



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CARRERA DE FINANZAS

“PLANIFICACIÓN FINANCIERA PARA LA CÁMARA DE TURISMO DEL CANTÓN PATATE PROVINCIA DEL TUNGURAHUA, PERÍODO 2021 – 2025”

Trabajo de Titulación:

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

INGENIERO EN FINANZAS

AUTORA: LIZETH ALEXANDRA PARRA GUATO

DIRECTOR: Ing. Gino Geovany Merino Naranjo

Riobamba – Ecuador

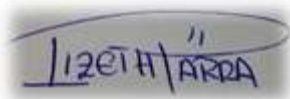
2021

©2021, Lizeth Alexandra Parra Guato

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho del Autor.

Yo, Lizeth Alexandra Parra Guato declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son legítimos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente, están debidamente citados y referenciados. Como autora, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, 12 de marzo de 2021

A handwritten signature in blue ink that reads "LIZETH PARRA". The signature is enclosed within a faint, hand-drawn oval shape.

Lizeth Alexandra Parra Guato

CI: 1805258439

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA DE FINANZAS

El tribunal del trabajo de titulación certifica que. El trabajo de titulación: Tipo: Proyecto de Investigación: **PLANIFICACIÓN FINANCIERA PARA LA CÁMARA DE TURISMO DEL CANTÓN PATATE PROVINCIA DE TUNGURAHUA, PERIODO 2021 – 2025**, realizado por la señorita. **LIZETH ALEXANDRA PARRA GUATO**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del trabajo de titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Ing. Ángel Eduardo Rodríguez Solarte PRESIDENTE DEL TRIBUNAL		25-03-2021
Ing. Gino Geovanny Merino Naranjo DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN		25-03-2021
Ing. Andrea del Pilar Ramírez Casco MIEMBRO DEL TRIBUNAL		25-03-2021

Agradecimiento

Deseo expresar mi agradecimiento a la Ing. Andrea Ramírez docente en la carrera de Ingeniería en Finanzas por la dedicación y apoyo que ha brindado para la realización del presente trabajo de investigación, gracias por su confianza, al Ing. Gino Merino por su orientación, consejos y conocimientos como docente y persona desde el día que empezó mi instancia en la facultad, sobretodo quiero agradecer a mi mejor amiga Katherin Monserrtah Cevallos, que siempre creyó en mí y su apoyo incondicional nunca me faltó durante mi vida académica y profesional.

Pero un trabajo de investigación es también el fruto del reconocimiento y el apoyo vital que nos ofrecen las personas que nos apoyan y estiman, sin el cual no tendría la fuerza y la energía para crecer personal y profesionalmente.

Es por ello que quiero agradecer al Señor del Terremoto por sus infinitas bendiciones, a mi mamá Martha Consuelo, mis hermanos Edgar y Génesis, a mis abuelitos Roberto y Teresa, mis tíos, primos y demás familiares porque gracias a su apoyo incondicional, supieron llenar mi vida de cariño y amor, aconsejándome para seguir superándome día a día, practicando valores y buenas costumbres que fueron inculcados desde niña hasta el día de hoy.

Gracias a Erick Jacob, por su amor y fortaleza en estos últimos años, sin duda es un pilar fundamental en mi vida, y es parte de mi presente y futuro.

Gracias a mis amigas Yadira, Soraida, Kelly, Lili. Indira, y Daya que de alguna u otra manera estuvieron a mi lado siendo un apoyo incondicional en todo momento.

A la Cámara de Turismo del cantón Patate, quienes me han otorgado las facilidades para poder realizar el presente trabajo de investigación, aplicando los conocimientos adquiridos en el proceso de formación profesional.

Gracias a todos.

Lizeth

Dedicatoria

El presente trabajo de investigación está dedicado con todo mi corazón a mi madre abnegada Martha Consuelo quien siempre ha estado a mi lado apoyándome para cumplir mis metas, siendo ejemplo de mujer valiente, de trabajo incansable, luchadora, y sostén de mis sueños e ilusiones. Te amo mamá.

Lizeth

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	x
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiii
ÍNDICE DE ANEXOS	xiv
RESUMEN.....	xv
ABSTRACT	xvi
INTRODUCCIÓN	17

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO.....	18
1.1 Antecedentes de investigación	18
1.2 Fundamentación teórica.....	19
1.2.1 Planificación Financiera.....	19
1.2.2 Etapas de la planificación financiera	21
1.2.3 Empresa	22
1.2.4 Características de una empresa	22
1.2.5 Clasificación.....	22
1.2.6 Contribuyentes	23
1.2.7 Tipos de contribuyentes	23
1.2.8 Concepto de Finanzas	23
1.2.9 Concepto de planificación financiera.....	24
1.2.10 Beneficios de la planeación financiera.....	24
1.2.11 Objetivos de una planificación financiera	24
1.2.12 Ventajas de la planeación financiera	24
1.2.13 Limitaciones de la planificación financiera	25
1.2.14 Gestión Financiera.....	25
1.1.1 Elementos básicos de la planeación financiera	26
1.2.15 Análisis Financiero	26
1.2.16 Estados financieros	26
1.2.17 Estados financieros básicos.....	26

