilo, E., Bravo, A., & Mulet, J. (2003). Innovation in the Tourism Sector: Results from a Pilot Study in the Balearic Islands. *Tourism Economics*, 9(3), 279–295. <https://doi.org/10.5367/000000003101298394>
- Jenkins, J. M., Hall, C. M., & Mkono, M. (2014). Tourism and public policy contemporary debates and future directions. En *The Wiley Blackwell Companion to Tourism* (Número January 2018, pp. 542–555). John Wiley & Sons, Ltd. P. <https://doi.org/10.1002/9781118474648.ch43>
- Kallmuenzer, A., Nikolakis, W., Peters, M., & Zanon, J. (2018). Trade-offs between dimensions of sustainability: exploratory evidence from family firms in rural tourism regions. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(7), 1204–1221. <https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1374962>
- Kallmuenzer, A., & Peters, M. (2018). Innovativeness and control mechanisms in tourism and hospitality family firms: A comparative study. *International Journal of Hospitality Management*, 70, 66–74.

<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.10.022>

- Kincaid, J., & Stenberg, C. W. (2011). "Big Questions " about Intergovernmental Relations and Management: Who Will Address Them? *Public Administration Review*, 71(2), 196–202.
- Kippin, H. (2015). Collaborative Capacity in Public Service Delivery: Towards a Framework for Practice - Collaborate. *UNDP Global Centre for Public Service Excellence*, 1–4. <http://collaboratei.com/2015/05/collaborative-capacity-in-public-service-delivery-towards-a-framework-for-practice/>
- Kruyen, P., & Genugten, M. (2017). Creativity in Local Government: Definition and Determinants. *Public Administration*, 95(3), 825– 41. <https://doi.org/10.1111/padm.12332>
- Kuo, C.-M. (Mindy), Tseng, C.-Y., & Chen, L.-C. (2018). Choosing between exiting or innovative solutions for bed and breakfasts. *International Journal of Hospitality Management*, 73, 12–19. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.01.015>
- Lane, J. (2008). Strategic Management for Public Services Delivery. *International Journal of Leadership in Public Services*, 4, 15–23. <https://doi.org/10.1108/17479886200800026>
- Leach, M., Rockström J, Raskin P, Scoones I, Stirling A, Smith A, Thompson J, Millstone E, Ely A, Arond E, Folke C, & Olsson P. (2012). Transforming Innovation for Sustainability. *Ecology and Society*, 17(2), 11–18. <http://dx.doi.org/10.5751/ES-04933-170211>
- Liu, C. W., & Cheng, J. S. (2018). Exploring driving forces of innovation in the MSEs: The case of the sustainable B & B tourism industry. *Sustainability (Switzerland)*, 10(11), 1–19. <https://doi.org/10.3390/su10113983>
- López, R., Ayala, D., & Arellanes, Y. (2017). Gobernabilidad democrática y desarrollo local sustentable. *Economía y Sociedad*, 21(36), 61–75. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6069653>
- Manterola, C., Quiroz, G., Salazar, P., & García, N. (2019). Metodología de los tipos y diseños de estudio más frecuentemente utilizados en investigación clínica. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 30(1), 36–49. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.rmclc.2018.11.005>

