

**UNIVERSIDAD TECNICA DE MANABI  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS**

**ESCUELA DE ECONOMIA**

**TESIS DE GRADO  
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TITULO DE:  
INGENIERO COMERCIAL**

**TEMA:  
“ANÁLISIS DE LA GERENCIA FINANCIERA Y SU INCIDENCIA  
EN EL DESARROLLO DE LAS EMPRESAS  
TURISTICAS DE LA PROVINCIA DE MANABÍ PERIODO 2002 -  
2005”**

**AUTORAS:  
ANCHUNDIA BALAREZO JAHAIRA MABEL  
GARCIA CEDEÑO JENNY EUGENIA**

**DIRECTOR DE TESIS  
ING. MAGDALENA VILLAMAR DE CONFORME**

**PORTOVIEJO – MANABÍ – ECUADOR**

**2007**

**ANÁLISIS DE LA GERENCIA FINANCIERA Y SU INCIDENCIA EN EL  
DESARROLLO DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS DE LA PROVINCIA DE  
MANABI, DURANTE EL PERIODO 2002-2005.**

## 1 INTRODUCCIÓN

El turismo, aunque no de una manera acelerada, continúa ganando terreno como actividad económica. En muchos países se interpreta la actividad turística como panacea para la solución de los problemas ocasionados por los desequilibrios desfavorables en sus balanzas de pagos. Los modelos de marketing turístico y Planificación estratégica han logrado ser considerados de alta relevancia en el tratamiento socio económico de la actividad turística.

No obstante, en la parte concerniente a la gerencia financiera escasamente se le presta atención a la formulación de presupuestos de capital y cronogramas de inversiones. De manera que, el valor de la empresa, determinado por la maximización del valor del aporte de sus promotores propietarios, ha sido poco considerado en la actividad turística.

A este hecho se suma la relevancia de la gerencia ambiental en la actividad financiera turística mediante la aplicación de técnicas de contabilidad y economía ambiental que contribuyen a una apropiada valoración del inventario turístico.

El turismo, el gobierno y cualquier otro tipo de organización relacionada con la planificación financiera del turismo, deben considerar las predicciones sobre las necesidades futuras de fondos financieros a corto plazo. La predicción de las necesidades futuras de fondos es una actividad típica de la gerencia financiera. Las proyecciones se fundamentan en un cuidadoso análisis de las estadísticas utilizables para tales efectos y no en normativas empíricas ni de dudosa confiabilidad.

El presente trabajo trató de aportar una visión financiera empresarial del turismo y actividades conexas mediante la aplicación de los modelos financieros actualmente existentes, mediante el análisis de la gerencia financiera y su incidencia en el desarrollo de las empresas turísticas de la provincia de Manabí, para ello utilizamos estrategias metodológicas de investigación que nos permitan alcanzar los objetivos propuestos.

## **1.1 ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN:**

### **1.1.1 ANTECEDENTES**

El Turismo como industria es un fenómeno que ha venido adquiriendo una presencia creciente en la dinámica económica internacional. Para muchas naciones y regiones del mundo constituye una de sus actividades fundamentales, generadoras de ingreso, empleo y desarrollo.

Por sus características tiene importante impacto en el resto de los sectores económicos y en las relaciones sociales tanto de los lugares donde se practica, como en los países de origen de los visitantes, que retoman portadores de nuevas experiencias y de otra visión.

Sin embargo, comprender el carácter de la actividad turística y sus relaciones con el medio ambiente, permitirá una convivencia armoniosa entre naturaleza y turismo, de forma tal que no sufran alteraciones los ecosistemas donde se desarrolla esta actividad, y por consecuencia hacer frente a las necesidades turísticas presentes sin poner en riesgo la capacidad de las futuras generaciones para atender sus propias necesidades.

El sector turístico trata de valorar la parte humana y las necesidades de los turistas ante los servicios de los operadores y agencias turísticas, y también la relación existente entre el supuesto "*auge turístico*" en el país y la realidad social, donde el turismo receptivo sólo parece beneficiar a unos pocos. Pues, de no mediar la gerencia financiera, por más que se diga que esta actividad puede sacar de la pobreza a miles de ecuatorianos, éstas, hasta ahora, sólo son frustrantes palabras. La Gerencia Financiera ha evolucionado desde el año 1.900 hasta el presente, de tal manera que de la simple administración de fondos se ha llegado al establecimiento consecución del objetivo clave de toda organización con fines de lucro, la maximización del valor de las acciones de la firma. Esta evolución da origen a la realización de este proyecto donde analizaremos cómo la gerencia financiera incide en el desarrollo de las empresas turísticas en la provincia de Manabí, ya que este nuevo concepto ha

incrementado significativamente la importancia de la administración financiera; sobre todo, en la coordinación de procesos actualizados de toma de decisiones, incluyendo las actividades de los gerentes de marketing, ingeniería, producción y finanzas.

## **1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.2.1 DESCRIPCIÓN**

El turismo se caracteriza por una actividad social y económica relativamente joven y el hecho de englobar a una gran variedad de sectores económicos y disciplinas académicas ha dado lugar a una dificultad evidente para establecer definiciones unánimes de la actividad turística y que la distinguan de otros sectores, durante las últimas décadas ha experimentado un desarrollo expansivo, con sorprendentes ritmos de crecimiento que superan en dinamismo a sectores con desarrollo tradicional, lo que le ha permitido adquirir cada vez mayor importancia en el ámbito mundial la planificación, el desarrollo y la gestión operativa del turismo deben formar parte de las estrategias de conservación o de desarrollo sostenible para la reunión. Provincia, nación. La planificación, el desarrollo y la gestión del turismo deben incidir en todos los sectores de forma integrada, recabando la participación de organismos gubernamentales, entidades privadas, grupos de ciudadanos e individuos, así se ampliara la generalización de los beneficios la protección de diferentes tipologías financieras por parte de los individuos unida a las consecuencias económicas negativas que pueden darse en caso de acontecer un riesgo, es lo que ha llevado desde épocas remotas a la búsqueda de seguridad financieras.

El objetivo fundamental de la Gerencia Financiera es la planificación efectiva de los recursos necesarios para recuperar el equilibrio financiero y la efectividad empresarial, de esta forma, obtener a corto plazo la estabilidad del costo de los riesgos y a largo plazo la minimización de las acciones de la empresa.

### **1.2.2 ANÁLISIS.**

Las organizaciones empresariales modernas necesitan garantizar la integridad de sus activos para poder continuar con su actividad productiva aunque se den situaciones desfavorables que dificulten su normal funcionamiento. Esta necesidad impulsa el desarrollo de una gerencia financiera, que facilite la toma de decisiones en las empresas turísticas.

De aquí se plantean algunas interrogantes como medio para plantear el problema

¿Cómo la Gerencia Financiera interviene en el desarrollo de las empresas turísticas?

¿Los empresarios aplicarán modelos financieros en las empresas turísticas para una correcta toma de decisiones?

¿La Gerencia Financiera aportará una visión financiera empresarial al turismo?

### **1.2.3 DELIMITACIÓN**

Dentro de la delimitación del problema se tendrá en cuenta los siguientes factores

**CAMPO:** Financiero

**AREA:** Turístico

**ASPECTO:** Desarrollo turístico

#### **DELIMITACION ESPACIAL.**

Esta investigación se llevó a cabo en la provincia de Manabí, con la ayuda de empresas, instituciones públicas, actividad turística.

#### **DELIMITACIÓN TEMPORAL**

Esta investigación se realizó en un tiempo de 6 meses, los mismos que están detallados en el cronograma de actividades presentando en este proyecto, considerado un tiempo suficiente para su total desarrollo, además se basará en toda la información recolectada referente al periodo de los años 2002 al 2005

## **FORMULACION DEL PROBLEMA**

Tornando en consideración el desarrollo de las empresas turísticas en la provincia de Manabí. El problema lo planteamos de la siguiente manera.

### **¿CÓMO LA GERENCIA FINANCIERA INCIDE EN EL DESARROLLO DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS DE LA PROVINCIA DE MANABÍ?**

#### **1.3 OBJETIVOS**

##### **1.3.1 OBJETIVO GENERAL:**

Determina! la incidencia de la Gerencia Financiera en el desarrollo de las empresas turísticas de la provincia de Manabí durante el período 2002-2005

##### **1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Análisis de la administración financiera en el circuito económico
- Determinar la relación entre el turismo y la administración financiera
- Establecer las técnicas de administración financiera del turismo en las empresas turísticas de la provincia de Manabí
- Identificar el riesgo, costo de capital, la estructura financiera e incisiones turísticas en la provincia de Manabí durante el periodo 2002-2005

#### **1.4 HIPÓTESIS:**

La Gerencia Financiera incidirá en el desarrollo de las empresas turísticas de la provincia de Manabí.

##### **1.4.1. VARIABLES**

###### **VARIABLE INDEPENDIENTE**

La Gerencia Financiera.

## **VARIABLE DEPENDIENTE**

Desarrollo de las empresas turísticas

## **PALABRA DE ENLACE**

Incidirá

## **VIII DISEÑO METODOLOGICO**

### **1.6 SUJETO A INVESTIGAR**

Las empresas turísticas de la provincia de Manabí

#### **1.6.2. NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN**

Se hará uso de los siguientes tipos de Investigación:

##### **1.6.2.1. Investigación No Experimental**

Ya que la Investigación se basó en función de la Información procesada que se encuentre establecida en las áreas y parámetros que servirán como recursos para recopilar y procesar los datos obtenidos.

##### **1.6.2.2. Investigación Histórica.**

A través de ella, pudimos examinar los hechos que ocurrieron en el pasado con respecto al tema, con el propósito de poder describir fenómenos relevantes que permitan lograr interpretar los resultados ya obtenidos.

##### **1.6.2.3. Investigación Bibliográfica.**

Permitió que la revisión de la Literatura con respecto al tema pueda constituir un fin en si mismo, ya que a través de la búsqueda de recopilación, organización y la valoración Crítica de la información se establecieron parámetros característicos del tema.

### **1.6.3. METODOS Y PROCEDIMIENTOS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN.**



Entre los Métodos establecidos para llevar a efecto la Investigación se procedió a utilizar

#### **1.6.3.1. Deductivo:**

Ya que nuestra investigación partió desde un contexto que va desde lo General a lo Particular que logró establecer los lineamientos necesarios para nuestra Investigación.

#### **1.6.3.2. Descriptivo.**

A través de él, pudimos establecer la descripción de los hechos y fenómenos que suscitaron al problema planteado para poder lograr llegar a una solución ya establecida en nuestros objetivos.

#### **1.6.3.3. Histórico Comparado.**

Nos permitió recopilar la información necesaria de sucesos que ocurrieron con respecto a nuestro tema, para poderlo comparar con lo que actualmente se vive y a la vez proceder a relacionar ambos aspectos.

#### **1.6.3.4. Bibliográfico.**

Con él, se pudo obtener información necesaria; a través de una serie de datos informativos que tienen que ver con el problema como son. 1 as Revistas Económicas, Libros Especializados, Internet, entre otros.

### **1.6.4. TÉCNICAS**

#### **1.6.4.1. Entrevista.**

Nos ayudó a enriquecer un poco más nuestros conocimientos, y a la vez nos permitirá conocer datos relevantes del tema ya que esta se le hizo a personas idóneas que tengan conocimientos acerca del mismo

#### **1.6.4.2. Encuesta.-**

Permitió lograr conocer ciertas inquietudes y aspectos relevantes de nuestro tema de investigación, ya que será la base para resolver aquellos lineamientos necesarios con respecto al tema.

### **1.6.5. INSTRUMENTOS**

Conviene anotar los instrumentos o herramientas que fueron empleados en la aplicación de la Investigación entre los cuales constan:

- Cuadernos de notas, lapiceros.
- Filmadoras, Grabadoras, Formularios, Cuestionarios, Otros.

## **II. MARCO REFERENCIAL, TEORICO Y CONCEPTUAL**

### **2.1 MARCO REFERENCIAL**

#### **2.1.1 EL TURISMO**

#### **2.1.2.- PANORAMA SOCIAL, ECONÓMICO Y SU ANALISIS EN LA ACTIVIDAD TURISTICA.**

A partir de la década de los años ochenta la actividad turística a nivel mundial, se ha desarrollado significativamente avizorando un despegue importante en el ámbito social y económico especialmente en los países de América latina.

El movimiento turístico a nivel mundial en los últimos años ha sido constante, en el año 1999 por llegadas internacionales alcanzaron 664 millones de dólares, representando un 4.5% de crecimiento sobre el año anterior. El turismo internacional en los actuales momentos es importante; Con 12% del PIB mundial y 200 millones de empleos (8 % del empleo mundial), el turismo se ha convertido en la primera industria del planeta.

Entre 1950 y el 2000, el número de turistas pasó de 25 a 702 millones, con un crecimiento de 4 % por año. Si las tendencias actuales continúan, la

Organización Mundial del Turismo - OMT - prevé 1000 millones de turistas en 2010 y 1600 millones en 2020<sup>1</sup>.

Los países ricos (del Norte) son los principales beneficiarios de este auge sin precedente, en ellos se concentran la industria turística y sus actores principales son las compañías aéreas, operadores-turísticos, agencias de viajes, cadenas hoteleras y de la restauración. Los países que encabezan los principales destinos para el turismo son Francia, Estados Unidos, España, Italia, y continúan acaparando los beneficios exponenciales de este sector de actividades.

El Ecuador es un país que posee grandes atractivos turísticos, y gran diversidad biológica debido a su morfología y posición geográfica en el planeta, que lo ha convertido en uno de los países mas ricos del mundo en lo que a ecosistema; especies y recursos genéticos se refiere. Esto le ha valido su inclusión entre los 17 países mega diversos los cuales poseen el 70 % de las especies animales y vegetales del planeta.

Por su posición geográfica en el centro de la zona tropical, la presencia de la cordillera de los Andes, la presencia de las Islas Galápagos, su mar territorial, las corrientes marinas, cálida Ecuatorial y fría de Humboldt; sus cuatro regiones, con climas diversos, y hermosas playas; éstos son factores que han permitido el apareamiento y desarrollo de una gran diversidad de fauna, flora nativa y potenciales atractivos turísticos, que deben ser aprovechados aplicando un desarrollo sustentable de estos recursos.

El Ecuador ha tenido un ritmo de crecimiento sostenido de la actividad turística, pese a soportar diferentes crisis económicas sociales y enfrentar la diversidad de fenómenos naturales. En el año dos mil seis se registraron 130.087 visitantes, la actividad turística se incremento en el 25.8 % en comparación con el año anterior, generando un ingreso de divisas de 350 millones de dólares,

---

<sup>1</sup> VARIOS AUTORES. El turismo como actividad comercial. Informe de la Comisión de la ONU. México. 2006.

cifra que ha permitido ubicar a esta actividad en el tercer lugar de los principales rubros de exportación.

El movimiento turístico interno representa un rubro significativo para el país, se estima alrededor de 2.5 a tres veces más, que el turismo receptivo, esta actividad interna no genera divisas, sin embargo permite la redistribución de la riqueza del país y la generación de puestos de trabajo en cadena en los eslabones del sistema turístico.

El turismo es una actividad social de expansión espontánea de gestión individual, familiar, comunitaria, empresarial, que ofrece una amplia gama de servicios, favorece el desarrollo de los pueblos, se visualiza como fuente de empleo, productor de divisas, creador de infraestructuras productivas, es un potenciador de las relaciones sociales, factor importante que permite vivir en sociedad, integrando y valorando su participación como actores/as del desarrollo y progreso de este sector.

La Actividad turística, dinamiza la infraestructura social, es un medio para crecer, y obligar a los gobiernos a proveer de servicios básicos indispensables que faciliten el uso, acceso y confort de los visitantes; esta actividad se la puede considerar como una herramienta social de crecimiento individual, por que la competitividad obliga a mejorar las capacidades personales y acceder a mejores oportunidades.

### **2.1.3 EL TURISMO Y SUS REPERCUSIONES: AMBIENTALES Y CULTURALES**

El desarrollo sustentable se fundamenta en el reconocimiento de los límites y potenciales de la naturaleza, su complejidad ambiental, inspirado en una nueva concepción del mundo para enfrentar los desafíos de la humanidad en el tercer milenio, la sustentabilidad promueve una alianza; **naturaleza -cultura** creando una nueva economía, reorientando los potenciales de la ciencia, tecnología y construyendo una nueva cultura, política, fundada en una ética

de sustentabilidad, en valores, creencias, sentimientos, saberes, que renuevan los sentidos existenciales, de las personas .