1.2.18	<i>Estado de resultados</i>	26
1.2.19	<i>Análisis Vertical</i>	27
1.2.19.1	<i>Aplicación en el balance general</i>	28
1.2.19.2	<i>Aplicación en el estado de resultados</i>	28
1.2.20	<i>Análisis Horizontal</i>	28
1.2.20.1	<i>Importancia</i>	29
1.2.20.2	<i>Condiciones</i>	30
1.2.20.3	<i>Análisis de variaciones</i>	30
1.2.21	<i>Razones Financieras</i>	30
1.2.21.1	<i>Contabilidad</i>	34
1.2.22	<i>Proceso Administrativo</i>	35
1.2.23	<i>Turismo</i>	35
1.2.24	<i>Cámaras de Turismo Ecuador</i>	37
1.2.24.1	<i>Afectación al sector turístico por crisis sanitaria COVID-19</i>	38
CAPITULO II		40
2.	MARCO METODOLÓGICO	40
2.1	<i>Enfoque de investigación</i>	40
2.1.1	<i>Enfoque mixto</i>	40
2.2	<i>Nivel de Investigación</i>	40
2.2.1	<i>Nivel descriptivo</i>	40
2.3	<i>Diseño de investigación</i>	40
2.3.1	<i>Diseño no experimental</i>	40
2.4	<i>Tipo de estudio</i>	40
2.4.1	<i>Estudios exploratorios</i>	40
2.4.2	<i>Estudios descriptivos</i>	41
2.4.3	<i>Investigación Bibliográfica</i>	41
2.5	<i>Población y muestra</i>	41
2.5.1	<i>Población y muestra</i>	41
2.6	<i>Métodos, técnicas e instrumentos de investigación</i>	41
2.6.1	<i>Métodos</i>	41
2.6.2	<i>Técnicas</i>	42
2.6.3	<i>Instrumentos</i>	42
CAPITULO III		43
3.	MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	43
3.1	<i>Resultados y discusión de resultados</i>	43
3.1.1	<i>Análisis de resultados</i>	43
3.1.1.1	<i>Encuesta dirigida a los directivos</i>	43

3.1.2	<i>Encuesta a los socios</i>	51
3.2	<i>Propuesta</i>	58
3.2.1	<i>Título de la propuesta</i>	58
3.2.2	<i>Objetivo de la propuesta</i>	59
3.2.3	<i>Antecedentes de la organización</i>	59
3.2.4	<i>Reseña histórica de la organización</i>	59
3.2.5	<i>Filosofía Organizacional</i>	59
3.2.5.1	<i>Misión</i>	59
3.2.5.2	<i>Estructura Organización</i>	59
3.3	<i>Diagnostico Estratégico</i>	60
3.4	<i>Diagnostico Financiero</i>	62
3.4.1	<i>Estados Financieros</i>	62
3.4.2	<i>Análisis de indicadores financieros</i>	67
3.4.2.1	<i>Análisis de indicadores de liquidez</i>	68
3.4.2.2	<i>Indicadores de solvencia</i>	70
3.4.2.3	<i>Indicadores de gestión</i>	73
3.4.2.4	<i>Análisis de indicadores de rentabilidad</i>	75
3.5	<i>Formulación estratégica</i>	77
3.5.1	<i>Misión propuesta</i>	77
3.5.2	<i>Visión propuesta</i>	78
3.5.3	<i>Diseño de estrategias</i>	78
3.5.4	<i>Cuadro de control estratégico</i>	80
3.6	<i>Formulación financiera</i>	81
3.6.1	<i>Tasa de crecimiento sostenible</i>	81
3.6.2	<i>Estado de resultados proyectado</i>	81
4.	CONCLUSIONES	82
5.	RECOMENDACIONES	83

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-1: Razones Financieras.....	30
Tabla 2-2: Población de estudio	41
Tabla 3-3: Número y género de directivos por cargo	43
Tabla 4-3: Existencia de la filosofía organizacional.....	44
Tabla 5-3: Calificación de la gestión financiera	44
Tabla 6-3: Existencia de una planificación financiera	45
Tabla 7-3: Existe un control y análisis de los recursos financieros	46
Tabla 8-3: La asociación cuenta con estados financieros.....	46
Tabla 9 -3: Realización de estados financieros.....	47
Tabla 10-3: Análisis para la toma de decisiones.....	48
Tabla 11-3: Implementación de una planificación financiera	48
Tabla 12-3: Cómo considera la implementación de una planificación financiera.....	49
Tabla 13-3: Control para el correcto uso de los recursos financieros	50
Tabla 14-3: Socios Cámara de Turismo.....	51
Tabla 15-3: Conocimiento de la filosofía organizacional	51
Tabla 16-3: Existe una planificación financiera	52
Tabla 17-3: Control de ingresos y gastos	53
Tabla 18-3: Contribuyente especial	54
Tabla 19-3: Seguimiento a metas planificadas	54
Tabla 20-3: Situación financiera actual de la Cámara de Turismo	55
Tabla 21-3: Control correcto para el uso eficiente de los recursos financieros	56
Tabla 22-3: Reacción de la asociación ante las necesidades financieras	56
Tabla 23-3: Decisiones tomadas en base a una planificación financiera	57
Tabla 24-3: Necesidad de una planificación financiera	58
Tabla 25-3: Datos de la asociación	59
Tabla 26-3: Balance general Asadero Star	62
Tabla 27-3: Estado de resultados Asadero Star	63
Tabla 28-3: Balance general La Casta Restaurante	63
Tabla 29-3: Estado de resultados La Casta Restaurante.....	64
Tabla 30-3: Balance general Complejo Quinlata.....	65
Tabla 31-3: Estado de Resultados Complejo Quinlata.....	65
Tabla 32-3: Balance general Hotel Casa del Valle	66
Tabla 33-3: Estado de resultados Hotel Casa del Valle	67