- Marcelino Aranda, M., Sánchez-García, M. C., & Camacho, A. D. (2017). Bases teórico-prácticas de un modelo de desarrollo sustentable para comunidades rurales con actividades agropecuarias. *Agricultura Sociedad y Desarrollo*, 14(1), 47. <https://doi.org/10.22231/asyd.v14i1.522>
- Memili, E., Fang, H. “Chevy”, Koç, B., Yildirim-Öktem, Ö., & Sonmez, S. (2018). Sustainability practices of family firms: the interplay between family ownership and long-term orientation. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(1), 9–28. <https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1308371>
- Mensah, J. (2019). Sustainable development: Meaning, history, principles, pillars, and implications for human action: Literature review. *Cogent Social Sciences*, 5(1), 1653531. <https://doi.org/10.1080/23311886.2019.1653531>
- Mon, C. (2015). Governance in the tourism sector. *Association of Accredited Public Policy Advocates to the European Union*. <http://www.aalep.eu/governance-tourism-sector>
- Monge, J., González, A. M., Armas, S. P., Ballesteros, L. G., & Hernández, A. P. (2022). Examining the tourism image in pandemic using structured and unstructured techniques. *Ponte Academic Journal*, 78(2). <http://www.pontejournal.net/mainpanel/abstract.php?TOKEN=gRkgF5411G&PID=PJ-UWBXM>
- Moon, M. J. (2020). Fighting COVID-19 with Agility, Transparency, and Participation: Wicked Policy Problems and New Governance Challenges. *Public Administration Review*, 80(4), 651–656. <https://doi.org/10.1111/puar.13214>
- Mulder, N. (2020). The impact of the COVID-19 pandemic on the tourism sector in Latin America and the Caribbean , and options for a sustainable and resilient recovery. En *Naciones Unidas* (Vol. 157). CEPAL. <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/46502>
- Muliawaty, L., Alamsyah, K., & Loupías, H. H. (2019). The role of new public service model in developing tourist destination in bandung city: A new paradigm for domestic tourism industry. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(6), 322–326.
- Nieves, J., & Díaz-Meneses, G. (2016). Antecedents and outcomes of marketing

- innovation: An empirical analysis in the hotel industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28, 1554–1576. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-11-2014-0589>
- OECD. (2018). Analysing Megatrends to Better Shape the Future of Tourism. *OCDE Tourism Papers*, 2(No. 2018/02), 0–69. <https://doi.org/10.1787/d465eb68-en>
- Organización Internacional del Trabajo. (2010). *Los procesos de Globalización, descentralización y desarrollo local frente al impacto de los desastres en el territorio. Programa DELNET. Centro Internacional para la Formación. Unidad Didáctica 1*. Turín: OIT.
- Organización Mundial de Turismo. (2001). *Cooperación entre los sectores público y privado*. OMT.
- Paddison, B., & Walmsley, A. (2018). New Public Management in tourism: a case study of York. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(6), 910–926. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1425696>
- Panasiuk, A. (2019). Tourism management by public administration institutions. *Scientific Journal of the Military University of Land Forces*, 192(2), 365–377. <https://doi.org/10.5604/01.3001.0013.2610>
- Peters, M., & Kallmuenzer, A. (2018). Entrepreneurial orientation in family firms: the case of the hospitality industry. *Current Issues in Tourism*, 21(1), 21–40. <https://doi.org/10.1080/13683500.2015.1053849>
- Pikkemaat, B. (2008). Innovation in Small and Medium-Sized Tourism Enterprises in Tyrol, Austria. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 9(3), 187–197. <https://doi.org/10.5367/000000008785096601>
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2013). Public Service Reforms – Trends, Challenges and Opportunities. *Discussion Paper, March*.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2016). Citizen Engagement in Public Health Service Delivery. The Critical Role of Public Officials. En *Global Centre for Public Service Excellence*. UNDP Global Centre for Public Service Excellence. <https://doi.org/10.1057/9781137309174.0012>
- Ramírez de la Cruz, E. E., Grin, E. J., Sanabria-Pulido, P., Cravacuore, D.,