En la carta sobre Manifiesto por la Vida, celebrada en Brasil en mayo del 2002 en el Foro de Ministros del Ambiente de América latina y el caribe dice que la ética para la sustentabilidad promueve la gestión participativa de los bienes y servicios ambientales de la humanidad para el bien común, la satisfacción de necesidades básicas, la realizaciones personales y aspiraciones culturales de los diferentes grupos sociales<sup>2</sup>.

La ética ambiental se convierte en un soporte esencial de la conducta humana hacia la naturaleza, donde se conjuguen las diversas culturas, civilizaciones, convirtiendo la ética de la sustentabilidad en la ética de la vida y para la vida, donde el deseo de vivir, el poder de la imaginación, la creatividad y la capacidad del ser humano, permita indagar por lo desconocido para construir el porvenir de una sociedad convivencial y sustentable para alcanzar un estilo de vida inspirado en la armonía y en la diversidad.

El saber ambiental se conecta con los procesos ecológicos culturales, tecnológicos, económicos, sociales y promueve la construcción de una nueva economía ambiental, moral y cultural con la explotación sustentable de los recursos naturales y culturales; los bienes ambientales son valorizados por la cultura a través de cosmovisiones, sentimientos y creencias resultados de practicas milenarias de transformación y coevolución de la naturaleza.

Ecuador con sus recursos naturales debido a su ubicación ecuatorial concentra envidiables ventajas comparativas respecto a las riquezas biológicas del mundo, la multiplicidad de regímenes climáticos, los efectos orográficos de las elevaciones abruptas de los andes, la variedad de

---

<sup>2</sup> INFORME SOBRE EL DESARROLLO SUSTENTABLE. Brasil 2002.

microclimas, la cordillera de la costa, la circulación general de la atmósfera y la influencia de las corrientes oceánicas hacen que tenga un enorme potencial turístico.

El Ecuador es un sector privilegiado con respecto a atractivos turísticos, sus historia, tradiciones e identidad particular lo vuelve un paquete importante, apetecible en todo el mundo; sus tres regiones geográfica, su herencia histórica, por ejemplo Quito fue Declarado Patrimonio Nacional de la Humanidad; del mismo modo las islas galápagos es un emporio de riqueza de raros y únicos en el mundo.

PROVINCIAS CON EL NUMERO DE LUGARES TURISTICOS

PROVINCIA	Nº DE LUGARES TURISTICOS
GALAPAGOS	72
ESMERALDAS	42
MANABÍ	200
GUAYAS	116
LOS RIOS	15
EL ORO	102
EL CARCHI	71
IMBABURA	102
PICHINCHA	250
COTOPAXI	55
TUNGURAHUA	35
BOLIVAR	23
CHIMBORAZO	77
CAÑAR	44
AZUAY	88
LOJA	31
SUCUMBIOS	245
NAPO	57
ORELLANA	16
PASTAZA	49
MORONA	41
ZAMORA	49

CUADRO Nº 1

Fuente: Ecuador Turístico.

Elaborado por las autoras de la tesis

Manabí, Pichincha y Sucumbíos son las provincias con mayor recursos turísticos, se debe a que de alguna manera, cada región concentra en ellas, toda la riqueza geográfica.

Manabí, es la segunda provincia en extensión, cuenta con un perfil costanero más extenso en relación a otras provincias; a pocos kilómetros está la zona montañosa, cuyo clima de seco pasa a húmedo, también tiene clima seco en Puerto López y Montecristi, su diversidad Geográfica hace que a pocos minutos de pase de un clima a otro; además la sencillez y laboriosidad de su gente.

La cultura de nuestro país es muy diversa, se traduce en una gran heterogeneidad de la sociedad dependiendo de la etnia, planteamiento ideológico y generacional que se transmiten de generación en generación a través de los tiempos.

El turismo se convierte en una actividad integradora donde la identidad cultural juega un papel preponderante en el manejo de los recursos naturales con fines de explotación sustentable de los pueblos. Las culturas son reproducciones sociales simbólicas de la dimensión intrínseca de las personas mediante las cuales se fortalece la identidad cultural, se valoran las costumbres, tradiciones, valores, principios, habilidades, destrezas logrando de esta manera elevar su autoestima y proyectarla al servicio de los visitantes.

La cultura y el ambiente interaccionan intensa y continuamente, ni uno ni otro pueden estar aislados, esta interacción es dinámica y se desarrollan en tiempo y espacio, esta interacción tienen una historia que puede ser estudiada y construida a través de los tiempos.



### 2.1.3 LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN MANABÍ

La provincia de Manabí se encuentra en desarrollo potencial turístico así como su economía, y el polo de ese desarrollo ha sido y es con exclusividad la ciudad de Manta en la misma que se han incrementado la infraestructuras hotelera, la gastronomía, el mercado de negocio, lo que ha permitido afluencia de turistas. Estos han sido los móviles que han impulsado la creación de nuevos y mejores servicios, y en la que han sido pilares importantes las instituciones de desarrollo, que han implantado ordenanzas para mejorar la presentación de la ciudad y el mejoramiento de varios sectores turísticos que en masa visitan la provincia.

En este marco y escenario será analizado el presente trabajo de tesis, y de nuestra óptica, y concepto realizar un profundo estudio de aquellas fortalezas que se constituyen en las herramientas sustentables del turismo en Manabí, pero principalmente realizar un análisis de la gerencia financiera sobre las empresas que trabajan en esta importante área, enlistar estrategias para que los involucrados en el turismo aprovechen las oportunidades, refuercen mecanismos para enfrentar las debilidades y estar preparado para las amenazas que se presenten; entre ellos, impactos sociales, económicos, turísticos, estrategias de mercado, estrategias gerenciales, planificación de proyectos., otros.

Es importante así mismo, entender al turismo como la "actividad generalmente asociada al descanso, a la diversión, al deporte a la cultura y a la naturaleza, debe concebirse y practicarse como un medio privilegiado de desarrollo individual y colectivo"<sup>3</sup> por estas razones se enlistan algunos criterios respecto al turismo como producción de altos valores e ingresos económicos.

---

<sup>3</sup> TUNNER, Loorse. El Ecoturismo en el futuro. Editorial Sopena. España. 2005.

El turismo como actividad industrial se lo relaciona con la economía y producción. Ésta por lo tanto es la fabricación de bienes tangibles (productos) e intangibles (servicios).

La producción de bienes tangibles es el proceso de fabricación, transformación a través de medios materiales, técnico y humano.

La producción de bienes intangibles es la ejecución de una serie de funciones o actividades que se traducen en el aprovechamiento de uso.

- **Administración de Operaciones (bienes y servicios).**

Las empresas las constituyen todas aquellas organizaciones de propiedad pública o privada cuyo objetivo primordial es fabricar y distribuir mercancías o proveer servicios a la comunidad, o a una parte de ella, mediante el pago de los mismos (Org. Internacional del Trabajo).

Las Empresas Turísticas deben poseer una estructura organizacional, que genere y regule servicios de calidad y que permanentemente monitoree las diversas actividades que cada empresa proporcione y crea oportunidades para que, complementen el descanso y la diversión.

El turismo y Actividad empresarial desde el punto de vista de la producción de servicios, Declaración de Manila (10/09/1980): el objetivo último del Turismo consiste en mejorar la calidad de vida en conformidad con las exigencias de la dignidad humana.

**Fines del Turismo:**

- La realización plena del ser humano.- el turismo tiene como su principal fin el dar bienestar, esparcimiento y recreación.  
La igualdad de los pueblos.

- La originalidad y el afianzamiento de las culturas y de los pueblos.
- Una contribución cada vez mayor a la educación.
- La liberación del hombre, respetando su identidad y dignidad.

Escala de Maslow: La autorrealización se presenta como la meta final del desarrollo humano, y en ella converge una serie de actividades y realizaciones, necesidades y motivaciones, esfuerzos y satisfacciones, que comprenden el simple aprendizaje, la creación de trabajo y la ejecución de tareas, la creatividad humana, las emociones vivenciales del espíritu y de la mente y el bienestar socioeconómico, todo esto contribuye a que la calidad de vida del individuo y de los pueblos se enmarque en el concepto de seguridad, salud, recreación, bienestar económico, conocimiento, aprovechamiento y goce de la infraestructura natural que nos proporciona el universo.

El conocimiento y goce de los recursos naturales nos lleva a complementar una necesidad de realización que obedece a una necesidad intrínseca de todo ser humano de conocer e integrarse a su entorno.

El turismo es una verdad convergente y no excluyente de la realidad humana, cuando se proclama la realización plena del ser humano.

La declaración de los derechos humanos de las Naciones Unidas (10/12/1948) considera fundamental la libre circulación, libre expresión y libre asociación; asevera una verdad ineludible que responde las motivaciones propias del ser humano:

**Conocimientos de otros espacios a través del turismo y que supone un cambio de actividades.**

Existen una serie de elementos que confluyen en el ser humano, entre ellos tenemos:

• Satisfacción de conocimiento de nuevas regiones y países.
• Enriquecimiento cultural.- con el intercambio de costumbres
• Incremento en las relaciones humanas.
• Ruptura de la actividad rutinaria.
• Alimentación del yo físico y espiritual.

Cuadro N° 2. Elaboración: Estudiantes investigadoras.

Con ello se modela al individuo, le amplía horizontes y lo lleva a realizaciones humanas de mayores dimensiones.

Toda actividad humana persigue un fin; el enriquecimiento de dicha actividad se mide por los resultados acordes con dicho fin. Existen dos tipos de resultados:

- **Resultado objetivo:** satisface el fin de la actividad, sin mayores implicaciones.
- **Resultado proyectivo:** son generadores de nuevas actividades, crean un efecto multiplicador, que es el factor de enriquecimiento de la actividad central.

Es que el enriquecimiento de la actividad turística se puede analizar por sus resultados proyectivos, que a la vez generan muchas actividades. La base central del turismo es la necesidad humana de integración con su entorno.

Esto nos impulsa al desplazamiento hacia fuera de nuestro yo en dirección del entorno para complementar y satisfacer las necesidades conscientes e inconscientes de auto integración.

Así el turismo se vuelve un fenómeno pluralista, donde se integran:

- La parte anímico - sentimental del individuo.
- La atracción física del entorno.

La ansiedad humana de compartir emociones.

- El deseo del conocimiento vasto.
- El empleo del tiempo libre y del ocio. Lo que se traduce en:
- Un mejoramiento de la calidad de vida.
- Una mayor integración humana.
- Un mayor conocimiento de la variedad del universo.

Constituyen cada uno de estos ítems Una alternativa de desarrollo técnico, económico y social de los pueblos.

Así la Filosofía del Turismo es la actividad técnico social que pone en contacto directo al individuo con su medio natural, con el fin de integrarlo en él, que participe de sus misterios, satisfaciendo necesidades espirituales de descanso, goce y regocijo interno, e incrementando su cultura con el fin de afianzar aún más la relación amistosa entre pueblos, la solidaridad humana, el respeto a las costumbres propias y el deseo de mejorar en todo aspecto.

El elemento fundamental del turismo es el poner en contacto directo al individuo con su medio natural. La finalidad de la actividad turística es proporcionar la infraestructura, los medios y las facilidades para su cumplimiento.

#### **Fines primarios de la actividad turística:**

- Satisfacer al individuo.
- Crear nuevas expectativas de conocimiento e interés.
- Mejorar la calidad de vida.
- Propiciar la integración de los pueblos.

#### **Fines secundarios:**

- Crear una estructura socioeconómica sólida.
- Contribuir al desarrollo económico y cultural de los pueblos.

El turismo es una actividad esencial de la vida de las naciones por sus consecuencias directas para los sectores sociales, culturales, educativos y económicos de las sociedades nacionales y para sus relaciones internacionales (Declaración de Manila).

**Actividad turística:** conjunto de operaciones y actuaciones llevadas a cabo por los prestadores de servicio, con el fin de aprovechar al máximo los recursos materiales y artificiales puestos a disposición del turista.

La producción y oferta turística obliga a procesos diferenciados de bienes y servicios, que proporcionan una orientación de acuerdo a su origen (recursos naturales o artificiales, arqueología como valor histórico y turístico).

Las operaciones y actuaciones presuponen actividades materiales (fabricación, transformación, métodos, etc.) y actividades humanas (creatividad, investigación, toma de decisiones, control, etc.) las que se encuadran en un marco de actuación (economía, tecnología, cultura, ambiente, otros ).

La integración, el manejo y la dirección armónica necesitan de la empresa u organización que tenga un carácter de estructura organizada. La economía nos enseña cómo la riqueza pasa de uno a otro lado y cómo se distribuye entre los humanos. Si esto no pasara, las necesidades no podrían satisfacerse, ni tampoco la construcción de infraestructura turística, como tampoco utilizar el tiempo libre consumiendo los servicios del turismo.

La economía es un medio que está al servicio de las necesidades, deseos, aspiraciones, ideales y convicciones políticas de cada uno. En el

marco de la empresa, el turismo realiza, entre otras, las siguientes actividades, sobre todo en Manabí

- Producción de tipo perecedero (alimentación, construcción, infraestructura hotelera, parques nacionales Como el de Machalilla, Puerto López que se constituyen en polos turísticos, etc.).

Servicio, a través de instalaciones puestas a disposición del turista, como ser:

Servicios de hospedaje (alimentación, hoteles, restaurantes, etc.).

- Servicios de transporte para personas (barcos, bus, etc.).
- Servicios de diversión (cines, deportes, etc.).
- Servicios culturales (museos, teatro, arqueología, etc.).
- Servicios complementarios (información, prensa, televisión, etc.).

Así mismo toda actividad económica requiere de dos factores: Medios.

- Riquezas o medios naturales (infraestructura natural).
- Bienes públicos (infraestructura vial).
- Servicios públicos.
- Bienes de capital que poseen toda empresa pública y privada:

Estos medios conforman el capital de un país. Su volumen y calidad depende de la actividad económica y por ende de la creación de nuevas riquezas (bienes materiales y servicios).

Trabajo (actividad humana), que es indispensable para utilizar los medios de la economía, en Manabí se presenta bajo las siguientes formas:

- Físico.
- Mecánico.
- Intelectual.
- De consulta.
- De asesoría.

- Administrativo.
- Operativo.

De la clasificación anterior se desprende la importancia de la formación y la orientación profesional para capacitar a los individuos a fin que contribuyan a la creación de riqueza.

#### **2.1.4 TURISMO COMO ACTIVIDAD ECONÓMICA**

El turismo se ubica en el sector terciario de la economía por las siguientes razones:

- Por ser una actividad netamente de servicios.
- Por ser una actividad de prestación de servicios.

Por ser una actividad de tendencia creciente tanto en los recursos materiales como humanos.

- Por ser una actividad que cada vez requiere una mayor tecnología de servicios.
- Porque la sociedad tiende cada vez más al incremento de la productividad, menor tiempo de trabajo, mayor tiempo libre y mayor deseo y motivación de integración con el mundo actual y pasado.

Luego la economía enseña como se produce la riqueza, como generar y adquirir lo necesario para la supervivencia, recreación; para con ello incrementar la satisfacción del hombre.

Si planteamos que el flujo económico es de carácter circulatorio y que está conformado por un mercado de productos terminados, un mercado de factores productivos (trabajo, capital, dirección), un elemento dinámico de producción (empresa) y un sector de consumo (consumidor), interrelacionarlos en el ámbito turístico nos plantea lo siguiente:



El flujo real de los servicios turísticos. Se inicia en el mercado de factores productivos, pasa al sector productivo, donde se procesa el producto turístico por las empresas turísticas (producto = bienes de consumo + bienes de inversión), por ejemplo Manta constituye un avance de la actividad turística y cultural.

Luego, en el mercado de productos terminados se constituye la oferta del producto para finalmente terminar el flujo en el mercado consumidor, con el uso y aprovechamiento del producto turístico.

**El flujo monetario.-** El flujo real de servicios turísticos genera a su vez un flujo monetario que se inicia en el mercado del consumidor, cuando se cambia dinero por el uso del servicio turístico; los ingresos por dicho concepto pasan al sector productivo turístico, el cual diluye dicho ingreso en dos direcciones:

Esto es la de adquisición de factores productivos en el mercado de factores, y la otra, en el sentido del ahorro como elemento de inversión y crecimiento posterior; finalmente el mercado de factores productivos proporciona capital, mano de obra y dirección a cambio de dinero, cerrándose el flujo, y reiniciándose nuevamente.