Tabla 34-3: Indicadores de liquidez.....	68
Tabla 35-3: Indicadores de liquidez.....	68
Tabla 36-3: Indicadores de liquidez.....	69
Tabla 37-3: Indicadores de liquidez.....	69
Tabla 38-3: Indicadores de solvencia.....	70
Tabla 39-3: Indicadores de solvencia.....	71
Tabla 40-3: Indicadores de solvencia.....	71
Tabla 41-3: Indicadores de solvencia.....	72
Tabla 42-3: Indicadores de gestión.....	73
Tabla 43-3: Indicadores de gestión.....	73
Tabla 44-3: Indicadores de gestión.....	74
Tabla 45-3: Indicadores de gestión.....	74
Tabla 46-3: Indicadores de rentabilidad.....	75
Tabla 47-3: Indicadores de rentabilidad.....	76
Tabla 48-3: Indicadores de rentabilidad.....	76
Tabla 49-3: Indicadores de rentabilidad.....	77
Tabla 50-3: Diseño de estrategias.....	78
Tabla 51-3: Cuadro de control estratégico	80
Tabla 52-3: Estado de resultados proyectado	81

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-1: Importancia de una empresa.....	20
Figura 2-1: Planificación Financiera.....	21
Figura 3-3: Estructura organizacional.....	60

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafico 1-3: Directivos Cámara de Turismo por género.....	43
Grafico 2-3: Existencia de la filosofía organizacional.....	44
Grafico 3-3: Calificación de la gestión financiera.....	45
Grafico 4-3: Existe una planificación financiera.....	45
Grafico 5-3: Existencia de un control de recursos financieros.....	46
Grafico 6-3: La asociación cuenta con estados financieros.....	47
Grafico 7-3: Realización de estados financieros.....	47
Grafico 8-3: Análisis de estados financieros para la toma de decisiones.....	48
Grafico 9-3: Implementación de una planificación financiera.....	49
Grafico 10-3: Cómo considera la implementación de una planificación financiera.....	50
Grafico 11-3: Uso eficiente de los recursos financieros.....	50
Grafico 12-3: Socios Cámara de Turismo.....	51
Grafico 13-3: Conocimiento de la filosofía organizacional.....	52
Grafico 14-3: Existe una planificación financiera.....	53
Grafico 15-3: Fuente: Investigación de campo.....	53
Grafico 16-3: Contribuyente especial.....	54
Grafico 17-3: Seguimiento a las metas planificadas.....	55
Grafico 18-3: Situación financiera actual.....	55
Grafico 19-3: Control correcto para el uso eficiente de los recursos financieros.....	56
Grafico 20-3: Reacción de la asociación ante las necesidades financieras.....	57
Grafico 21-3: Decisiones tomadas en base a una planificación financiera.....	57
Grafico 22-3: Necesidad de una planificación financiera.....	58

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo A: MODELO DE ENCUESTA DIRIGIDA A SOCIOS

Anexo B: MODELO DE ENCUESTA DIRIGIDA A DIRECTIVOS

Anexo C: APLICACIÓN DE ENCUESTAS

RESUMEN

El presente trabajo, se enfoca en la realización de una planificación financiera, para mejorar el crecimiento económico de la Cámara de Turismo del cantón Patate, provincia de Tungurahua, periodo 2021 – 2024. La investigación se realizó mediante la aplicación de una encuesta a los directivos y socios de la Cámara. En donde se pudo determinar los principales hallazgos: la ausencia de un control de recursos financieros, la falta de un seguimiento a las metas planificadas, igualmente el total de la población estudiada manifestó la necesidad de contar con una planificación financiera para mejorar el crecimiento económico de la Cámara de Turismo. El diagnóstico financiero realizado a varios socios se determinó que tiene una buena liquidez corriente con el cual puede afrontar sus obligaciones a corto plazo, de la misma manera cuenta con una alta capacidad de endeudamiento, es decir las empresas cuentan con recursos óptimos. En base a los resultados obtenidos se realizó la propuesta, partiendo de un análisis de ratios financieros, posteriormente, la formulación estratégica en la cual se propuso la misión y visión organizacional, y la formulación financiera, en la cual se realizó la proyección del estado de resultados mediante la tasa de crecimiento sostenible de la asociación es el porcentaje en el cual va a aumentar sus ingresos sin solicitar dinero prestado a los directivos o socios, es decir incrementar el nivel de apalancamiento financiero. Se recomienda a la Cámara de Turismo que se realice capacitaciones constantes en temas financieros, administrativos y de contabilidad, de la misma manera proponer la aplicación de este trabajo propuesto ya que dota de una planificación financiera con un direccionamiento estratégico, que permita la visualización de acciones, el cumplimiento de estrategias y metas, el alcance de objetivos financieros y la mejora de su crecimiento económico.