- &Orellana, A. (2020). The Transaction Costs of Government Responses to the COVID-19 Emergency in Latin America. *Public Administration Review*, 80(4), 683–695. <https://doi.org/10.1111/puar.13259>
- Reinoso, N. (2017). Modelo de gestión para fomentar el desarrollo turístico de las comunidades manabitas, Ecuador. *CULTUR - Revista de Cultura e Turismo*, 11(2), 81–108.
- Ruhanen, L. (2013). Local government: facilitator or inhibitor of sustainable tourism development? *Journal of Sustainable Tourism*, 21(1), 80–98. <https://doi.org/10.1080/09669582.2012.680463>
- Salas, W. T., Medina, A., Medina, D., Cabrera, H. R., & Salas, P. E. (2020). Vínculo universidad - empresa para el desarrollo local sustentables en Pymes turísticas. *Universidad y Sociedad*, 11(5), 350–358.
- Sánchez, F. A. (2019). Fundamentos Epistémicos de la Investigación Cualitativa y Cuantitativa: Consensos y Disensos. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 13(1), 101–122. <https://doi.org/10.19083/ridu.2019.644>
- Schenkel, E., & Almeida, F. (2015). La política turística y la intervención del Estado. El caso de Argentina. *Perfiles Latinoamericanos*, 23(46), 197–221. <https://doi.org/10.18504/pl2346-197-2015>
- Sharma, S., & Henriques, I. (2005). Stakeholder influences on sustainability practices in the Canadian forest products industry. *Strategic Management Journal*, 26(2), 159–180. <https://doi.org/10.1002/smj.439>
- Sirmon, D. G., & Hitt, M. A. (2003). Managing Resources: Linking Unique Resources, Management, and Wealth Creation in Family Firms. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27(4), 339–358. <https://doi.org/10.1111/1540-8520.t01-1-00013>
- Turismo Tungurahua. (2020). *Mapa turístico de Baños de Agua Santa*. <https://tungurahuatourismo.com/es-ec/tungurahua/banos-de-agua-santa/mapas/mapa-turistico-banos-agua-santa-aw6pvyl3>
- Valeri, M., & Baggio, R. (2020). Social network analysis: organizational implications in tourism management. *International Journal of Organizational Analysis*, 29(2), 342–353. <https://doi.org/10.1108/IJOA-12->

2019-1971

- Valeri, M., & Baggio, R. (2021). Italian tourism intermediaries: a social network analysis exploration. *Current Issues in Tourism*, 24(9), 1270–1283. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1777950>
- Woods, N., & Bowman, A. (2017). Collective Action and the Evolution of Intergovernmental Cooperation. *Policy Studies Journal*, 46. <https://doi.org/10.1111/psj.12241>
- Zapata, M. J. (2014). Community impacts, partnerships and tourism people. En A. Lew, Michael, & A. Williams (Eds.), *The Wiley Blackwell Companion to Tourism*. John Wiley & Sons, Chichester.

ANEXOS

Anexo 1. Cuestionario de encuesta

GERENTES O REPRESENTANTES DE ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO Y TRANSPORTE TURÍSTICO

Objetivo:

Determinar la influencia de la gestión pública en la sustentabilidad de los negocios turísticos de alojamiento y transporte del Cantón Baños de Agua Santa.

	1	2	3	4	5
a) Planificación y coordinación	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1. ¿Se planifica coordinadamente la ejecución y revisión de los servicios turísticos de alojamiento en el cantón?					
2. ¿La planificación física y urbana de los negocios turísticos de alojamiento y transporte es eficiente?					
3. ¿Considera usted que existe una interacción estratégica continua entre el sector público y los negocios turísticos de alojamiento y transporte del cantón?					
4. ¿La coordinación de planificación física y urbana de los negocios turísticos de alojamiento y transporte se realiza conjuntamente con entidades de protección ambiental?					
5. ¿Las entidades públicas estimulan la participación de los negocios de alojamiento y transporte del cantón en el diseño de proyectos y estrategias de inversión turística?					
b) Calidad y políticas de los servicios turísticos					
6. ¿Las políticas turísticas controlan la calidad de los servicios prestados por los					

negocios turísticos de alojamiento y transporte?					
7. ¿Considera usted que existe actualización del inventario y registro de los negocios turísticos de alojamiento y transporte del cantón?					
8. ¿En el cantón se aprueba y actualiza constantemente el marco normativo pertinente para el cumplimiento efectivo de las actividades de inspección y control de los negocios turísticos de alojamiento y transporte?					
9. ¿Las políticas públicas del cantón aseguran la calidad de la prestación de los servicios de los negocios turísticos de alojamiento y transporte del cantón?					
c) Información y Promoción turística					
10. ¿En el cantón se promueve y comercializa estratégicamente los negocios turísticos de alojamiento y transporte?					
11. ¿En el cantón se difunde información acerca del manejo de adecuado de los recursos en los negocios turísticos?					
12. ¿Existe apoyo de entidades públicas para la promoción de la imagen y marca de los negocios turísticos de alojamiento y transporte del cantón?					
d) Educación y capacitación					
13. ¿Las entidades gubernamentales organizan programas de educación y capacitación en desarrollo sostenible dirigidos a gerentes y personal de los negocios turísticos de alojamiento y transporte?					
14. ¿Se desarrollan eventos de capacitación dirigidas a fortalecer la información y orientación turística sustentable de los negocios de alojamiento					