Otros flujos económicos.

- Flujo turístico de exportación: está conformado por el consumo de bienes y servicios del turismo receptivo menos el consumo del turismo emisor.

Flujo de inversión: aquella parte del consumo turístico que se *dedica a inversiones en reposición y aplicación de la planta* turística.

Flujo turístico de consumo: integrado por todos los bienes y servicios turísticos demandados durante un periodo doméstico (un año) y que son

de consumo final, por que no pueden ser almacenados, pero sí consumidos en el momento de su uso.

- Flujo de gastos gubernamentales: aquel similar a los demás sectores económicos, asignado al sector público para gastos del sector turístico.

La actividad económica turística permite una captación de divisas, supone un ahorro interno, un proceso integral redistributivo y es un satisfactor de necesidades psico económico sociales debido a la creación de puestos de trabajo, desarrollo de los recursos humanos e inversiones, lo que genera a la postre un efecto multiplicador en la economía del sector, es decir, un mayor incremento en el gasto turístico que repercute sobre el ingreso y multiplica sus efectos, incidiendo el turismo en:

Como factor de expansión del mercado nacional mediante las ventas de productos nacionales en los que se procesa la materia prima específicamente de los productos fabricados en la provincia de Manabí como ; sombreros de paja toquilla, Tagua, toda clase de cítricos, café, cacao, playas hermosas, la más diversa gastronomía que ha hecho de la provincia un sector de diversos atractivos.

### **2.1.5 TURISMO COMO ACTIVIDAD SOCIAL**

La actividad turística tiene fuerte incidencia en la actividad social, puesto que engloba una serie de aspectos, como por ejemplo, crea plazas de trabajo, desarrolla capacidades individuales y locales, posibilita el intercambio social – cultural de personas de diferentes regiones, en caso de nuestra investigación que enriquece la diversidad étnica de los grupos humanos que se visitan la frecuencia en Manabí, principalmente en las épocas de vacaciones en la sierra, donde miles de personas visitan preferentemente las costas de Manabí; así en el norte encontramos con Puerto López y su atracción principal el avistamiento de

las ballenas jorobadas; por el Norte tenemos Chone y sus lugares paradisíacos; en el este a Manta y sus playas que se ha convertido en un importante atractivo turístico de propios y extranjeros.

El turismo se desarrolla en un intercambio de información permanente entre personas, así como de objetivos y visiones de desarrollo y progreso; en definitiva es un actividad enteramente social.

### 2.1.6 FUNCIÓN SOCIOECONÓMICA

En los países, ciudades y pueblos que desarrollan el turismo, este puede enriquecer a los habitantes, ya que da origen a más comercio.

Los primeros beneficiados del desarrollo turístico son los dueños de terrenos, los comerciantes que proporcionan transporte, alojamiento, comida y bebida, visitas turísticas y otras diversiones y servicios que satisfagan las demandas y necesidades de los *visitantes existentes en* )a provincia y específicamente en e) cantón Manta.



## **2.2 MARCO TEORICO**

### **2.2.1 CARACTERÍSTICAS GEOGRÁFICAS E IDENTIFICACIÓN DE LOS PRINCIPALES CENTROS TURÍSTICOS DE MANABI**

Manabí, tiene un área aproximada de 20.000 Km<sup>2</sup> limita al Oeste con el Océano Pacífico y tiene 350 Km de playas. Está situada en el centro del litoral ecuatoriano y la atraviesa el paralelo O en su parte norte.

Está cruzada por la cordillera de Chongón y Colonche y su población es de 1'300.000 habitantes. La provincia tiene 22 cantones entrelazados por una red de carreteras principales y secundarias. Su clima es agradable, entre subtropical seco y tropical húmedo con temperaturas entre 24 y 30 C.

El turismo en la provincia de Manabí se encuentre en un proceso de franco desarrollo, ya que cuenta con atractivos turísticos de tipo natural, cultural y paisajístico, que la ubican en un sitio de preferencia para el turista.

Las áreas de principal atractivo turístico se ubican en Manta y en sus playas como San Mateo, Sal Lorenzo, Jaramijó y por la zona norte está San Clemente; en Bahía de Caráquez, San Vicente, Boca de Briceño, Canoa, Pedernales, Cojimíes y al sur, Puerto Cayo, Puerto López "Los Frailes" y el Parque Nacional Machalilla.

## **MUNICIPIOS / CANTONES Portoviejo**

- Portoviejo es la capital de la provincia Manabí, y tiene 190.000 habitantes.

### **Chone**

- Chone queda en el norte de Manabí, tiene 3.570, 60 kilómetros cuadrados. Sus límites son : AL norte las provincias de Esmeraldas y Pichincha; al sur los cantones Bolívar, Pichincha y Tosagua; al este los cantones El Carmen, Flavio Alfaro y la Provincia de Pichincha; al oeste los cantones Sucre, Jama, San Vicente y Pedernales. Cuenta con 424 escuelas y 35 colegios.

Los sectores turísticos son: La Segua, Cascada La Guabina, el Parque Sucre, El Cerro Guayas entre los más importantes.

### **El Carmen**

- El Carmen tiene una extensión de 2.200 kilómetros cuadrados. Limita al norte con Pichincha; al sur con el Guayas, en la confluencia de los ríos Daule Y Peripa; al este con Pichincha y Los Ríos y al oeste con los cantones Chone, Flavio Alfaro y Pichincha.

El Carmen se encuentra ubicado entre los 650 y 700 metros sobre el nivel del mar, la mayor parte de la superficie pertenece a las tierras bajas de la costa, que se interrumpe con la formación de varias cadenas montañosas en la zona de Río de Oro y la Crespa.

Los lugares turísticos más importantes son: La cascada de Armadillo, Naturaleza, Los balnearios de río Chila, la Quinta San Felipe entre otros.

### **Flavio Alfaro**

- Flavio Alfaro queda en el nororiente de Portoviejo. El suelo del cantón es montañoso, con la altitud que varía entre los 350 y 500 metros sobre el nivel del mar; que se extiende hasta un ramal discontinuo de la cordillera costera, destacándose los sitios La Crespa, La Paulina, Palanca, La Chontilla y Las Cumbres, entre los más importantes.

Flavio Alfaro cuenta con dos parroquias rurales: Zapallo y San Francisco de Novillo. Pero también se destacan los sitios: Cuello, El Guineo, Las Cañas, Estero Bajo, Zapatillo, Mono, Camarones, Ciriaco, Quiñónez, Río de Oro, Facundo, El Descanso de los Romero, La Crespa, entre otros.

### **JUNIN**

- Tiene 247,3 Km y se encuentra ubicado en el centro occidental de la provincia. Limita con Tosagua Y Bolívar, al sur con Portoviejo, al este con Bolívar y al oeste con Rocafuerte.

En el sistema hidrográfico sobresale el río Andarieles, afluente de los ríos Mosca y Chone.

La Superficie territorial del cantón Junín es accidentada porque está conformado por pequeñas elevaciones de tablas como Los Ranchos, La Esperanza, Los algodones, Roncón y piquigua, destacándose el cerro de Junín y las montañas de Pueblo Viejo.

En el aspecto turístico Junín cuenta con los atractivos de la Cueva del Diablo, Balsa Tumbada, Parque Central y la elaboración de aguardiente entre los más importantes.

### **Jipijapa**

- Jipijapa se encuentra al sur occidente de Portoviejo., limita al norte con los cantones Montecristi, Portoviejo y Santa Ana, al sur con el cantón Paján

y provincia del Guayas, al este con los cantones 24 de Mayo y parte de Paján, al oeste con el Océano Pacífico, provincia del Guayas y Puerto López. Su extensión es de 1.42<sup>o</sup> Km<sup>2</sup>.

Está rodeado por un sistema montañoso maciso, aislado e irregular. Además, en el valle de Jipijapa termina la cordillera de Colonche y sus montañas litorales siguen hacia Bahía de Caráquez. En Puerto Cayo desemboca el río Jipijapa, que solo en los meses de lluvia tiene caudal, además existen los ríos Cantagallo, Salitre, Naranjal, Salado y Piñas.

Entre los lugares turísticos están Puerto Cayo, Cascada de Agua Dulce, los pozos de Choconcha, las Aguas termales de San Pedro, la Cascada de Maylos.

### **Manta**

Manta se encuentra al occidente de Portoviejo. Manta tiene el segundo puerto marítimo más importante del país. Tiene un suelo irregular, con elevaciones de poca altura. Las montañas de Pacoche y San Lorenzo, ubicadas cerca del mar, permiten la conformación de microclimas en algunas zonas del cantón, entre ellas Pacoche, donde existe un bosque que sirve de hábita a especies animales y vegetales en peligro de extinción. También hay partes de territorio con características semidesérticas.

Los principales ríos son el Manta, el Burro y el Jome, aunque por la formación del territorio existen numerosas quebradas. Todos estos cauces permanecen secos durante la época llamada verano.

Los más importantes centro turísticos están ubicados en este cantón; Olayas urbanas, los Cruceros que llegan de otros países, Playas rurales, el Bosque Pacoche entre otros.

### **Montecristi**

- Montecristi se encuentra al occidente de Portoviejo. La cabecera cantonal está asentada a 150 metros sobre el nivel del mar, mientras que la cima del cerro está a 643 metros, teniendo al frente el cerro de Hoja que forma parte de la cadena montañosa de la costa. La única playa que posee son las de San José y los manglares que se ubican en este mismo sector.

Los más importantes lugares turísticos son: Las Playas de San José, Ecoturismo en las comunidades adyacentes, además de la rica artesanía elaborada por sus habitantes que los identifican como pueblo son rica historia y tradición.

### **Paján**

- Tiene una extensión de 1.085,6 kilómetros cuadrados. Limita al norte con los cantones 24 de Mayo, Jipijapa y Olmedo, al sur y este con la provincia del Guayas y al oeste con Jipijapa y la provincia del Guayas. Esta ubicado al sur de Manabí.

El territorio del cantón Paján está conformado en su gran mayoría de elevaciones de escasa altura y unos pocos valles, que han sido aprovechados para el asentamiento de las poblaciones más importantes. Se encuentra atravesado de sur a norte por varios cerros que son una prolongación oriental de las cordilleras de Chongón y Colonche. De igual manera los cerros de Puca ejercen influencia sobre esta jurisdicción.

Los más importantes atractivos turísticos son: La cascada de Procel, el Parque Velasco Ibarra, Cascada de San Andrés, así como el procesamiento de la mocora.



## **Pichincha**

- Pichincha tiene una extensión de 1.075 kilómetros cuadrados, limita al norte con el cantón Chone; al sur y este con la provincia del Guayas y al oeste con los cantones de Portoviejo, Bolívar, Junín y Santa Ana. Por el cantón atraviesan varios ríos y riachuelos.

De características montañosas, Pichincha se distingue por el cerro de la Azucena, Puca, San Pablo y Balzar. El más importante río que baña al cantón es el Daule, pero existen otros como el Solano, Tachel, Germud, Corne Paga, Tacherilo, Santa Lucía y Tigre. EL cantón está ubicado a 0 grados, 38 minutos y 12 segundos de latitud sur, y a 79 grados, 53 minutos y 20 segundos de longitud oeste.

Los lugares turísticos son: el río Daule, la Presa Daule Peripa, Balnearios de Agua Dulce, la Laguna de la Azucena entre los más importantes.

## **Puerto López**

- Ubicado en la zona sur de Manabí, con costas al Océano Pacífico, su superficie es de 449 kilómetros cuadrados. Los límites son: al norte y este Jipijapa, al sur con la provincia del Guayas y al oeste con el Océano Pacífico.

La atracción más importante y que atrae a miles de personas nacionales y extranjeras es la observación de las ballenas jorobadas. El evento fue institucionalizado el 26 de julio de 1999, y se desarrollo desde entonces cada año en la llamada temporada alta, ente los meses de junio y septiembre, en que los mamíferos se aparean y reproducen en las aguas del sector. Las playas de azules aguas del mar de Puerto López, la pasividad de sus aguas, la playa, las aves, surcando el firmamento, la espuma de la olas. El parque Nacional Machalilla que ofrece una diversidad en diferentes tipos de vegetación. Aguas azufradas en la comunidad de Agua Blanca.

## **Pedernales**

- Pedernales limita con la provincia de Esmeraldas al norte; con el cantón Jama al sur; al este con Chone, y al oeste con el Océano Pacífico, La superficie Territorial del cantón Pedernales es de 1.460,7 kilómetros cuadrados.

Por el territorio de Pedernales pasa la línea equinoccial que divide al planeta en dos hemisferios norte y sur. La ciudad de Pedernales está ubicada a 0 grados 4 minutos 14 segundos de latitud norte y a 80 grados 3 minutos 1 segundo de longitud occidental.

Los lugares turísticos más importantes son Reserva Mache Chindul, amplias playas urbanas, cabañas, cocteles y sabores, así como la caletas de los pescadores artesanales.

## **Rocafuerte**

- Rocafuerte limita al norte con los cantones Sucre y Tosagua, al Sur con Portoviejo, al este con Junín y al Oeste con Sucre y Portoviejo. Tiene una superficie de 280,4 kilómetros de los cuales 21 corresponden al área urbana y 259,4 a la rural.

El terreno Rocafortense es regularmente plano y sus elevaciones no alcanzan los 100 metros sobre el nivel del mar. Sus suelos fértiles facilitan el uso para la prosperidad agrícola sobre todo de ciclo corto. Tanto la ganadería cuanto suelos aptos para la siembra de arroz, destacan el potencial productivo de este sector. La zona lata amerita reforestación sobre todo porque en época de verano se sufre por la falta de agua, y consecuentemente se obtiene una producción limitada.

## **Santa Ana**

- Santa Ana tiene 1.275 kilómetros cuadrados y limita al norte con el cantón Portoviejo, al sur con los cantones Olmedo y 24 de mayo; al este con el cantón Pichincha y al oeste con los cantones 24 de Mayo, Jipijapa y Portoviejo.

Se encuentra en la prolongación de las montañas de Chongón Colonche que se adentra en la provincia tomando los nombres de Paján y Puca; siendo los cerros más importantes Bonce, Sasay, el Mate, la Cuesta y la Unión.

La temperatura media anual es de 26 grados centígrados. Como región montañosa tiene una precipitación pluvial abundante (580 milímetros). Influyen favorablemente sus cordones montañosos.

Sus lugares turísticos son: El paisaje rural donde se puede hacer turismo de campo, corredor ecológico con más de 20 kilómetros, desde la Santa Ana hasta la represa Poza Honda; la esfinge con cara de fantasma; Cascadas de diversos sitios entre otros.

## **Sucre**

- La superficie de Sucre tiene 76,400 hectáreas. La zona de Bahía de Caráquez, Leonidas Plaza y Charapotó limita al norte con el Océano, el estuario y con San Vicente; al sur Portoviejo y Rocafuerte; al este con Tosagua y al oeste el Pacífico.

El territorio del cantón Sucre está geográficamente marcado por especiales configuraciones, como el estuario al que confluyen las aguas de los ríos Chone y Carrizal; así como la bahía y el espectacular accidente geográfico donde se encuentra ubicada la ciudad de Bahía de Caráquez.

Otra particularidad es que el territorio de su parroquia San Isidro se encuentra separado a más de 40 kilómetros de distancia del resto de la superficie cantonal.

Este cantón tiene un especial atractivo: el turismo cultural ya que aquí partió las tribus provenientes de América Central y que poblaron el Ecuador; a más ello tiene playas y un ambiente sano de su ciudad.

## **Tosagua**

Tosagua se asienta en la orilla del río Carrizal, la misma que forma parte de la cuenca hidrográfica del río Chone. la mayor de la provincia con una extensión de 2.267 Km.

Los suelos son arcillosos por lo que en invierno la expansión de los mismos dificulta las labores agrícolas.

Tiene una superficie de 377 Kilómetros cuadrados, tiene un relieve irregular con montañas que no sobrepasan los 400 metros sobre el nivel del mar. Siendo la mayor elevación el cerro del Junco. Hacia el sur y el oeste existen pequeños valles interrumpidos por colinas y lomas de poca altura.