Palabras clave: <PLANIFICACIÓN FINANCIERA>, <ANÁLISIS FINANCIERO>, <GESTIÓN FINANCIERA>, <ESTRATEGIAS FINANCIERAS>, <CULTURA FINANCIERA>, < PROCESOS ADMINISTRATIVOS>, <CRECIMIENTO ECONÓMICO>.



14-05-2021

1144-DBRA-UTP-2021

ABSTRACT

The present study focuses on the development of a financial plan to improve the economic growth of the Chamber of Tourism located in Patate, province of Tungurahua, period 2021 - 2024. The research was carried out by applying a survey to managers and members of the institution where the following findings could be determined: the absence of a control system about financial resources, the lack of a monitoring system on planned goals, also the total population studied expressed the need to implement a financial plan to improve the economic growth of the Chamber of Tourism. The financial diagnosis applied to several associates determined that the institution shows good current liquidity to face its short-term obligations. Moreover, the institution demonstrates a high debt capacity, which means that companies have optimal resources. Based on the results obtained, the proposal was developed, starting from an analysis of financial ratios, then the strategic formulation in which the organizational mission and vision were proposed, and the financial formulation, in which the projection of the income statement was made through the sustainable growth rate of the association on the percentage in which it will increase its income without borrowing money from managers or partners, that is, increase the level of financial leverage. The Chamber of Tourism is recommended to promote constant training on financial, administrative and accounting issues, and propose the application of this study as it provides financial planning with a strategic direction, which allows the visualization of actions, the fulfillment of strategies and goals, the achievement of financial objectives and the improvement of its economic growth.

Keywords: <FINANCIAL PLANNING>, <FINANCIAL ANALYSIS>, <FINANCIAL MANAGEMENT>, <FINANCIAL STRATEGIES>, <FINANCIAL CULTURE>, <ADMINISTRATIVE PROCESSES>, <ECONOMIC GROWTH>.

LUIS
FERNANDO
BARRIGA
FRAY



Firmado
digitalmente por
LUIS FERNANDO
BARRIGA FRAY
Fecha: 2021.05.14
14:55:18 -05'00'

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de titulación se trata sobre una Planificación Financiera a la Cámara de Turismo del cantón Patate provincia de Tungurahua periodo 2021 – 2025, con el propósito de aportar la toma de decisiones acertadas y oportunas, que permiten mejorar la rentabilidad y así lograr el crecimiento sostenible de la organización.

El presente trabajo de investigación, inicialmente se presente el planteamiento del problema, formulación y sistematización del problema, como también el objetivo general y específico, además de la justificación teórica, metodológica y práctica los mismos que se sustentan en el desarrollo de cada capítulo los cuales se describen a continuación.

Capítulo I: Hace mención al desarrollo de la investigación, mediante el marco de referencia, así mismo el sustento teórico de las variables, mediante el tratamiento de temáticas planteadas como: beneficios de la planificación financiera, gestión financiera, análisis financiero. A demás contiene el marco conceptual, y la idea a defender.

Capítulo II: Se muestra la metodología utilizada para el desarrollo de la investigación, que contiene el enfoque, diseño de la investigación, nivel y tipo de estudios. Así mismo la población, métodos, técnicas e instrumentos investigativos de la misma manera presenta el análisis e interpretación de los resultados.

Capítulo III: Está conformado el desarrollo de la propuesta, mediante un diagnostico financiero aplicando análisis de indicadores y diagnostico estratégico aplicando análisis FODA, finalmente se da a conocer las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes de investigación

Se ha desarrollado una investigación bibliográfica de los últimos 5 años en los repositorios de diversas universidades, con el propósito de establecer estudios similares que ayude como una herramienta guía para la ejecución del presente trabajo de titulación.

Tema: “EMPRENDEDORES 21 DE ABRIL” DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, AÑO 2017”.

Conclusión: Los resultados obtenidos luego del diagnóstico se encontró que la organización tiene cambios importantes en la situación financiera en los periodos estudiados, no se realiza una prevención y control de las finanzas y no se elabora una planificación de manera técnica, posteriormente se aplicó una matriz FODA, que fue eje central para el diseño de estrategias, las más relevantes es aprovechar el financiamiento externo para mejorar la maquinaria e instalaciones, un cuadro de mano integral y un cronograma de implantación de estrategias como herramientas de control, y un estudio financiero que determina las inversiones a realizar y los resultados que conlleva las mismas. (Visuete, 2019)

Tema: “PLANIFICACIÓN FINANCIERA Y SU INFLUENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA “TEXTILES INDUSTRIALES AMBATEÑOS” TEIMSA S.A, DEL PERÍODO 2015. ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO. RIOBAMBA”.