y transporte del cantón?					
e) Medición y control					
15. ¿En el cantón se desarrollan mediciones de los flujos turísticos recibidos en los negocios de alojamiento y transporte?					
16. ¿Los organismos estatales monitorean la utilización racional de los recursos naturales del cantón conjuntamente con las empresas de servicios turísticos de alojamiento y transporte?					
17. ¿Se evalúa constantemente las responsabilidades de los funcionarios encargados de la gestión pública turística en el cantón?					
f) Sustentabilidad de los negocios turísticos					
18. ¿Las entidades públicas fomentan la sustentabilidad negocios turísticos de alojamiento y transporte del cantón?					
19. ¿Las entidades públicas facilitan la resolución de problemas ambientales presentes en el desarrollo de las actividades de alojamiento y transporte?					
20. ¿Se brinda asistencia técnica a los negocios turísticos de alojamiento y transporte del cantón para el adecuado manejo de los residuos?					
g) Estrategias ambientales sustentables de los negocios turísticos					
21. ¿Se diseñan estrategias ambientales para reducir y reusar adecuadamente los activos y el inventario de los negocios de alojamiento y transporte del cantón?					
22. ¿Las entidades públicas han implementado políticas de asistencia técnica dirigidas reducir la huella de carbono de los negocios de alojamiento y transporte del cantón?					

23. ¿Las entidades públicas sensibilizan acerca del uso más eficiente de la energía en los negocios de alojamiento y transporte del cantón?					
24. ¿Los negocios de alojamiento y transporte del cantón intervienen en el diseño e implementación de planes y proyectos de desarrollo turístico sostenible?					

Anexo 2. Certificación Catastro



Dirección de Turismo Sostenible

Baños de Agua Santa-Tungurahua-Ecuador

Telf. 03 274 0421 ext. 137-139

E-mail: direccionturismobanios@gmail.com

Web site: www.banos-ecuador.com

CERTIFICACIÓN

El suscrito Ing. Msc. Cristhian Percy Varela Alarcón, Director de Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Baños de Agua Santa, a petición de la Ing. Verónica Silva Barrionuevo, tiene a bien CERTIFICAR,

QUE:

De acuerdo a la información que refleja el Catastro de Servidores Turísticos que maneja la Dirección de Turismo Sostenible del GAD Baños de Agua Santa, existen ciento veinte y dos (122) establecimientos de alojamiento turístico, entre Hoteles, Hostales, Hosterías y Casas de Huéspedes; y, seis (6) empresas de Transporte Terrestre Turístico.

Es todo cuanto puedo certificar de conformidad a los documentos que reposan en esta dependencia, facultándole a la interesada hacer uso del presente documento en todos los trámites que estimare conveniente.

Otorgado en la ciudad de Baños de Agua Santa, a los cuatro días del mes de mayo del año dos mil veinte y dos.



firmado digitalmente por
CRISTHIAN PERCY
VARELA ALARCON

Ing. Msc. Cristhian Varela Alarcón
DIRECTOR DE TURISMO SOSTENIBLE

Anexo 3. Validación de encuestas



Dirección de Turismo Sostenible

Baños de Agua Santa-Tungurahua-Ecuador

Telf. 03 274 0421 ext. 137-139

E-mail: direccionturismobanios@gmail.com

Web site: www.banos-ecuador.com

VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO

Trabajo de Titulación previo a la obtención del Grado Académico de
Magister en Dirección de Empresas en la Universidad Técnica de Ambato

Propuesto por:

Verónica Gabriela Silva Barrionuevo

Tema:

La gestión pública y la sustentabilidad de los negocios turísticos.