El tosaguense es trabajador. Es común encontrarlo laborando a las cinco de la mañana sea en su parcela, negocio o su labor profesional, y lo hace durante los siete días de la semana.

## **24 de Mayo**

24 de mayo está ubicado al sur de Manabí. Tiene 523.9 kilómetros cuadrados. Limita al Norte con los cantones Santa Ana y Portoviejo al Sur con el cantón Paján; al Este con Olmedo y Santa Ana; y, al Oeste con Jipijapa y Montecristi.

La altitud del cantón 24 de mayo es muy variada teniendo montañas altas, medias y bajas que oscilan entre lo 40 hasta los 560 metros sobre el nivel del mar.

Cuenta con pocas áreas, que son aprovechadas para cultivos de ciclo corto, especialmente. La temperatura promedio anual es de 25° C, con una mínima de 18° y una máxima de 34°. Se encuentra ubicado al sur de la provincia de Manabí.

## **OTROS SITIOS INTERESANTES Playas de Manabí**

- Bahía de Caráquez, Crucita, Puerto López, San Jacinto, y San Clemente invitan a las personas descansar en las playas.

<b>CANTON</b>	<b>LUGARES TURISTICOS</b>
CHONE	La segua, Cascada la Guabina, Parque Sucre y Cerro Guayas.
EL CARMEN	La cascada de Armadillo, Naturaleza, Los balnearios de río Chila, Quinta San Felipe.
FLAVIO ALFARO	La Crespa, La Paulina, Panca, La Chontilla y Las Cumbres.
Jipijapa	Puerto Cayo, Cascada de Agua Dulce, la Iglesia San Lorenzo y Museo.
MANTA	Playas urbana, Cruceros que llegan de otros países, Playas rurales, Bosque Pacoche.
MONTECRISTI	Las playas de San José. Rica artesanía. Historia.
PAJAN	La cascada de Procel, Parque Velasco Ibarra. Cascada San Andrés.
PICHINCHA	Río Daule, Presa Daule Peripa, Balnearios de Agua dulce, La Laguna de la Azucena.
PEDERNALES	Reserva Mache Chindul, Playas Urbanas, Cabañas, caletas de los pescadores.
SANTA ANA	Paisaje rural, Corredor Ecológico, La Represa Poza Honda, Cascadas.
SUCRE	Playas y el ambiente sano de la ciudad.
24 DE MAYO	Aguas saladas. Aguas Sulfuradas. Cascadas. Complejo Roma

## 2.2.3 MARCO CONCEPTUAL

### 2.2.1 LA ACTIVIDAD TURISTICA Y SU RELACION CON LA ADMINISTRACION FINANCIERA.

#### 2.2.1.1 Aspectos Generales

El turismo, aunque no de una manera acelerada, continúa ganando terreno como actividad económica. En Manabí se interpreta la actividad turística como panacea para la solución de los problemas ocasionados por la falta de atención del Estado los modelos de marketing turístico, planificación estratégica han logrado ser considerados de alta relevancia en el tratamiento socio económico de la actividad turística en la provincia.

No obstante, en Manabí, en la parte concerniente a la gerencia financiera escasamente se le presta atención a la formulación de presupuestos de capital y cronogramas de inversiones. De manera que, el valor de la empresa, determinado por la maximización del valor del aporte de sus promotores / propietarios, ha sido poco considerado en la actividad turística.

A este hecho se suma la relevancia de la gerencia ambiental en la actividad financiera turística mediante la aplicación de técnicas de contabilidad y economía ambiental que contribuyen a una apropiada valoración del inventario turístico.

Los subtemas contenidos en esta investigación fueron seleccionados dentro de la gran multiplicidad de tópicos que abarca la gerencia financiera en el turismo. El material de estudio aquí presentado se considera lo suficientemente informativo para aquellas personas y empresa manabitas que no posean una amplia formación en materia contable y/o financiera; pero que comprenden las actividades empresariales turísticas; de esta manera se estará aportando al desarrollo de esta importante área económica.

Merecen ser tratadas con un enfoque realmente gerencial. El mismo enfoque que debe prevalecer en las grandes empresas productoras de servicios

caracterizadas por estar dotadas de una excelente organización. Se trata de aportar una visión financiera empresarial del turismo y actividades conexas mediante la aplicación de los modelos financieros actualmente existentes.

Para tales efectos se consideran todas aquellas empresas turísticas que aspiran sobrevivir dentro de una actividad altamente competitiva, tanto en los niveles nacionales como internacionales. Tal competencia se identifica entre empresas y entre países en la era de la globalización facilitada por el auge de la economía digital y la necesidad de crear nuevos valores.

Lo tratado en el presente trabajo no significa de manera alguno algo novedoso ni todo lo que pueda ser referido a la gerencia financiera del turismo. La búsqueda de nuevos conocimientos y los nuevos desarrollos en la gerencia moderna decidirán grandes modificaciones en el futuro. En consecuencia, surgirían técnicas más avanzadas en beneficio del perfeccionamiento de las actuales.

Se pretende que el presente trabajo constituya un aporte al desarrollo de los conocimientos de gerencia financiera de empresas de turismo y contribuya, en consecuencia, a la reducción de la escasez de bibliografía relacionada con el tema en la actividad empresarial turística.

### **2.2.1.2 LA ADMINISTRACION FINANCIERA**

#### **2.2.1.3 EN EL UNIVERSO ECONOMICO**

El concepto de administración financiera se origina de la función básica del administrador financiero, inicialmente limitada a la planificación y distribución eficiente de los fondos necesarios para cubrir las operaciones corrientes de un negocio.

Este concepto ha evolucionado desde el año 1.900 hasta el presente; de tal manera que, de la simple administración de fondos se ha llegado al establecimiento y consecución del objetivo clave de toda organización con fines de lucro, la maximización del valor de las acciones de la firma. Este nuevo concepto ha incrementado significativamente la importancia de la



administración financiera; sobre todo, en la coordinación de procesos actualizados de toma de decisiones, incluyendo las actividades de los gerentes de marketing, ingeniería, producción y finanzas.

Los objetivos de la gerencia financiera se basan en los objetivos de la gerencia de la firma bajo las siguientes condiciones:

1. El objetivo primario de la firma es la maximización del valor de las acciones en pro del bienestar económico de los dueños de la firma. Este objetivo se traduce en la maximización de precio de las acciones comunes, lo cual es diferente de la maximización de la ganancia neta o ganancia por acción.
2. Otros objetivos, tales como satisfacción personal, bienestar de los empleados y de la comunidad, también influyen en la consecución de los objetivos de la firma; no obstante, desde el punto de vista financiero este es menos relevante que la maximización del precio de las acciones.

#### **2.2.1.4 EL GERENTE FINANCIERO Y LA MAXIMIZACION DE LAS GANANCIAS POR ACCION**

El gerente de finanzas como factor maximizador del precio de las acciones participa de las siguientes actividades de la firma:

1. Coordinación del proceso de planificación de la empresa
2. Administración del proceso de control.
3. Obtención y administración de los fondos requeridos para implementar los planes.

Asimismo, el gerente financiero puede afectar el precio de las acciones de la firma controlando los siguientes factores

1. Futuras ganancias por acción.
2. Riesgo de las ganancias proyectadas.

3. Periodicidad de los flujos de beneficios.
4. Forma de financiar la firma.
5. Política de dividendos.

El análisis de los efectos de estos factores se estudia mejor a través de la formulación de modelos de valuación de acciones, los cuales se tratan en detalle en el presente trabajo

Otros factores que influyen en los precios de las acciones son los siguientes:

1. Limitaciones externas, tales como leyes antimonopolio y regulaciones ambientales.
2. El nivel general de la actividad económica, incluyendo la tendencia inflacionaria.
3. Impuesto sobre la renta

#### **2.2.1.5 LA ACTIVIDAD FINANCIERA**

La actividad financiera puede clasificarse en tres áreas relevantes de decisión, las cuales son: inversiones, financiamiento y distribución de dividendos. El estudio de cada una de estas áreas dependerá del objetivo básico de la empresa, tomando en consideración que la combinación de estos tres tipos de decisiones constituye la manera más eficiente de elevar al máximo el valor que tiene una empresa para sus accionistas.

##### **Decisiones sobre inversiones.**

El resultado final de las decisiones sobre inversiones es el presupuesto de inversiones. Mediante este proceso se establece la manera de utilizar los recursos de proyectos cuyos beneficios se obtendrán en el futuro. El riesgo de todo proyecto de inversión está básicamente determinado por el grado de certeza con que puedan predecirse los futuros beneficios.

En consecuencia las inversiones deben valuarse en relación con el rendimiento y riesgo adicionales aumentando los ya existentes debido a que son factores que afectan la valuación de mercado de la firma. Se incluyen dentro de este tipo de decisiones, la reubicación de recursos cuando un activo deje de ser

rentable, la determinación del monto total de los activos de la firma, su composición y nivel de riesgo empresarial.

### **Decisiones sobre financiamiento.**

Las decisiones sobre financiamiento determinan la estructura financiera de la firma, o sea, la óptima combinación de fuentes de fondos. Por lo tanto, la maximización del precio de las acciones dependerá del establecimiento de la mejor estructura financiera

Así, la decisión sobre financiamiento va a depender de la conformación de los activos, tanto actual como futura, puesto que ello determina la naturaleza del riesgo empresarial, según lo perciben los inversionistas, el cual influye sobre el costo de capital de las diversas fuentes de financiamiento que tienen las empresas de turismo.

### **Política de dividendos.**

Este tipo de decisión se refiere a la estimación del porcentaje de utilidades que se distribuirá entre los accionistas de la firma, ya sea como dividendo en dinero efectivo y/o como dividendo en acciones; a la planificación de la estabilidad de los dividendos a corto y largo plazo y del rescate o readquisición de acciones. El coeficiente de dividendos sobre utilidad, el cual indica los dividendos pagados en efectivo, determina el volumen de las utilidades retenidas; su evaluación debe orientarse hacia la maximización de los beneficios de los accionistas que forman parte de aquellas empresas turísticas.

En Manabí las empresas turísticas podemos citar entre las más importantes:

Portoviejo: EMPRESAS: COLUR S.A. DELGADO TRAVEL. GIBY TRAVEL  
HOTELES: CONQUISTADOR, QUITO – MANABÍ, EJECUTIVO. CABRERA INTERNACIONAL. MAXIMO, SAN MARCOS, CEIBO REAL.

BAHIA DE CARAQUEZ. Empresas. CEIBOS OURS, PUERTO AMISTAD YACHT CLUB. ECUADOR TOURS.

HOTELES: EL BUCANERO, LA QUERENCIA, ITALIA, BAHIA HOTEL, CASA GRABDE.

CANTON: MANTA. EMPRESAS TURISTICAS: MANTA EXPORT. TOURSA VIAJES. EMPRESA DE TURISMO TIERRA DORADA.

HOTELES: LUNFU. LAS GAVIOTAS, COSTA AZUL. TAURINO. PALOMA AZUL. HOWAR JHONSON. ORO VERDE

Los razonamientos expuestos anteriormente permiten visualizar la administración financiera con un objetivo central: la maximización del valor de las acciones o del capital invertido por los propietarios de una firma. Esta apreciación no está limitada exclusivamente a las firmas mercantiles, cuyo capital está formado por acciones o títulos individuales de propiedad de la firma; se refiere, a demás, a la maximización de los beneficios sociales de las empresas sin fines de lucro cuyos beneficios no son evaluados en términos económicos.

No obstante, la inversión realizada tiene un inminente valor económico y la evaluación de sus beneficios, aunque expresados en términos no monetarios, constituyen la razón de ser de la inversión realizada; ejemplo de este tipo de inversiones lo constituyen las instituciones públicas y privadas no lucrativas, tales como asociaciones benéficas, gremios profesionales, sindicatos, fundaciones, institutos autónomos y corporaciones de carácter público.

#### **2.2.1.6 INVERSION TURISTICA Y ADMINISTRACION FINANCIERA**

Como en el resto de las organizaciones de negocios, la mayoría de los inversionistas privados desearían un retorno razonablemente rápido sobre sus inversiones de capital. Por lo tanto, para hacer del turismo una inversión atractiva se hace necesario establecer incentivos financieros. En este respecto, el gobierno necesitará ofrecer concesiones especiales con el objetivo de

movilizar capitales hacia las áreas designadas como prioritarias para un determinado plan nacional de turismo.

Así, una amplia variedad de medidas incentivas son de factible aplicación, tales como, subsidios, exoneraciones totales o parciales y otros desgravámenes impositivos sobre los beneficios económicos, así como también el establecimiento de facilidades financieras mediante créditos de instituciones públicas o a través de instituciones financieras de carácter privado como las ONG (Organizaciones No Gubernamentales).

Por otra parte, los incrementos en las ganancias de intercambio extranjero permiten la formación de capitales a una tasa más elevada lo cual, en consecuencia, incrementaría, la rata de crecimiento económico del país

De acuerdo a lo anterior, todo proyecto turístico requerirá de un tratamiento preferencial en las siguientes etapas:

1. En el momento de realizar la inversión y
2. En la etapa operacional.

En la primera etapa los incentivos deben ser particularmente atractivos; sobre todo, cuando la inversión turística va a competir con el negocio de bienes raíces o con otro tipo de empresas comerciales en las cuales el capital inicial (representado por activos fijos) es pequeño en relación con los retornos inmediatos de la inversión

En cuanto a la etapa operacional, los subsidios y los créditos son considerados como dos mecanismos estimulantes de la inversión turística, conjuntamente con los créditos garantizados, rebajas de interés y las tasas preferenciales de interés. A estos mecanismos pueden añadirse las rebajas y exoneraciones de impuestos a los beneficios provenientes de las inversiones privadas en el turismo.

#### **2.2.1.7 Financiamiento mediante subsidios.**

Desde el punto de vista del inversionista, el incentivo más atractivo es el subsidio directo del gobierno. En la etapa de desarrollo del proyecto, puede ser deseable una participación directa con aportes de fondo no reembolsables por parte del gobierno, especialmente, como un medio para iniciar inversiones en

áreas difíciles de desarrollar. El subsidio es, de esta manera, utilizado como catalizador para atraer las inversiones privadas, las cuales solamente contribuirían con una parte del costo total de la inversión. En tales casos, la participación del gobierno debería estar restringida por un porcentaje fijo del total de la inversión; esto con la idea de que el inversionista privado tenga la participación máxima posible.

#### **2.2.1.8 Financiamiento mediante crédito.**

Desde el punto de vista gubernamental una de las formas satisfactorias de estimular la inversión es la de conceder facilidades especiales de créditos, usualmente, a largo plazo. En la mayoría de los países, el capital para inversiones es escaso y solamente una parte de dicho capital se designa al desarrollo del turismo.

En consecuencia, le correspondería al gobierno estimular la inversión en turismo mediante la dotación de fuentes adicionales de créditos, a fin de complementar el monto de capital privado disponible a través de la banca comercial y/u otras instituciones financieras. Por razones de selectividad en la forma en que son otorgados los préstamos, el gobierno puede utilizar su partida de crédito turístico para inversiones directas de acuerdo con las prioridades establecidas por el plan nacional de turismo.

Para inversiones turísticas la forma más común de financiamiento la constituyen los créditos a largo plazo. Por ejemplo, al nivel internacional los préstamos para construcción de hoteles son por aproximadamente 25 años; préstamos para equipamiento y reconstrucción de 10 a 15 años.

En el Ecuador existe la política gubernamental de limitar la concesión de préstamos a no más de la mitad del costo del proyecto; el temor a sobrecargar la inversión y, especialmente para comprometer el capital privado con el riesgo, tanto como sea posible es un factor determinante de esta restricción. En los casos en los cuales las condiciones del crédito concedan un generoso período de gracia, antes de comenzar la amortización de la deuda, se constituiría un incentivo adicional para la inversión. La emisión de obligaciones a intereses de mercado, con las limitaciones propias de competir con las alternativas de colocación que tengan los inversionistas son también un mecanismo adicional

para el estímulo de la inversión turística; tales como, las tasas de interés pagadas por los bancos y/u otras inversiones rentables menos riesgosas que las turísticas.