Conclusión: realizó su trabajo de titulación la investigación se desarrolla con la utilización de métodos y herramientas como datos históricos, expectativas futuras; además cuenta con los lineamientos del proceso de planificación financiera, la investigación se basa en la planificación financiera y como esta influye en la rentabilidad, proporcionando así al auspiciante los lineamientos bases para la distribución adecuada de sus recursos, sabiendo cuán importante es establecer adecuadamente proyecciones y análisis financiero que ayudaran a generar información eficaz para un mejor control de sus recursos económicos, financieros y tomar decisiones, permitiendo incrementar su rentabilidad por lo tanto este trabajo se convierte en un eslabón de cadena de mejoras. (Villacres, 2016)

Tema: “PLAN FINANCIERO PARA CONOCER LA VIABILIDAD ECONÓMICA EN EL CORTO PLAZO DE LA EMPRESA CONSTRUCTORA “AKCONSTRUCTIONS” DEL CANTÓN GUANO PROVINCIA DE CHIMBORAZO”

Conclusión: la presente investigación está direccionada a un plan financiero para conocer la viabilidad económica en el corto plazo de la empresa constructora “AkConstructions” del cantón Guano provincia de Chimborazo, para mejorar rentabilidad y aumentar la riqueza de la empresa de forma sostenida en el transcurso de los años, su estado a través de los ratios financieros como son los financieros como son los indicadores de rentabilidad, liquidez y endeudamiento; además se utilizó métodos de campo y el bibliográfico-documental lo que dio soporte a las encuestas en el área administrativa, al aplicar los métodos e instrumentos se encontró una liquidez momentánea, inconformidad de los propietarios, el lento crecimiento tanto en los clientes como en el volumen de ventas. Los aspectos que cuenta en el plan económico financiero serán los datos iniciales de la empresa, las inversiones, la financiación, los ingresos y gastos, mediante los resultados se obtuvieron los presupuestos proyectados a futuro demostrando la factibilidad y viabilidad económica de la constructora. (Paredes, 2017)

1.2 Fundamentación teórica

1.2.1 Planificación Financiera

Ha logrado direccionar la efectiva funcionalidad de procesos administrativos direccionados para garantizar la toma de decisiones basadas en el denominado el plan financiero concebido en el corto o largo plazo. Sin ligar a dudas el resultado de una decisión ejecutiva, amerita sustentarse en función de los avances que en materia de procesos financieros y contables han sido desarrollo de acuerdo con las potencialidades de los recursos humanos, así como de los activos materiales que dispone las empresas para desarrollar y consolidar el crecimiento financiero; así como lograr una ampliación de su mercado potencial; como también la ampliación de sus líneas de crecimiento

De acuerdo con lo expuesto la planificación financiera, contribuye de forma directa a lograr una activa participación en las decisiones orientadas hacia la minimización de costos, controles escritos de calidad, programas de pedidos o despachos, eficiencia administrativa, alta utilización de los recursos, productividad elevada y coordinación adecuada de las actividades administrativas. Asimismo, la conducción financiera, estará presente en las decisiones

Relacionadas con la diferenciación y búsqueda de mecanismos previstos para propiciar la conquista y la fidelización de la clientela. De igual manera, contribuye a estructurar diversas políticas en todos los campos donde esté presente el capital aportado por los inversionistas o suministrado por los demás sectores que apoyan la labor de las organizaciones, por lo que resulta de interés analizar las cinco etapas que fundamentan el proceso de la planificación financiera.

En el ámbito empresarial existen varias definiciones de autores sobre la planificación, las mismas que se exponen a continuación:

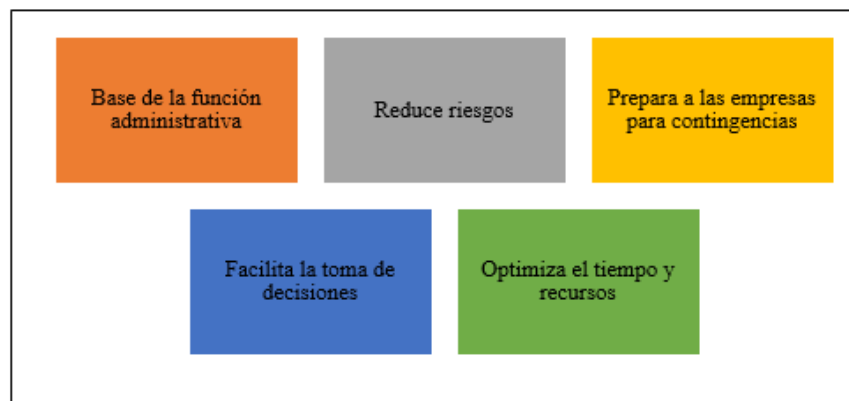
(Torres Hernández, 2015) considera a la planificación como una forma de divisar el futuro para poder prevenir los riesgos que pueden ocurrir

(Bernal & Sierra, 2017) es un proceso en la cual se fijan los objetivos, se establecen las estrategias y se determinan los programas para llevar a cabo las actividades, que permitan alcanzar lo planteado.

Fierro Hernández, 2015) es definir el escenario futuro deseado de una organización, y en función de esta determinar los mecanismos adecuados a seguir, con el fin de lograr lo propuesto. Con base en las definiciones expuestas, se deduce a la planificación, como un proceso en el cual se establece los objetivos que se desea lograr una organización, además definir las estrategias, programas, procedimientos adecuados, que permitan lograr los objetivos propuestos

Para (Fierro Hernández, 2015) la planificación, es importante para una empresa, debido a las siguientes razones:

Figura 1-1: Importancia de una empresa



Fuente: (Fierro Hernández, 2015)

Para definir la gestión financiera, partimos del concepto de finanzas, que según (Guerrero Reyes & Galindo Alvarado, 2015) definen a las finanzas, como la habilidad que posee una persona, para administrar el dinero, lo cual va desde la forma de obtención, hasta el uso eficiente del mismo, procurando en todo tiempo la maximización.