Objetivo:

Determinar la influencia de la gestión pública en la sustentabilidad de los negocios turísticos de alojamiento y transporte del Cantón Baños de Agua Santa.

Director:

Ing. César Andrés Guerrero Velástegui, Mg.

Año

2022



Dirección de Turismo Sostenible
Baños de Agua Santa-Tungurahua-Ecuador
Telf. 03 274 0421 ext. 137-139
E-mail: direccionturismobanios@gmail.com
Web site: www.banos-ecuador.com

CUESTIONARIO DE ENCUESTA GERENTES O REPRESENTANTES DE ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO Y TRANSPORTE TURÍSTICO

VALIDACIÓN

	SI	NO
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para que los encuestados puedan responderlo adecuadamente.	X	
El número de preguntas del cuestionario es excesivo.		X

CRITERIOS	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente
Presentación del instrumento.	X			
Claridad en la redacción de las preguntas.	X			
Pertinencia de la variable con los indicadores.	X			
Relevancia del contenido.	X			
Factibilidad de la aplicación.	X			
Validez de contenido del cuestionario.	X			

Observaciones: El cuestionario es aplicable en el marco de la investigación propuesta

IDENTIFICACIÓN DEL EXPERTO

Validado por:	Ing. Crithian Percy Varela Alarcón
Nro. Cédula:	1802973352
Profesión:	Master en Marketing Digital; Ingeniero en Dirección y Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras
Lugar de Trabajo:	Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Baños de Agua Santa
Cargo que desempeña:	Director de Turismo Sostenible
Lugar y fecha de validación:	Baños de Agua Santa, 04 de mayo del 2022
E-mail:	percyinter@gmail.com
Contacto telefónico:	0986872003
Firma:	



VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

PROGRAMA DE MAESTRÍA EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS

Cohorte: Primera

MODALIDAD DE TITULACIÓN: Plan de Titulación

Trabajo de Titulación previo a la obtención del Grado Académico de
Magister en Dirección de Empresas

Tema: La gestión pública y la sustentabilidad de los negocios turísticos.

Objetivo:

Determinar la influencia de la gestión pública en la sustentabilidad de los negocios turísticos de alojamiento y transporte del Cantón Baños de Agua Santa.

Autora: Verónica Gabriela Silva Barrionuevo

Director: Ing. César Andrés Guerrero Velástegui, Mg.

Ambato – Ecuador

2022



VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO

CUESTIONARIO DE ENCUESTA GERENTES O REPRESENTANTES DE ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO Y TRANSPORTE TURÍSTICO


APRECIACIÓN

	SI	NO
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para que los encuestados puedan responderlo adecuadamente.	X	
El número de preguntas del cuestionario es excesivo.		X

CRITERIOS	Excelente	Buena	Regular	Deficiente
Presentación del instrumento.	X			
Claridad en la redacción de las preguntas.	X			
Pertinencia de la variable con los indicadores.	X			
Relevancia del contenido.	X			
Factibilidad de la aplicación.	X			
Validez de contenido del cuestionario.	X			

Observaciones: El instrumento es aplicable

IDENTIFICACIÓN DEL EXPERTO

Validado por:	Mg. Klever Armando Moreno Gavilanes, Ph.D
Nro. Cédula:	1802463370
Profesión:	Doctor en Ciencias de la Empresa
Lugar de Trabajo:	Universidad Técnica de Ambato
Cargo que desempeña:	Docente Titular Agregado 3 de la Facultad de Ciencias Administrativas
Lugar y fecha de validación:	Ambato, 03 de mayo del 2022
E-mail:	kleverarmoreno@uta.edu.ec
Teléfono o celular:	0968217513
Firma:	 Firmado electrónicamente por: KLEVER ARMANDO MORENO GAVILANES

Muchas gracias por su valiosa contribución a la validación de este cuestionario