Algunas veces se argumenta que los créditos concedidos para la industria hotelera son diferentes a los concedidos a otros tipos de empresas y que por ello necesitan instituciones especiales para su administración. Aunque existe el riesgo de crear instituciones inadecuadas, en la mayoría de los países se cree que el financiamiento de una empresa hotelera es bastante diferente del financiamiento hipotecario común de tal manera que se requieren conocimientos especializados para el establecimiento de instituciones de crédito al nivel gubernamental.

El financiamiento de las inversiones en hoteles puede ser considerado como la base del financiamiento de las actividades turísticas. La industria hotelera es operada generalmente por medianas y pequeñas empresas, las cuales encuentran dificultades para conseguir capital en el mercado abierto.

Las actividades del negocio turístico se caracterizan por el predominio de las inversiones fijas, y su margen de ganancias a corto plazo es, usualmente, reducido. En la provincia existe la Cámara de Turismo que trata de implementar estrategias para el desarrollo de ésta área

El mercado financiero provee dos fuentes básicas de financiamiento para las actividades turísticas. A continuación se presenta un resumen de las fuentes de financiamiento:

1. Fuentes internas:

- a. Emisión de acciones.
- b. Emisión de obligaciones.
- c. Emisión de cédulas hipotecarias.
- d. Descuento de documentos.

2.- Fuentes externas:

- a. Proveedores de bienes y/o servicios.
- b. Bancos comerciales e hipotecarios.
- c. Empresas de arrendamiento financiero (leasing).
- d. Préstamos directos o avalados por instituciones gubernamentales.

Créditos garantizados y rebajas de interés.

Otra medida que podría adoptar el gobierno (o autoridades locales) es la de garantizar créditos a través de arreglos con los bancos comerciales. El gobierno puede también preparar planes para conceder rebajas de tasa de interés para inversiones turísticas mediante la compensación de la diferencia existente entre las tasas comerciales de interés y las tasas propuestas para el negocio hotelero. Sin embargo, éstas serían medidas complementarias solamente y no suficientes para resolver las dificultades generales causadas por la escasez general de capitales.

### **2.2.1.9 Las tasas de interés preferenciales.**

Existe una marcada diferencia de opiniones sobre las facilidades créditos que el gobierno pudiera conceder, tales como las tasas preferenciales de interés. El capital, como factor básico de producción, tiende a ser escaso y el costo de capital a través del tiempo será, en consecuencia, más elevado. A través de ofrecimiento del capital a intereses más bajos que los del mercado, el gobierno estaría, en efecto, subsidiado el costo del dinero del inversionista privado.

El argumento contra las tasas preferenciales de interés consiste en su capacidad para estimular artificialmente las inversiones y conducir hacia una distribución equivocada de los recursos. Esto presupone que el costo de capital y las tasas de interés del mercado son indicadores de una apropiada distribución de la inversión y que el turismo debería asumir el riesgo en la competencia para conseguir el capital escaso basado en su inherente rentabilidad.

El argumento sostiene que la rentabilidad, en términos del retorno inmediato sobre el capital invertido, no obedece al mismo concepto de rentabilidad en términos del impacto económico del desarrollo del turismo en el sector, así, dos conceptos diferentes están involucrados. El problema radica, en consecuencia, en como financiar a corto plazo una operación cuya rentabilidad será a largo plazo.

Las inversiones en turismo pueden ser comparadas con las inversiones con el sector agropecuario, la inversión de capital es elevada y el retorno ocurre a una



tasa variable durante la vida útil del activo. El retorno inmediato es bajo, pero a largo plazo, particularmente en condiciones de inflación, la rentabilidad será elevada; solamente si se da el caso de que las estimaciones se hagan sobre la base de la vida útil del activo, el retorno a corto plazo probablemente será considerado como no justificado.

Debe recordarse que el costo histórico de los activos afecta la valuación de inversiones cuando no es considerado el fenómeno inflacionario; esto se debe que el volumen de las operaciones puede crecer al ritmo de la inflación y están expresado en moneda corriente, mientras que los activos fijos están expresados en moneda constante.

En consecuencia, el criterio no debe ser de rentabilidad inmediata; sino del impacto que el proyecto probablemente tendrá de acuerdo con los objetivos del programa nacional de turismo. Si el proyecto se justifica sobre estas bases, pero hay dificultades en lograr inversiones a elevadas tasas de interés, entonces es razonable utilizar fondos públicos para facilitar financiamiento a las ratas de interés más bajas.

Debido a que el desarrollo turístico beneficia a toda la comunidad, se considera apropiado el uso de las finanzas públicas para facilitar las inversiones pertinentes. El grado de preferencia comparado con las tasas normales de interés bancario variará de acuerdo al país y naturaleza del proyecto. El uso selectivo de las tasas preferenciales por parte del gobierno representa un recurso adicional para orientar las inversiones hacia las zonas prioritarias enmarcadas dentro del plan nacional de turismo

#### **2.2.1.10 Otros incentivos financieros del turismo.**

En algunos casos, los créditos gubernamentales para el desarrollo del turismo incluyen el costo del terreno sobre el cual se va a realizar el proyecto. Aunque es importante reconocer que las facilidades especiales constituyen un poderoso incentivo para el desarrollo turístico, particularmente en las nuevas áreas turísticas, se corre el riesgo de que ocurra la especulación sobre el precio de la tierra; lo cual podría resultar en inflación, injusticia social y la privatización de la tierra con fines comerciales. En el sector turismo es donde

particularmente el valor de la tierra es extremadamente elevado en comparación con el valor de lo que sobre ella se construye.

A continuación se exponen varias maneras de como los entes gubernamentales pueden obviar estos riesgos que afectan el valor de la tierra, tales como: congelación de precios de terrenos, establecimiento de incentivos fiscales, concesiones especiales.

#### **2.2.1.11 Congelación de precios de los terrenos.**

Por disposiciones especiales del gobierno los precios de los terrenos se mantienen fijos por un período considerable a su valor actual antes de ser calificados dentro de una zona de desarrollo turístico, ó fijar un impuesto sobre el valor agregado. Otras posibilidades consisten en obligar al comprador a que desarrolle el proyecto de instalaciones turísticas dentro de un período específico y a participar con una porción acordada en el costo del proyecto. Finalmente, la medida más drástica es la de expropiación del terreno con fines de utilidad pública, considerando al turismo, como tal.

#### **Incentivos fiscales.**

La mayoría de los gobiernos reconocen al turismo como una industria de exportación ofreciendo para el turismo las mismas facilidades que para otros negocios de exportación. Estas facilidades incluyen reducción de trámites aduanales para la importación de materiales de construcción y facilidades impositivas especiales para la reexportación. Como industria de exportación, el turismo podría ser objeto de un tratamiento especial en cuanto a exoneraciones de impuestos y aplicación de bonos de exportación.

#### **Concesiones especiales.**

El gobierno puede hacer atractiva la inversión turística ofreciendo concesiones especiales en la etapa operacional a fin de contribuir al incremento de la rentabilidad de proyecto. Esto incluye rebajas de impuestos para facilitar la renovación de equipos y reducción de impuestos municipales sobre la propiedad. En Manabí por ejemplo se debería abrir líneas crediticias especiales, pero fundamentalmente se tiene que solucionar los problemas que impide ser el foco de atracción del turismo nacional e internacional, esto es la

dotación de infraestructura básica como buenas carreteras, agua potable, sistemas de alcantarillado entre otros.

El turismo como industria no puede esperar el disfrute de una posición favorable en cuanto a estos beneficios, a menos que pueda convencer de los grandes aportes que puedan fluir hacia la economía nacional a consecuencia de las actividades turísticas.

A pesar del reconocimiento que puedan tener las concesiones especiales para favorecer el desarrollo del turismo, el gobierno debe ser muy discreto en la aplicación de las medidas estimulantes y tener el cuidado de que no sean utilizadas más allá de donde son realmente necesarias.

El material expuesto en el siguiente capítulo introduce la actividad financiera dentro del turismo y revela la importancia del manejo de los recursos económicos en relación con el marco institucional, legal y cultural en que se desenvuelve el mundo de la recreación y el esparcimiento conjuntamente con los bienes y servicios complementarios que conforman el producto turístico.

#### **2.2.1.12 LAS FINANZAS EN EL CIRCUITO ECONOMICO.**

##### **El sistema financiero.**

Una economía desarrollada depende de los estados financieros y la eficiencia con que las instituciones transfieran fondos de los ahorristas a los prestatarios. La manera en que la tasas de interés son determinadas es de vital importancia para las empresas, cualquiera que sea su naturaleza. Las tasas de interés no solamente afectan el costo de capital sino también el precio de la acciones; en consecuencia, es necesario explicar los determinantes de las tasas, incluyendo los factores que influyen tanto la tasa real de retorno y la estructura de las tasas de interés.

Finalmente, es necesario considerar el impacto de las tasas de interés sobre las decisiones organizacionales y los precios de las acciones.

##### **Los mercados financieros.**

Los mercados financieros constituyen una combinación de prestamistas y prestatarios de dinero. El grado de desarrollo de la economía es generalmente lo que define el tipo de mercado financiero y las modalidades de relaciones existentes entre oferentes y demandantes de dinero y de todos los tipos de valores negociables. Por lo tanto, se espera que mientras mayor sea el grado de desarrollo de un país será también mayor el número de relaciones entre oferentes y demandantes de recursos financieros; así mismo, se espera que haya mayor diversidad en los tipos de mercados financieros. Sin embargo, los mercados financieros de más interés para los gerentes de finanzas son los siguientes:

1. **Mercados de dinero.** Son los mercados para valores que expiran a corto plazo, tales como documentos de deudas a menos de un año (por ejemplo, bonos a corto plazo).
2. **Mercados de capital.** Son los mercados para deudas a largo plazo y acciones de la firma (valores a largo plazo).
3. **Mercados primarios.** Son aquellos en los cuales se negocian por primera vez los valores recién emitidos. Así una empresa recién creada cuando negocia sus acciones, previamente a su asamblea constructiva, puede decirse que ha colocado sus acciones en un mercado primario.
4. **Mercados secundarios.** Son aquellos en los cuales los valores en circulación son comprados y/o vendidos.

## **TRANSFERENCIA DE CAPITAL**

### **ENTRE AHORRISTAS Y PRESTATARIOS.**

La transferencia de capital entre ahorristas y prestatarios ocurre de tres maneras diferentes:

1. **Transferencia directa.** Se da este tipo de transferencia cuando el dinero pasa directamente del inversionista al emisor del valor negociado, bien sean bonos acciones o cualquier otro tipo de valor negociable.
2. **Transferencia por corretaje.** Ocurre cuando una institución financiera, o un corredor oficial sirve como intermediario en la negociación de valores. Las negociaciones de este tipo son normalmente controladas mediante disposiciones gubernamentales, tales como leyes y decretos. Las modalidades de este tipo de intercambio varían según el país donde se realice el intercambio.
3. **Transferencia utilizando intermediarios financieros.** Este tipo de intercambio es propiciado por los bancos o fondos mutuales (compañías que invierten en valores de otras). En este caso los intermediarios obtiene fondos de los ahorristas y en base a ellos emiten sus propios valores de intercambio, utilizando, a su vez estos fondos para comprar otros valores.

### **EL MERCADO PARA LAS ACCIONES.**

El mercado para las acciones constituye una de las áreas de más interés para el administrador financiero. En este mercado donde el precio de cada acción y, por ende, el valor de la empresa son establecidos.

La forma como se realicen los intercambios en el mercado de valores, origina dos tipos básicos de mercado para las acciones:

### **1. Mercados organizados.**

Aquellos que realizan transacciones formales con valores. Por ejemplo, los intercambios realizados en las bolsas de valores.

### **1. Mercados de mostrador.**

Son aquellos constituidos básicamente por distribuidores, intermediarios y las facilidades de comunicación que propenden al intercambio de valores; lo cual no se produce en intercambios organizados .

### **2.2.1.13 EL TURISMO Y LA ADMINISTRACIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO.**

El turismo, el gobierno y cualquier otro tipo de organización relacionada con la planificación financiera del turismo, deben considerar las predicciones sobre las necesidades futuras de fondos financieros a corto plazo. La predicción de las necesidades futuras de fondos es una actividad típica del gerente financiero. Las proyecciones se fundamentan en un cuidadoso análisis de las estadísticas utilizables para tales efectos y no en normativas empíricas ni de dudosa confiabilidad.

Las estadísticas, en este particular, no deben comprender períodos de tiempo demasiado cortos, ya que esto conducirá al desaprovechamiento de los recursos potenciales derivados de una planificación meticulosa y organizada de las necesidades de liquidez. El tópico principal relacionado con la planificación de la liquidez no radica solamente en intentar una proyección del flujo de fondos, sino en establecer los objetivos específicos de los gerentes en cuanto a la producción de pronósticos de liquidez en forma organizada.

Lo anterior se añade a la función primordial de la administración financiera, conducente hacia la maximización del valor de las acciones de la firma y, por ende, del valor la firma. Además, la efectividad de las predicciones de las necesidades futuras de liquidez dependerá de factores, tales como esfuerzo mental, trabajo en equipo con ejecutivos no financieros, así como también

tiempo y energía. La adquisición de ventajas se justifica por el esfuerzo implícito en la tarea. Aunque realmente los beneficios potenciales de la empresa típica, que se dirija bajo un buen presupuesto de liquidez, pueden ser bastante elevados. Tales beneficios incluyen lo siguiente:

1. Verificación a priori del potencial financiero de diversos programas antes de que se tomen decisiones de difícil reversa.
2. Facilita la dotación de los fondos adicionales necesarios.
3. Se aumenta la confianza en la dirección de la empresa por parte de los acreedores y otras fuentes de liquidez.
4. La implantación de un mecanismo de control o de puntos de comprobación para detectar desviaciones de los planes originales.
5. Se incrementa la eficiencia en la utilización de los fondos, particularmente de los saldos; que representan disponibilidad monetaria

No obstante es necesario tomar en consideración todos los aspectos relacionados tanto con la condición financiera de la firma que se trate. Así, es necesario examinar la administración de los activos y de la estructura financiera en general para evaluar la condición financiera de la firma y también su valor crediticio. De la misma manera, es también necesario evaluar las operaciones relativas a ingresos, costos operativos y de soporte de operaciones para la evaluación de la gestión financiera de la firma. Estableciendo este conjunto de relaciones, se demuestran los efectos de las operaciones en el flujo de fondos de

la firma. Aplicando este concepto a las empresas relacionadas con el turismo, se hace necesario tomar en consideración los siguientes aspectos:

1. La diversidad de las empresas dedicadas al turismo, las cuales caracterizan sus ingresos con la prestación de servicios. Por lo tanto, el gerente financieros debe estar en pleno conocimiento de cual tipo de empresa de turismo le corresponde dirigir.
2. Las grandes inversiones en activos fijos que demanda la actividad turística, conjuntamente con la producción de servicios de esta actividad, determinan un marcado predominio de los costos fijos sobre los costos variables.

3. La rotación de los inventarios de mercaderías, como indicador financiero, no es lo suficiente relevante para el negocio del turismo como un todo. Esto se debe al monto relativamente bajo de este tipo de inventarios, tales como souvenir y alimentos y bebidas, en comparación con el monto de los activos fijos involucrados en las operaciones de las empresas de turismo.

#### **2.2.1.14 EL ACTIVO CIRCULANTE Y LAS NECESIDADES DE FONDOS.**

Antes de examinar los tópicos de principal interés, relacionados con la administración del activo circulante, es conveniente examinar los de capital de trabajo. En relación con este tipo de operaciones es necesario considerar los siguientes aspectos:

1. El capital de trabajo, algunas veces es llamado " Capital de Trabajo Bruto", simplemente se refiere al total de los activos corrientes.
2. El capital de trabajo neto es el total del activo circulante menos el pasivo circulante.
3. La política financiera aplicada al Capital de Trabajo se refiere a políticas básicas de decisiones considerando los niveles óptimos para cada categoría de activos corrientes el financiamiento de esos activos.
4. La administración del Capital de Trabajo se refiere a las operaciones gerenciales diarias, tanto con activos corrientes como con pasivos corriente.

#### **2.2.1.15 EL CAPITAL DE TRABAJO EN LAS EMPRESAS DE TURISMO.**

La descripción de la composición activos y pasivos corrientes de una empresa típica de turismo constituye una tarea difícil. La multiplicidad de empresas que pudieran ser consideradas como empresas de turismo (aunque sirvan a una población común) muestra diferencias en sus activos circulantes. Para citar algunos ejemplos: hoteles, restaurantes, agencias de viajes, tiendas de



souvenirs, alquiler de automóviles sin chofer, obviamente presentan diferencias en la composición de sus respectivos capitales de trabajo. No obstante, es posible que el profesional de la gerencia financiera pueda manejar las herramientas financieras aplicables a cada caso en particular.