La gestión financiera comprende la administración de los recursos que tiene la empresa, dichas funciones, se asigna a una persona a la cual se lo conoce como gerente financiero, el cual es el responsable de manejar financieramente la empresa, manteniendo un control adecuado de los ingresos y los egresos en los que incurre la organización, buscando siempre la maximización y rentabilidad de estos recursos. (Soto G., Ramon G., Sarmiento Ch., & Mite , 2017)

Dentro de la gestión financiera, se distinguen dos niveles de actuación.

1. Gestión financiera a largo plazo (finanzas estructurales). Se encarga de las decisiones de inversión y financiamiento a largo plazo, y está encaminada a lograr los objetivos de riesgo, solvencia y rentabilidad.
2. Gestión financiera a corto plazo (finanzas operativas). Comprende el análisis de las decisiones de inversión y financiamiento a corto plazo, y está dirigida, esencialmente, por objetivos de liquidez y utilidades

1.2.2 Etapas de la planificación financiera

Para lograr la efectividad del proceso de planificación financiera cuyo impacto genera márgenes de estabilidad y confiabilidad de los diferentes sectores empresariales donde se establece se requiere que su concepción sea asumida de forma integral, por lo que se considera su viabilidad en el marco de la estrategia empresarial, sin embargo se quiere para su viabilidad ser estructurada de forma sistémica, por lo cual se plantean las cinco etapas fundamentales para su viabilidad: definición del objetivo, basado en los intereses de la empresa, análisis situación que trasciende la identificación del estado actual de la gestión, para lo cual se utilizan diferentes herramientas gerenciales que permiten identificar oportunidades y amenazas del sector para proceder con la definición de acciones estratégicas para su implementación, sin dejar de destacar la capacidad de concebir la evaluación y el control correspondiente

Figura 2-1: Planificación Financiera



Elaborado por: Parra, L. 2021

A partir de la fundamentación realizada a cada una de las etapas, se procede a complementar con los principales componentes conceptuales que rigen el referido proceso según se indican a partir

de la denominada: Estrategia financiera: mediante el cual se está inmersa las características fundamentales que la hacen relevante dentro del proceso de planificación financiera, pues considera los medios que se deben emplear para cumplirlos objetivos de la empresa y llegar al éxito organizacional en un mundo cambiante donde la incertidumbre se hace mayor cada día. Francés (2001) afirma que “la estrategia se refiere a la combinación de medios a emplear para alcanzar los objetivos en presencia de la incertidumbre”. Estas definiciones exponen la estrategia como el conjunto de acciones o guías que van a dirigir los objetivos para alcanzar las metas organizacionales. A través de esta se “potencian los recursos y capacidades empresariales y generar ventajas competitivas sostenibles en el tiempo para una organización”. Cerromatoso, (2014:65)

1.2.3 Empresa

Según él (Gobierno de Canarias, 2012) define que la empresa es una organización, de duración más o menos larga, cuyo objetivo es la consecución de un beneficio a través de la satisfacción de una necesidad de mercado. La satisfacción de las necesidades que plantea el mercado se concreta en el fortalecimiento de productos (empresa agrícola o sector primario, industrial o sector secundario, servicios o sector terciario), con la contraprestación de un precio.

1.2.4 Características de una empresa

Según el (Gobierno de Canarias, 2012) menciona desde varias perspectivas:

- Económica: La empresa se caracteriza como una entidad autónoma de producción de bienes o servicios, en la que se integran de forma coordinada diversos medios productivos (trabajo humano, elementos materiales e inmateriales), bajo la dirección del empresario.
- Jurídico: Puede definirse a la empresa como una unidad patrimonial autónoma y compleja, en la que se integra un conjunto organizado de bienes, derechos y obligaciones, bajo la titularidad y *dirección del empresario*.

1.2.5 Clasificación

Las empresas se clasifican considerando varios criterios

Por la actividad:

- Industriales: La actividad primordial de este tipo de empresas es la producción de bienes mediante la transformación de la materia o extracción de materias primas.
- Comerciales: Son intermediarias entre el productor y consumidor su función primordial es la compra venta de productos terminados con el objeto de comercializarlos y obtener una ganancia.
- Servicios: La actividad económica de este tipo de empresas es vender servicios o capacidad profesional, es decir productos intangibles.

Por el sector al que pertenecen

- Publicas: son empresas que pertenecen al Estado y se dedican a prestar servicios a la colectividad.
- Privadas: El capital de este tipo de empresas pertenecen a personas naturales o jurídicas del sector privado, la finalidad principal es obtener ganancias por la inversión realizada.
- Mixtas: El capital proviene de los aportes del sector privado y sector público.

Por el tamaño

- Pequeña: Es aquella que maneja escasos recursos económicos y humanos; su capital, número de trabajadores y sus ingresos son muy reducidos.
- Mediana: Aquella donde el capital, número de trabajadores y sus ingresos son muy limitados y muy regulares, el número de trabajadores es superior a 20 e inferior a 100.
- Grande: Su constitución se soporta en grandes cantidades de capital, un gran número de trabajadores que excede de 100, el personal que posee es especializado por departamentos.

1.2.6 Contribuyentes

En una empresa, negocio, organización u asociación simples o complejos, la contabilidad constituye un factor muy importante y de extrema importancia ya que en la mayor parte de las actividades depende del alto grado de exactitud, integridad y confiabilidad de los registros contables y sus resultados obtenidos al finalizar cada periodo contable, con la presentación de los Estados Financieros.

1.2.7 Tipos de contribuyentes

Según el (Servicio de Rentas Internas, s.f.) Los tipos de contribuyentes son:

- Personas Naturales

Son personas nacionales o extranjeras que realizan actividades económicas lícitas y pueden o no estar obligadas a llevar contabilidad

Obligadas a llevar contabilidad

Deben cumplir con al menos una de las siguientes condiciones:

- Que operen con un capital propio superior a los USD 60.000 (Al inicio de sus actividades económicas o al primero de enero de cada ejercicio impositivo
- Tengan ingresos brutos anuales de su actividad económica (del ejercicio fiscal inmediato anterior), superiores a USD 100.000
- Tengan costos y gastos anuales, de sus actividades empresariales (del ejercicio fiscal inmediato anterior), superiores a USD 80.000

1.2.8 Concepto de Finanzas

Según (Gitman, 2003) “Las finanzas se pueden definir como el arte y la ciencia de administrar el dinero, virtualmente todos los individuos y organizaciones ganan u obtienen dinero y lo gastan o

lo invierten. Las finanzas están relacionadas con el proceso, las instrucciones, los mercados y los instrumentos implicados en la transferencia de dinero entre individuos, empresas y gobiernos.”

1.2.9 Concepto de planificación financiera

Según (Ferrez, 2016) menciona que “Por planificación financiera se entiende la información cuantificada de los planes de la empresa que tienen incidencia en los recursos financieros, la metodología financiera se basa en elaborar documentos previsionales que transmitan los resultados de las acciones a emprender como consecuencia de la estrategia definida, y ello con el objetivo de evaluar anticipadamente las decisiones desarrolladas por la actividad de la empresa.”

Según (Castro A. M., 2015) menciona que “la planificación financiera influye en las operaciones de la empresa debido a que facilita rutas que guían, coordinan y controlan las acciones para lograr sus objetivos organizacionales, ya que existen dos aspectos claves del proceso de la planificación financiera son la planificación del efectivo y la planificación de las utilidades.”

1.2.10 Beneficios de la planeación financiera

Un plan financiero es importante porque

- Permite establecer y definir el monto de una inversión, previo a la puesta en marcha de una idea.
- La planeación financiera requiere de actividades como el análisis de los flujos financieros de una empresa
- Proporciona una idea a los inversionistas, dueños de empresas, mediante proyecciones, acerca del comportamiento de los ingresos y egresos de una propuesta de negocio.
- Facilita la toma de decisiones orientadas a la inversión o no en una determinada idea de negocio.
- Contribuye la realización de estrategias financieras que permitan gestionar efectivamente un negocio.

1.2.11 Objetivos de una planificación financiera

- Determinar la totalidad de inversiones que se requieran, previo a la puesta en marcha de una idea de negocio, ya sea para el desarrollo de una empresa que ya existe o para la creación de una nueva empresa.
- Proyectar ingresos y egresos futuros que se presupuesten a corto, mediano y largo plazo.
- Evaluar financieramente una idea de negocio, a través de criterios técnicos que permitan conocer si una idea de negocio es factible o no.
- Tomar decisiones de invertir o no en una determinada empresa, o idea de negocio.

1.2.12 Ventajas de la planeación financiera

- Obliga a la administración de una empresa a incluir las posibles desviaciones de dinero de la ruta que se establece la empresa.

- Realiza un diagnóstico de la situación actual, identificando las oportunidades, amenazas, fuerzas y desventajas, integra a todas las áreas de la empresa, se anticipa al futuro descubriendo escenarios de diversa índole, al desarrollar planes de acción para lo inesperado. Durante el proceso de la planeación se establece un control para verificar el cumplimiento de los objetivos financieros donde se pueden usar diversos indicadores de la medición del desempeño financiero. (Castro A. M., 2015)

1.2.13 Limitaciones de la planificación financiera

La planificación financiera, al igual que todo proceso, presenta beneficios múltiples, pero al mismo tiempo existen ciertas limitaciones o desventajas, que es bueno tomar en cuenta para no caer en este tipo de errores.