Así por ejemplo, las empresas de servicios turísticos (a excepción de bares, restaurantes y tiendas de souvenirs) no manejan inventarios, pero si administran flujos de caja, cuentas por cobrar (aunque en montos poco relevantes), valores negociables a corto plazo y pasivos corrientes, tales como cuentas y efectos por pagar.

### **Administración del Efectivo.**

Se le denomina efectivo al total de la disponibilidad monetaria depositada en caja y/o en los bancos. Los niveles de efectivo varían ampliamente entre los diferentes tipos de empresas, dependiendo de condiciones específicas y de la aversión al riesgo de los gerentes financieros. Así, las empresas de turismo presentan entre sí diferencias significativas tanto en operación como en estilo gerencial.

Para el establecimiento de estas diferencias, sería suficiente comparar el funcionamiento de una empresa hotelera con las propias de las agencias de viajes (mayoristas o minoristas) y operadores de turismo, o considerar el funcionamiento de las firmas de transporte en sus diferentes versiones de vía aérea, terrestre, marítima, fluvial y férrea. A continuación se proporciona un listado de los tipos de empresas de turismo más relevantes:

- Líneas aéreas.
- Agencias de viajes y operadores de turismo.
- Empresas de autobuses de turismo.
- Compañías de autobuses sin chofer.
- Empresas de hoteles, moteles y restaurantes.
- Parques de recreación y entretenimiento.

De acuerdo a los tipos de empresas relacionadas con el turismo, según el listado anterior, no se necesita abundar en detalles acerca de las mismas para detectar sus diferencias operativas y estilos gerenciales entre sí.

### **Mantenimiento de niveles de efectivo.**

Las firmas mantienen niveles de efectivo por las siguientes razones primarias:

1. Los saldos a niveles adecuados en caja y/o bancos se mantienen para proveer el efectivo necesario para que permita conducir las operaciones normales de un negocio.
2. Los balances compensatorios son siempre requeridos por los bancos como medida preventiva para la concesión de préstamos y prestación de otros servicios financieros. Esta es una política bancaria bastante usual, generalmente con el objetivo de maximizar las ganancias por intereses, medir el potencial de pago de los deudores y conservar buenos saldos promedios de los clientes.
3. Deben ser mantenidos saldos de reserva como medida de precaución para fluctuaciones aleatorias (imprevistos) tanto en las entradas como en las salidas de efectivo.
4. Deben mantenerse saldos especulativos para dotar a la firma del poder adquisitivo necesario para aprovechar la realización de compras a precios de oportunidad.

La mayoría de las firmas no segregan fondos para cada uno de los motivos señalados anteriormente; sin embargo, los toman en consideración para el establecimiento de su posición financiera en cuanto a niveles de efectivo se refiere.

Otro factor importante a considerar, respecto a niveles de efectivo en caja y bancos, es el hecho de que los saldos excesivos del efectivo reducen la rotación de los activos, lo cual, a su vez reduce la tasa de retorno sobre el capital de trabajo y el valor de las acciones.

La empresa típica de turismo se mueve con niveles de efectivo de alta rotación, puesto que la mayoría de las operaciones relacionadas con la compra - venta de bienes y/o servicios turísticos se efectúan sobre la base de pago inmediato.

Debido a esta circunstancia, la administración del efectivo y la maximización de los niveles de liquidez es de alta relevancia. Así las negociaciones con líneas aéreas, hoteles, empresas organizadoras de tours locales, empresas de entretenimiento y recreación requieren, en la mayoría de los casos, pago por adelantado o depósitos a cuenta por la prestación de sus servicios, además de los niveles de liquidez necesarios para el financiamiento de las operaciones corrientes de la firma.

Debe, además, observarse que los saldos excesivos del efectivo deben ser administrados con prudencia y ser objeto de análisis antes de proceder al reparto de dividendos o a realizar cualquier tipo de inversión.

### **El presupuesto de efectivo.**

Un presupuesto de caja proyecta las entradas de efectivo para un período específico de tiempo; por lo tanto se hace necesario determinar cuando ocurrirá superávit o déficit de efectivo. Además, para que una firma pueda incurrir en costos elevados de administración del efectivo debe asegurarse un adecuado retorno a la inversión. Esto, podrá captarse más claramente cuando se trate el tópico referente al costo de capital.

Las firmas con grandes inversiones en activos representadas en dinero efectivo, tales como bancos, compañías financiadoras y otras empresas que necesiten altos niveles de liquidez para financiar sus operaciones corrientes, pueden afrontar en mejores condiciones operativas los costos de personal requerido para la administración del efectivo. No obstante, es necesario destacar que las empresas del turismo, cualquiera que sea su naturaleza, guardan bastante semejanza con las instituciones financieras. Esto se fundamenta en lo comentado al inicio de este tópico sobre administración del efectivo; especialmente, al nivel de mayorista de operaciones turísticas.

Otro aspecto relevante, en cuanto a la administración del efectivo, lo representa el nivel de las tasas de interés en el mercado. La utilidad de los servicios de la administración del efectivo depende en gran parte de las fluctuaciones de las tasas de interés. Así, una firma que pueda operar con niveles de efectivo reducidos puede decidir entre incrementar sus activos rentables o reducir el crédito obtenido a intereses onerosos. Las empresas de turismo, como en el caso de empresas de alojamiento y parques recreacionales, deben considerar el costo de financiamiento de sus inversiones para la futura expansión de planta física y/o adquisición de equipos; lo cual debe estar en función de flujos monetarios netos positivos que se deriven de tales inversiones.

### **Preparación del presupuesto de liquidez.**

Un procedimiento bastante común para la preparación de los presupuestos de efectivo consiste en resumir en forma de estado financiero los movimientos de caja (efectivo en caja y bancos). Las proyecciones se calculan para un período estimado de tiempo, generalmente un año, mostrando los resúmenes de movimientos mensuales.

El punto de partida normal para el presupuesto de efectivo lo constituye la predicción de las ventas; con lo cual es posible estimar las futuras entradas a caja por ventas de contado, recuperación de cuentas por cobrar y pagos a realizarse en efectivo; tales como, pagos de deudas a corto y a largo plazo (incluyendo capital e intereses). Asimismo, se consideran en las proyecciones pagos de gastos, costos operativos y obligaciones fiscales.

El presupuesto de efectivo solo se relaciona con el movimiento de caja (efectivo en caja y bancos) y no incluye rubros de gastos que no sean en dinero efectivo. La correcta estimación de los flujos turísticos constituye un factor de alta relevancia en la estimación de las ventas para firmas que se desempeñan en actividades relacionadas con el turismo, ya que en tal caso el turista funciona como unidad de medida.

La elaboración del presupuesto de efectivo generalmente incluye el siguiente procedimiento:

1. Identificación del saldo inicial de caja. El saldo inicial del mes considerado es el saldo final del mes precedente.
2. Agréguese al saldo inicial de caja el total de las entradas de efectivo provenientes de ventas al contado, recuperaciones de cuentas por cobrar y otros ingresos no operativos.
3. Rebájese del saldo inicial de caja el total de las salidas de efectivo representadas por compras al contado, pagos de deudas a corto y largo plazo, costos y gastos operativos, otros egresos no operativos y pagos de obligaciones fiscales.
4. Determínese el flujo neto de caja mensual a través de la diferencia entre ingresos y egresos de caja.
5. Estímese el total de necesidades de préstamos a largo y corto plazo. Asimismo, debe establecerse el monto y periodicidad de pago de ambos tipos de obligaciones y montos.
6. Determínese el saldo final del efectivo. El saldo final del presente mes será el inicial del mes siguiente.

El ejemplo que se muestra a continuación proporciona una ilustración sobre la formulación y preparación de un presupuesto de efectivo:

El restaurant del Hotel Ejecutivo de la ciudad de Portoviejo proporciona, según la tabla III.1, se muestran los datos correspondientes a las operaciones en efectivo presupuestadas de 2006. Se requiere preparar un presupuesto de efectivo para el año 2007.

**TABLA III.1****HOTEL LUNA DE MIEL****DATOS PARA PREPARAR EL PRESUPUESTO DE EFECTIVO**

Para el año 2007

<b>OPERACIONES</b>	<b>MONTO EN US \$</b>
Saldo en bancos al 01/06	7.750.000
Ventas del mes de abril	4.655.300
Ventas del mes de mayo	4.500.000
Ventas estimadas para junio	6.400.500
Ventas estimadas para julio	8.800.900
Ingresos financieros en julio	850.000
Pagos mensuales al personal junio- septiembre	1.550.000
Gastos generales de agosto	1.700.850
Gastos generales de septiembre	1.581.300
Compras estimadas para mayo	7.400.500
Compras estimadas para julio	2.900.300
Compras estimadas para agosto	1740.000
Compras estimadas para septiembre	2300.500
Alquiler mensual periodo julio a sept.	180.000
Dividendos del 5% sobre una utilidad de Bs. 7.500.000 pagaderos el 01/07/200X	375.000

Nota: Datos hipotéticos. Caso diseñado por las autoras

La tabla III.2 muestra el presupuesto de efectivo preparado sobre la base de estos datos, de acuerdo al procedimiento indicado con anterioridad.

**TABLA III.2**

**Hotel Luna de Miel, C.A (Bahía de Caráquez)**

**Presupuesto de efectivo**

**1° de junio al 30 de septiembre de 200X**

**(En miles de US dólares)**

Conceptos	Junio	Julio	Agosto	Sept.
Saldo inicial	7.750	3.285	6.905	6.975
Ventas –abril	4.666	4.500		
Ventas – mayo		850	6.401	
Ventas – junio				8.801
Ventas – julio		8.635	13.306	15.776
Ingreso por inversiones.	12.416			
<b>Total de entradas en efectivo</b>				
Gastos de personal.	1.550	1.550	1.550	1.550
Gastos gen.	7.401		1.701	1.581
Compras – mayo			2.900	
Compras – julio	180		180	1.740
Compras – ago.	9.131	180	6.331	180
Alquileres.		1.730		5.051
<b>Total salidas de efectivo.</b>				
<b>Saldo final</b>	<b>3.285</b>	<b>6.905</b>	<b>6.975</b>	<b>10.725</b>

**Nota: Cifras redondeadas en términos de miles de US \$. Datos hipotéticos, realizadas por las investigadoras**

**Tabla III. II**

<b>OPERACIONES</b>	<b>MONTO EN US.</b>
<b>Saldo en bancos al 01 /06</b>	<b>7.750,000</b>
<b>Ventas del mes de abril</b>	<b>4.666,000</b>
<b>Ventas del mes de mayo</b>	<b>4.500,000</b>
<b>Ventas estimadas para el mes de Junio</b>	<b>6.401,000</b>
<b>Ventas estimadas para julio</b>	<b>8.801,000</b>
<b>Ingresos financieros en julio</b>	<b>850,000</b>
<b>Pagos mensuales al personal junio – septiembre</b>	<b>1.550,000</b>
<b>Gastos generales de agosto</b>	<b>1.701,000</b>
<b>Gastos generales de septiembre</b>	<b>1.581,00</b>
<b>Compras estimadas para mayo</b>	<b>7.401,000</b>
<b>Compras estimadas para julio</b>	<b>2,900,00</b>
<b>Compras estimadas para agosto</b>	<b>1740,000</b>
<b>Compras estimadas para septiembre</b>	<b>2300,00</b>
<b>Alquiler mensual período julio a septiembre</b>	<b>180,000</b>
<b>Dividendos del 5% sobre una utilidad de Bs. 7.500,00</b>	<b>375,000</b>



**Fuente: Hotel Las Gaviotas de la ciudad de Manta**

**Elaboración: Autoras de la tesis**

**La tabla muestra el presupuesto efectivo preparado sobre la base de estos datos, de acuerdo al procedimiento indicado con anterioridad.**

**HOTEL LAS GAVIOTAS**  
**PRESUPUESTO DE EFECTIVO**

**Junio del 2007**

<b>CONCEPTOS</b>	<b>JUNIO</b>	<b>JULIO</b>	<b>AGOSTO</b>	<b>SEPTIEMBRE</b>
<b>Saldo inicial</b>	<b>7.750</b>	<b>3.285</b>	<b>6.905</b>	<b>6.975</b>
<b>Ventas – abril</b>	<b>4.666</b>			
<b>Ventas de mayo</b>		<b>4.500</b>		
<b>Ventas de junio</b>			<b>6.401</b>	
<b>Ventas de julio</b>				<b>8.881</b>
<b>Ingreso de inversiones</b>		<b>850</b>		
<b>Total de entradas en efectivo</b>	<b>12.416</b>	<b>8.635</b>	<b>13.306</b>	<b>15.776</b>
<b>Gastos de personal</b>	<b>1.550</b>	<b>1550</b>	<b>1.550</b>	<b>1.550</b>
<b>Gastos gen</b>			<b>1.701</b>	<b>1.581</b>
<b>Compras – mayo</b>	<b>7.401</b>			
<b>Compras Julio</b>			<b>2.900</b>	
<b>Compras de Agosto</b>				<b>1.740</b>
<b>Alquileres</b>	<b>180</b>	<b>180</b>	<b>180</b>	<b>180</b>
<b>Total salidas de efecto</b>	<b>9.131</b>	<b>1.730</b>	<b>6.331</b>	<b>5.051</b>
<b>Saldo final</b>	<b>3.285</b>	<b>6.905</b>	<b>6.975</b>	<b>10.725</b>

**Fuente: Hotel Las Gaviotas**

**Elaboración: Autoras de tesis**

En la tabla anterior podemos daros cuenta el flujo estimado de efectivo para el Hotel Las Gaviotas de la ciudad de Manta, el cual muestra una guía para conocer la liquidez de esta empresa en un período determinado de tiempo. Estos datos proporcionan un resumen de los ingresos y egreso que se obtienen, por lo tanto ayudan a conocer que cuentas están influyendo en liquides de la institución.

### **Valores negociables y saldo óptimo del efectivo.**

El saldo del efectivo en caja y/o bancos no es un indicador absoluto de la liquidez inmediata de la firma. Es necesario tomar en consideración otras variables componentes del activo circulante que influyen en la liquidez de la firma para el período corriente de operaciones, tales como lo son las cuentas por cobrar (se estudiarán más adelante en el presente capítulo) y los valores negociables.

En relación a los valores negociables, se destaca su característica principal de ser convertidos en efectivo rápidamente, por lo que son calificados por muchos autores como activos cuasiliquidos, y es esta particularidad lo que refleja su gran relevancia en la formulación del presupuesto de efectivo. Son conocidos muchos de los tipos de valores de que se disponen para intervenciones de los superávits de caja; entre estos, se encuentran los bonos de la deuda pública (también denominados bonos del tesoro); documentos comerciales, tales como pagarés y letras de cambio; certificados de depósito de ahorro, de cuentas de activos líquidos y cédulas hipotecarias.

### **ADMINISTRACIÓN DE VALORES NEGOCIABLES.**

Habiendo establecido previamente la relación existente entre el efectivo y valores negociables, es necesario observar las siguientes consideraciones:

1. Los valores negociables, típicamente, proveen menos ganancias que los activos operacionales de la firma, aunque sean mantenidos en montos considerables. Esto se explica porque en la mayoría de los casos los márgenes de utilidad comparados con la inversión superan a los intereses

percibidos sobre valores negociables. Entre los valores negociables típicos se pueden distinguir: los bonos del tesoro público; obligaciones de las empresas del estado; aceptaciones bancarias (documentos aceptados por los bancos para financiar transacciones comerciales); certificados de depósitos negociables, tales como los depósitos a plazo fijo; pagarés a corto plazo y convenios de readquisición de valores negociados.

2. Los valores negociables son utilizados como sustitutos de saldos del efectivo en caja y bancos. En la mayoría de los casos, los valores son mantenidos para propósitos de precaución (reservas de liquidez) y se liquidan cuando las salidas de caja superan a las entradas. Un uso alternativo de los valores negociables es el de fungir como inversiones temporales (acorto plazo), pudiendo ser convertibles en efectivo durante el período corriente de operaciones.

A pesar de la que la inversión en valores negociables a corto plazo pareciera ser muy fácil de tratar, la gerencia de la firma debe ser muy hábil en el manejo de este tipo de activo corriente. Así:

1. Los valores negociables pueden ser utilizados para compensar superávit o déficit, ya que son capaces de compensar las fluctuaciones del efectivo.
2. Los valores negociables pueden ser utilizados para acumular fondos para satisfacer una determinada necesidad financiera, tales como los pagos de bonos vencidos, pagos significativos de impuestos y de dividendos.
3. Los ingresos provenientes de una emisión de bonos ó acciones pueden ser temporalmente invertidos en valores negociables, hasta tanto se necesiten los fondos para ser convertidos en inversiones permanentes representadas por activos operativos.

## **RIESGO Y VALORES NEGOCIABLES**

Existe una amplia variedad de valores negociables, diferentes en términos de riesgo de incobrabilidad, riesgo de la tasa de interés, riesgo de liquidez, rata de retorno esperada, riesgo fiscal y riesgo de pérdida de poder adquisitivo.

**Riesgo de Incumplimiento.**

Este tipo de riesgo se refiere a la posibilidad de que un emisor de un determinado tipo de valor negociable, un bono por ejemplo, no cumpla con el pago de los intereses ni del pago o abonos a capital correspondientes.

**Riesgo de la tasa de interés.**

Se refiere a los cambios en los precios de los valores negociables debido a las fluctuaciones de las tasas de interés.

**Riesgo de liquidez.**

Se refiere a la prontitud con que un documento negociable pueda ser convertido en dinero efectivo y al precio que se pueda colocar en el mercado en comparación con su valor nominal. Así, una empresa con problemas de liquidez podría correr el riesgo de colocar valores por debajo de su valor nominal para compensar su flujo de caja.

**Riesgo de la tasa interna de retorno.**

Se refiere a la relación existente entre el rendimiento esperado y el riesgo de no obtener tal rendimiento. De manera que, mientras más alto sea el riesgo de un valor mayor será su rendimiento requerido.

**Riesgo fiscal.**

Implica los efectos impositivos que pueden tener los beneficios obtenidos de la inversión de valores. Así, las inversiones en valores para el financiamiento de empresas de turismo pudieran ser favorecidas por regímenes especiales de exoneración parcial, ó total, de impuestos para estimular el desarrollo de las operaciones turísticas.

**Riesgo de pérdida de poder adquisitivo.**

Se refiere a la forma en que el proceso inflacionario reduciría el poder de compra de las sumas de dinero invertidas en valores.

La administración del efectivo y valores negociables debe siempre tener en consideración el plazo (corto ó largo) de los valores debido a los efectos en los cambios en las tasas de interés. Esto se debe a que el riesgo es mayor en los valores a largo plazo que en los valores a corto plazo. Es de hacer notar que, el riesgo asociado con los valores a largo plazo produce mayores tasas de retorno por ser este riesgo mayor que el imputable a los valores a corto plazo.

Esta relación entre retorno de la inversión y su vencimiento a corto o largo plazo. Esta relación entre retorno de la inversión y su vencimiento (a corto ó largo plazo) se denomina estructura del plazo de las tasas de interés.

### **Administración de Cuentas por Cobrar.**

Las cuentas por cobrar representan la porción de las ventas que no ha sido convertida en dinero en efectivo. En la empresa manufacturera típica, el nivel de cuentas por cobrar ocupa más del 20% de sus activos totales y la administración eficiente de este renglón del activo circulante es determinante de la rentabilidad y nivel de riesgo de la firma.

A diferencia de las empresas manufactureras, en las empresas de hospedaje debe evitarse la distorsión causada por lo poco común elevados costos de venta (debido al efecto de los inventarios) y específicamente cuando los ingresos por ventas de habitaciones constituyen la principal fuente de fondos. Así, el tratamiento de las cuentas por cobrar en las firmas dedicadas al turismo no tendría la misma relevancia que en una firma comercial de otra naturaleza, como es el caso de tiendas por departamento, empresas fabricantes de productos masivos.

El uso y credibilidad de las tarjetas de crédito cada vez se hacen más frecuente con el transcurso del tiempo y crecimiento de las operaciones relacionadas con el turismo; principalmente, empresas de alojamiento, mayoristas y minoristas de operaciones, empresas de transporte en cualquiera de sus modalidades, realizan la mayoría de sus operaciones al detal mediante aceptación de tarjetas de crédito bien sean de carácter nacional e internacional. En el avance de las operaciones con tarjeta de crédito ha permitido que las firmas obtengan el

dinero disponible de inmediato al ser depositados los comprobantes de ventas firmados por los clientes.

Otro mecanismo que facilita las operaciones de venta en el turismo es la utilización de cartas de crédito en operaciones internacionales; esto facilita las ventas a través de las instituciones bancarias sin necesidad que el vendedor asuma riesgo de financiamiento alguno, sobre todo en las operaciones con mayoristas y, obviamente, reduce el volumen en ventas que ocasione a la empresa incrementos en los saldos de las cuentas por cobrar. Finalmente, las sociedades financieras y planes especiales de las tarjetas de crédito han suprimido casi totalmente el financiamiento directo por parte de las agencias de viaje y compañías hoteleras.

Los avances cibernéticos facilitan las operaciones turísticas tanto nacionales como internacionales a través del uso del correo electrónico vía Internet, además de visitas y tours en Páginas Web relacionadas. Así, las instituciones y clientes participan vía Internet en operaciones como las siguientes:

1. Reservaciones nacionales e internacionales con mayor posibilidad de control de pagos y ventas a crédito.
2. Cargos a cuentas para pagos de créditos y cargos directos a cuentas bancarias a través de la red.
3. El proceso de control de las operaciones crediticias estaría mas reforzado en cuanto a los otorgamiento de los créditos y recuperaciones de cuentas por cobrar debido a la rapidez con que se obtiene la información.

Debido a que las cuentas por cobrar se crean cuando una firma vende bienes o presta servicios a crédito, cuando el monto del crédito es pagado por el deudor las cuentas por cobrar se reducen en ese mismo monto. Por lo tanto, el monto de la inversión de cuentas por cobrar está determinado por: a) el volumen de las ventas a crédito y b) por el tiempo promedio transcurrido entre las ventas y las cobranzas. En consecuencia, de acuerdo a lo tratado en el párrafo anterior, con respecto a las condiciones en que se efectúan las ventas de los bienes y servicios turísticos, puede concluirse en que el análisis de cuentas por cobrar en las empresas de turismo es, relativamente, irrelevante.

### **Administración de inventarios.**

Los inventarios constituyen un elemento esencial para la operación de la mayoría de los negocios. La firma manufacturera típica gran parte de sus activos corrientes representados en inventarios. Sin embargo, por lo general, este rubro no representa una porción significativa del total de los activos corrientes en la industria de los servicios de hospedaje; en casi todos los casos constituyen una porción insignificante del total de activos. No obstante, es necesario controlar tanto el nivel como la tasa de rotación de los inventarios.

En la industria de servicios de hospedaje, los inventarios mantenidos para consumo de los huéspedes están constituidos fundamentalmente por alimentos y bebidas; no obstante, como un complemento a las comodidades de hospedajes pueden existir inventarios de tiendas de regalos, kioscos y otros inventarios de tiendas al detal, cuando estas facilidades son operadas por la misma empresa hotelera. Debido a que los componentes básicos del inventario de los establecimientos de hospedaje lo constituyen alimentos y bebidas, éstos se relacionen separadamente; en consecuencia, las medidas aplicables a la administración de inventarios deben también aplicarse por separado; aunque, no se descarta la posibilidad de calcular la rotación del inventario total.

La rotación de inventarios constituye uno de los indicadores de actividad gerencial más significativos por las siguientes razones:

1. Es una medida del promedio de los inventarios en relación con la demanda. Es el número de veces que se ha vendido el inventario.
2. Los niveles de los inventarios y su valor revelarían si hay una excesiva o deficiente inversión en inventarios; así:
  - a. Una baja rotación significaría que hay fondos excesivos invertidos en inventarios, deficiencias en las políticas de ventas y/o en la administración de inventarios.
  - b. Una alta rotación de inventarios significaría un eficiente uso del inventario y de las políticas de ventas.



- c. No obstante, una excesiva rotación de inventarios podría significar ventas perdidas a causa de bajos inventarios.

Las medidas más relevantes en cuanto a la administración y control de inventarios en el sector hotelero comprenden:

1. Rotación del inventario de alimentos.
2. Rotación del inventario de bebidas.
3. Rotación combinada de alimentos y bebida.
4. Lote económico de un pedido.

Los tres primeros indicadores miden la velocidad con que los inventarios se convierten en activos líquidos, bien sean en la forma de cuentas por cobrar o en forma de dinero efectivo, durante un determinado período corriente de operaciones. El cálculo del índice de rotación de inventarios relaciona el costo de ventas con el inventario promedio, esto debido a que los inventarios se registran al costo

# **ANALISIS Y PRESENTACION DE RESULTADOS.**

## **ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS**

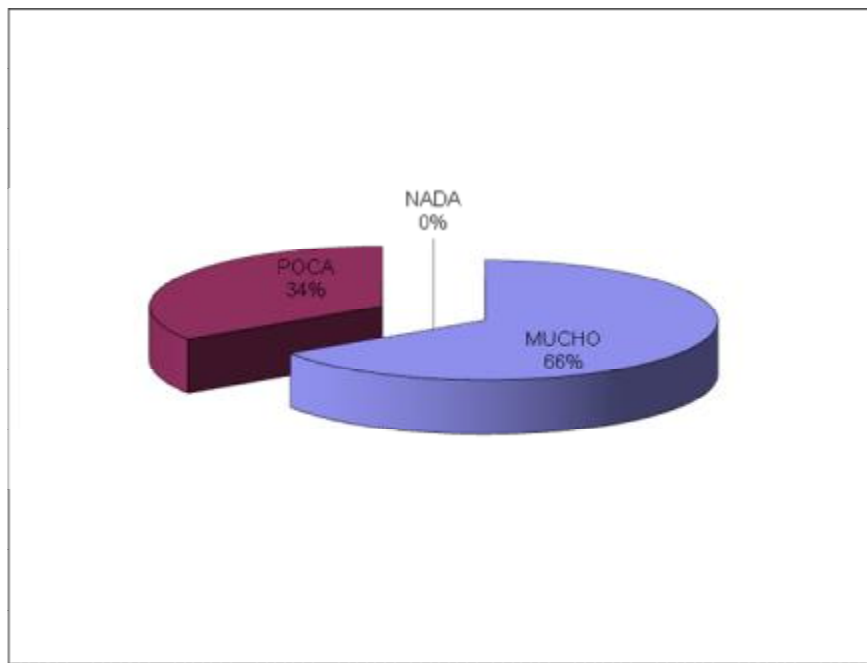
Una vez realizado la investigación y argumentos teóricos expuestos en el Marco Teórico, se procedió a tabular encuestas realizadas a las empresas turísticas de Manabí, y seguidamente a analizar e interpretar cada gráfico y cuadro estadísticos de acuerdo a los resultados de la encuesta.

### CUADRO N° 1

1.- Según su criterio, que importancia tiene la actividad turística en Manabí?

RESPUESTAS	F	%
MUCHO	23	65,71
POCA	12	34,28
NADA		
TOTAL	35	99,99

GRAFICO N° 1  
REPRESENTACION GRAFICA PORCENTUAL



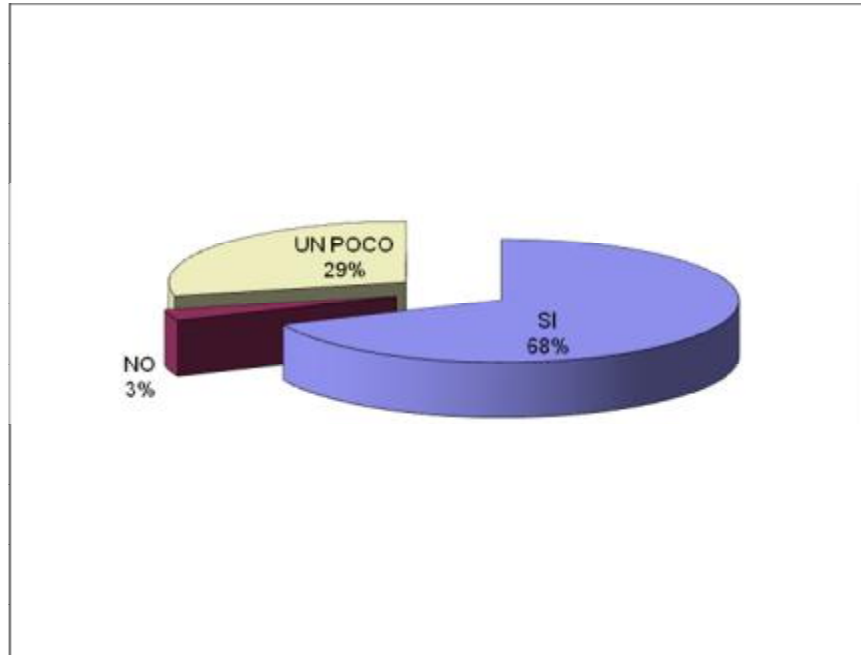
Fuente: Empresas Turísticas de Manabí  
Elaboración: Alumnas investigadoras

## CUADRO N° 2

Cree Ud. que la aplicación de a gerencia financiera influye en el desarrollo de las empresas turística

RESPUESTAS	F	%
SI	24	68,5
NO	1	2.8
UN POCO	10	28.5
TOTAL	35	99.8

GRAFICO N° 2  
REPRESENTACION GRAFICA PORCENTUAL



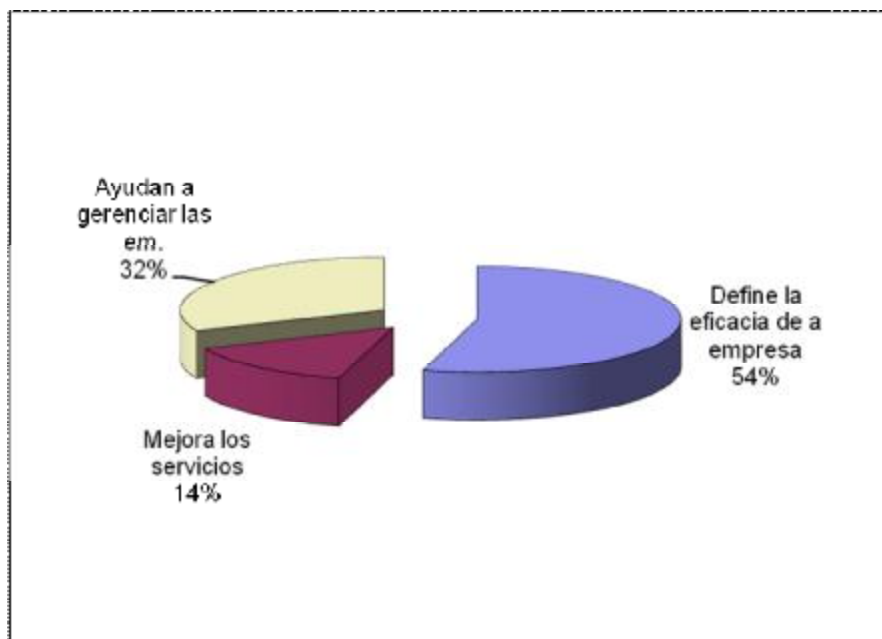
Fuente: Empresas Turísticas de Manabí  
Elaboración: Alumnas investigadoras

### CUADRO N° 3

Cual es la relación entre el turismo y la administración financiera.

RESPUESTAS	F	%
Define la eficacia de a empresa	19	54,2
Mejora los servicios	5	14,2
Ayudan a gerenciar las em.	11	31,4
TOTAL	35	99,8

GRAFICO N° 3  
REPRESENTACION GRAFICA PORCENTUAL



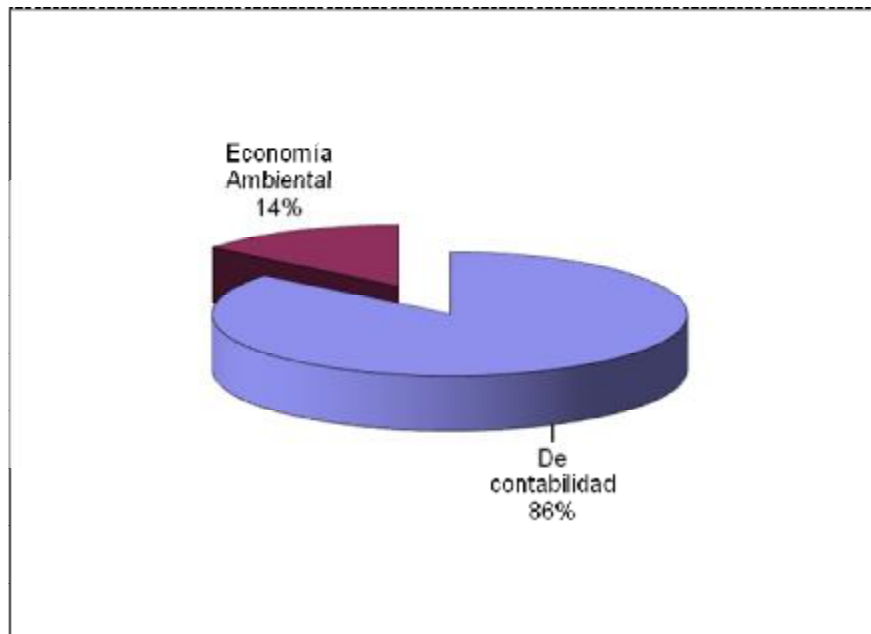
Fuente: Empresas Turísticas de Manabí  
Elaboración: Alumnas investigadoras

#### CUADRO N° 4

Qué técnicas aplica Ud. en su empresa turística

RESPUESTAS	F	%
De contabilidad	30	85.7
Economía Ambiental	5	14.2
TOTAL	35	99.99

GRAFICO N 4  
REPRESENTACION GRAFICA PORCENTUAL



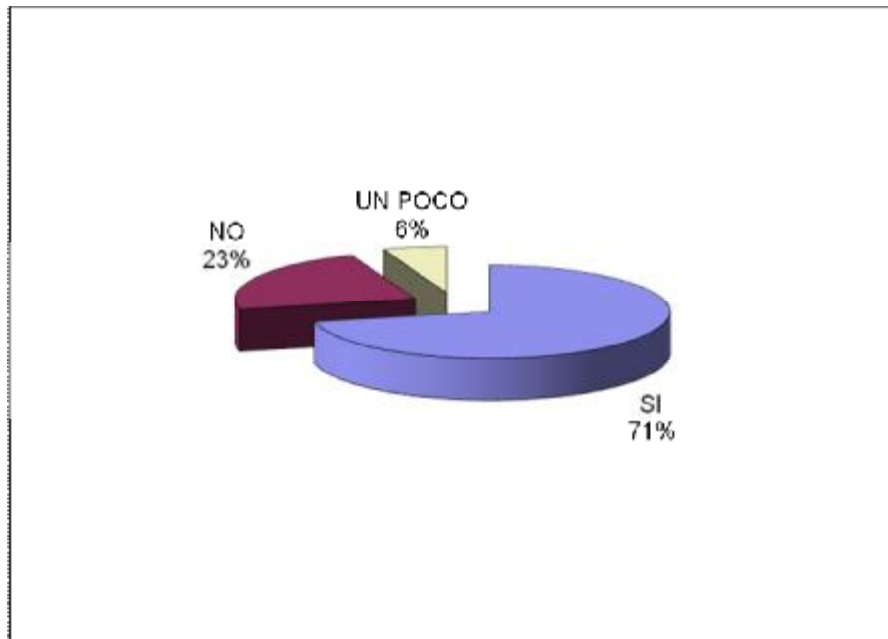
Fuente: Empresas Turísticas de Manabí  
Elaboración: Alumnas investigadoras

## CUADRO N° 5

Ud. cree que la Gerencia Financiera incidirá en el desarrollo de las empresas turísticas en Manabí.

RESPUESTAS	F	%
SI	25	71.4
NO	8	22.8
UN POCO	2	5.7
TOTAL	35	99.9

GRAFICO N° 5  
REPRESENTACION GRAFICA PORCENTUAL



Fuente: Empresas Turísticas de Manabí  
Elaboración: Alumnas investigadoras

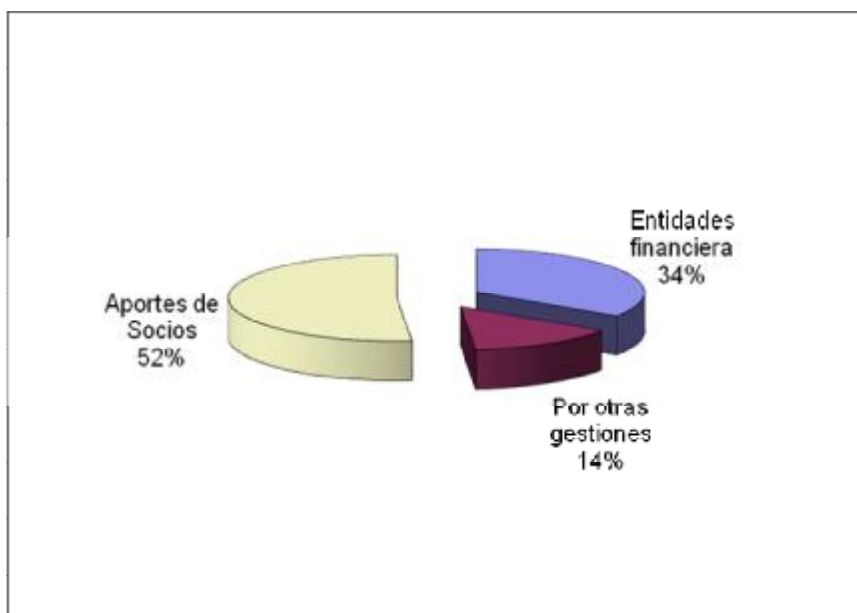


### CUADRO N° 6

Los fondos que necesita su empresa lo consigue mediante:

RESPUESTAS	F	%
Entidades financiera	12	34.2
Por otras gestiones	5	14.2
Aportes de Socios	18	51.4
TOTAL	35	99.8

GRAFICO N° 6  
REPRESENTACION GRAFICA PORCENTUAL



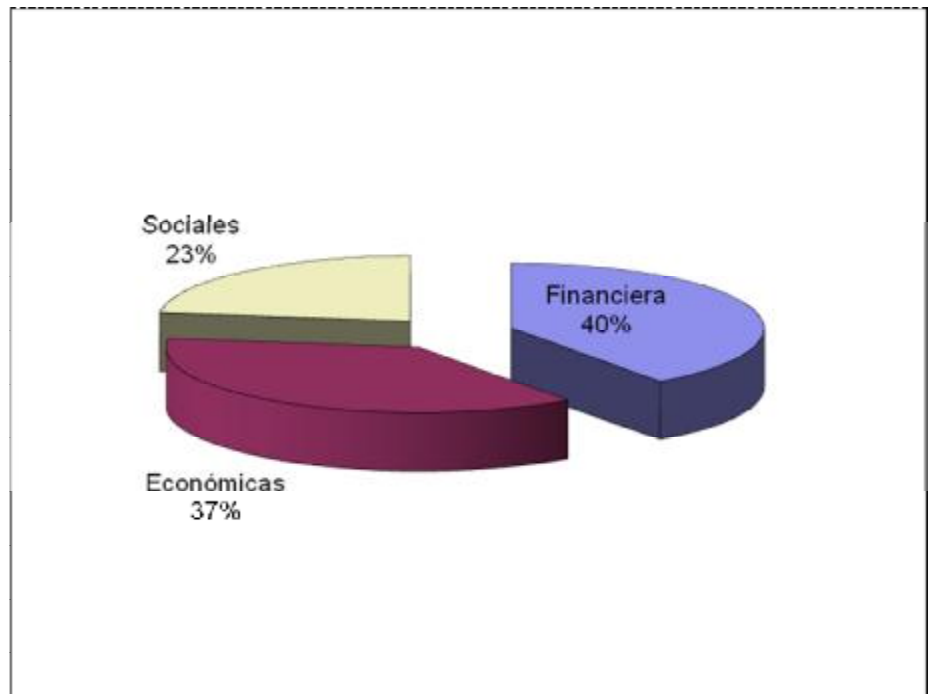
Fuente: Empresas Turísticas de Manabí  
Elaboración: Alumnas investigadoras

## CUADRO N° 7

Qué herramienta aplica en su empresa para competir en el sector turístico?

RESPUESTAS	F	%
Financiera	14	40
Económicas	13	37.1
Sociales	8	22.8
TOTAL	35	99.9

GRAFICO N° 7  
REPRESENTACION GRAFICA PORCENTUAL



Fuente: Empresas Turísticas de Manabí  
Elaboración: Alumnas investigadoras

## COMPROBACION DE OBJETIVOS Y VERIFICACION DE HIPOTESIS

Una vez que hemos elaborado el Marco Teórico y aplicado los diferentes instrumentos de medición estamos en condiciones de comprobar los objetivos y verificar la hipótesis planteada.

El objetivo general planteado fue: “Determinar la incidencia de la Gerencia Financiera en el desarrollo de las empresas turísticas de la provincia de Manabí durante el período 2002 - 2005. En este sentido, en todo el desarrollo de los diferentes temas del Marco Teórico, se estableció la incidencia positiva de la Gerencia Financiera en el desarrollo de las empresas turísticas; del mismo modo en la investigación de campo en el cuadro N°2 de la investigación realizada a los empresas turísticas, el 68.5% afirma que la gerencia financiera influye en el desarrollo de las empresas turísticas.

En lo que tiene que ver con el primer objetivo específico: “Análisis de la administración financiera en el circuito económico, se analizó en el Marco Teórico, de cómo el Análisis financiero aplicado al circuito económico: en las inversiones, bienes, servicios mejoran sustentablemente las empresas, volviéndolas mucho más efectivas y eficaces, cuyas consecuencias permite que en Manabí se tenga verdaderas empresas turísticas.

El segundo objetivo específico: “Determinar la relación entre el turismo y la administración financiera”. En este sentido en el cuadro y gráfico N° 3 El 54,2% de las empresa turísticas investigadas afirman que define la eficacia de la empresa; el 31.4% considera que ayudan a gerenciar las empresas, finalmente un 14.2% señala que mejoran los servicios.

En lo que tiene que ver con el tercer objetivo específico: “Establecer las técnicas de administración financiera del turismo en las empresas turísticas de la provincia de Manabí. En el cuadro y gráfico N° 4, el 85,7% de las

empresas turísticas afirman que utilizan la técnica de la contabilidad; el 14,2% señala que utiliza la economía ambiental.

En lo que tiene que ver con el cuarto y último objetivo específico: “Identificar el riesgo, costo de capital, la estructura financiera e inversiones turísticas en la provincia de Manabí durante el período 2002 – 2005.

En la elaboración del Marco Teórico, con los ejemplos citados en parte de análisis de las empresas de Manabí, quedó establecido que, cuando no existe una adecuada gerencia financiera las empresas turísticas no puede crecer y restar servicios eficaces.

## **COMPROBACION DE HIPOTESIS**

La hipótesis planteada fue la siguiente: “ La gerencia financiera incidirá en el desarrollo de las empresas turísticas de la provincia de Manabí”. La hipótesis es correcta, porque tanto la investigación teórica como la de campo así lo demuestran: en el cuadro y gráfico N° 2 de la investigación realizada a las empresas turísticas de la provincia de Manabí, el 68,5% así lo afirman; esto es respaldado por lo analizado en el Marco Teórico, donde también se demuestra que las empresas que tienen una adecuada gerencia financiera son las que sobreviven y alcanzan niveles de progreso.

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES:**

### **CONCLUSIONES**

.- La actividad turística en Manabí tienen gran importancia porque significa el ingreso de divisas y recursos económicos, lo cual mejora ambiente comercial de la provincia.

.- La aplicación de la gerencia financiera influye positivamente a las empresas turísticas de Manabí, porque permite que ésta adquieran niveles de competitividad y eficacia en la provincia y a nivel nacional.

.- La administración Financiera define la eficacia de la empresa turísticas moderna, de este modo queda establecido su vital importancia para este negocio.

.- La administración financiera ayudan gerenciar las empresas turísticas de Manabí, convirtiéndolos en negocios que generan ganancias y brindar servicios de calidad.

.- La empresas turísticas de Manabí, en su mayoría utilizan la contabilidad como técnica para administrar sus negocios.

.- Las empresas Turísticas de Manabí, funcionan con los recursos de sus propios miembros, pero también acuden, aunque en menor porcentaje, a las entidades financieras y crediticias.

## **RECOMENDACIONES:**

- Que los dueños y gerentes de las diferentes empresas turísticas de Manabí, socialicen por diferentes medios la importancia que tiene la actividad turística para el movimiento económico y social de la provincia.
- Que la Cámara de turismo organice talleres, charlas y eventos académicos donde se socialice las experiencias positivas de la aplicación de la Gerencia financiera a su administración.
- Que las empresas turísticas desarrollen una campaña propagandística, en el sentido de relieves lo beneficioso de la aplicación de la gerencia financiera en sus negocios.
- Que los empresarios turísticos soliciten a los organismos pertinentes que se habrán líneas de crédito en los Bancos e instituciones financieras, para que se pueda desarrollar como verdaderos entes de desarrollo de la provincia.

## **PROPUESTA: TALLER DE CAPACITACION SOBRE LA APLICACIÓN DE LA GERENCIA FINANCIERA EN LAS EMPRESAS TURISTICAS DE MANABI.**

### **JUSTIFICACION**

En el presente estudio desarrollado en las empresas turísticas de Manabí, demostró fehacientemente que la aplicación de la Gerencia Financiera de las empresas turísticas en Manabí, influyen en su calidad, administración y competitividad, sin embargo, todavía muchos de los directivos y/o dueños de las empresas, por diferentes razones, todavía no están aplicando los mecanismos, normas administrativas, organizacionales y evaluatorias gerenciales, para que el negocio del turismo adquiriera niveles empresariales para beneficio personal y social.

Por ello hemos organizado un taller de aplicación de la Gerencia Financiera Básica, dirigido a todos los dueños y gerentes de las empresas turísticas de Manabí para que manejen los elementos esenciales y puedan organizar sus presupuestos, realicen inversiones, mejoren su competitividad bajo el paradigma de una economía ambiental, que influya positivamente tanto en las ganancias como en el desarrollo social y humano.

Los beneficiarios de este taller de capacitación serán directamente los dueños y gerentes de las empresas, porque en unos casos actualizaran conocimientos y en otros conocerán los beneficios de proceder bajo la planificación financiera.

El taller es susceptible de realizarlo porque se cuenta con el apoyo de los directivos de las empresas, así como la disponibilidad de los empleados y personas que están relacionados con este negocio.

## **OBJETIVOS**

### **GENERAL**

Capacitar a los gerentes y/o dueños de las empresas turísticas de Manabí en la aplicación de la gerencia financiera en las empresas turísticas de Manabí.

### **ESPECIFICOS:**

- Concienciar sobre la necesidad de que las empresas turísticas apliquen la gerencia financiera en sus negocios.
- Dotar de elementos conceptuales, técnicos y presupuestarios que mejoren la actividad de las empresas turísticas.
- Socializar experiencias de las empresas que han aplicado la gerencia financiera en sus actividades turísticas.



## **ESTRATEGIAS**

- Entrega de diplomas de asistencia con el aval de la Cámara de Turismo de Manabí.
- Entrega de folletos y carpetas a todos los asistentes.
- Asistencia de delegados de la Universidad Técnicas de Manabí.
- Propagandización a través de los medios de comunicación de la provincia.

## **PROCEDIMIENTO**

- Conversación con los directivos de la Cámara de Turismo de Manabí a fin de motivar a que sus afiliados participen en el taller.
- Reunión de trabajo con el capacitador y las estudiantes investigadoras para diseñar el taller.
- Rueda de prensa con los Medios de Comunicación socializando la realización de Seminario.
- Organización de los materiales de apoyo y que serán entregados a los asistentes.

## **TEMARIO**

- Análisis financiero
- Contabilidad avanzada
- Administración
- Reingeniería
- Los nuevos paradigmas socioeconómicos.

## **LOGROS POR OBTENER**

- Asistencia del 80% de los empresarios
- Comprensión de un 80% de seminario