- Los directivos y autoridades de una empresa no dan importancia que merece este proceso.
- No ejecutar la planificación elaborada.
- No realizar un control permanente y efectivo de los resultados; pues es importante que exista una supervisión constante para conocer si la aplicación o ejecución de un plan financiero está logrando los resultados esperados.
- No entender que la planificación financiera forma parte del resto de funciones, actividades y tareas del proceso directivo de la institución. (Monica Aguirre, 2020)

1.2.14 Gestión Financiera

Según (Padilla, 2017) menciona que “Es un proceso que involucra los ingresos y egresos atribuibles a la realización del manejo racional del dinero en las organizaciones y en consecuencia, la rentabilidad financiera generada por el mismo, esto nos permite definir el objetivo básico de la gestión financiera desde dos elementos: la generación de recursos o ingresos, incluyendo los aportados por los asociados; y en segundo lugar, la eficiencia y eficacia o esfuerzos y exigencias en el control de los recursos financieros, para obtener niveles aceptables y satisfactorios en su manejo.

La gestión financiera está relacionada con la toma de decisiones relativas a:

- La definición de los requerimientos de recursos financieros, que incluye el planteamiento de las necesidades, descripción de los recursos disponibles, previsión de los recursos liberados y cálculo de las necesidades de financiación externa.
- La obtención de la financiación más conveniente, desde el punto de vista de costos, plazos, aspectos fiscales y estructura financiera de la organización.
- La adecuada utilización de los recursos financieros en términos de equilibrio, eficiencia y rentabilidad.
- El estudio de la información financiera para conocer la situación financiera de la organización”.

1.1.1 Elementos básicos de la planeación financiera

Los elementos de la planeación determinan los pasos que se debe tomar en cuenta al momento de realizar una planeación:

- **Objetivo:** Es uno de los puntos de partida o inicio de la planeación, saber a dónde se quiere llegar.
- **Plan:** Actividades que se pone en marcha o se realiza con el fin de alcanzar cada uno de los objetivos
- **Toma de decisiones:** Manejo adecuado de las actividades.
- **Previsión:** Proyecciones a futuro

1.2.15 Análisis Financiero

Según (Toro, 2015) menciona que “el análisis financiero es un proceso de recopilación, interpretación y comparación de datos cualitativos y cuantitativos, y de hechos históricos y actuales de una empresa. Su propósito es el obtener un diagnóstico sobre el estado real de la compañía, permitiéndole con ello una adecuada toma de decisión.”

1.2.16 Estados financieros

Son una representación financiera estructurada de la posición financiera y de las transacciones llevadas a cabo por una empresa, mucha de la información acerca de la empresa está en la forma de estados financieros.- Los estados financieros (Balance General, estado de resultados y estado de flujo de efectivo) se preparan de acuerdo con las reglas y normas establecidas por la contabilidad. (Toro, 2015)

1.2.17 Estados financieros básicos

Balance general o Estado de resultados

Según (Gaitan, 2017) menciona que generalmente una entidad debe presentar el estado de situación financiera, clasificando en activos (corriente y no corriente) pasivos y patrimonio, una presentación del financiera clasificada por orden de liquidez es aceptable cuando provee información más relevante y confiable, como en las instituciones financieras.

Mientras tanto según (Fuentes, 2017) el estado de situación financiera también llamado estado de posición financiera o balance general, que muestra información relativa a una fecha determinada sobre los recursos y obligaciones financieros de la entidad; por consiguiente, los activos en orden de su disponibilidad, revelando sus restricciones; los pasivos atendiendo a su exigibilidad, revelando sus riesgos financieros; así como, el capital contable o patrimonio contable a dicha fecha.

1.2.18 Estado de resultados

De la misma manera (Fuentes, 2017) menciona que el estado de resultados integral (presentado en uno o en dos estados de acuerdo a la NIFF B-3), para entidades lucrativas o, en su caso, de actividades, para entidades con propósitos no lucrativos, que muestra la información relativa al resultado de sus operaciones en un periodo y, por ende, de los ingresos, gastos; así como, de la utilidad (perdida) neta o cambio neto en el patrimonio contable resultante en el periodo.

1.2.19 Análisis Vertical

Según (Martínez, 2015) menciona que el análisis vertical consiste en determinar la participación de cada una de las cuentas del estado financiero, con referencia sobre el total de los activos o total de los pasivos y patrimonio para el balance general, sobre el total de ventas para el estado de resultados.

Según (Bogdanski, 2016) menciona que “el método de análisis vertical consiste en expresar en porcentajes las cifras de un estado financiero, este tipo de análisis se aplica generalmente al balance general y al estado de resultados, y se le conoce también como análisis de porcentos integrales.”

Permite el análisis financiero de las siguientes apreciaciones objetivas:

- Visión panorámica de la estructura del estado financiero.
- Muestra la relevancia de cuentas o grupo de cuentas dentro del estado, si el analista, lector o asesor conoce bien la empresa, puede mostrar las relaciones de inversión y financiamiento entre activos y pasivo que ha generado las decisiones financieras.
- Evalúa las decisiones gerenciales, que han operado esos cambios, los cuales se pueden comprobar más tarde con el estudio de los estados.
- Permiten plantear nuevas políticas de racionalización de costos, gastos y precios como también financiamiento.
- Permite seleccionar la estructura óptima sobre la cual existe la mayor rentabilidad y que sirva como medio de control para obtener la máxima rentabilidad. (Bogdanski, 2016)

Sin embargo, la aplicación de este método se puede hacer también en otros estados financieros, debe aplicarse siempre en varios ejercicios con el fin de evaluar el comportamiento de las diferentes cuentas en cada uno de los periodos y es de gran utilidad para la toma de decisiones en la empresa.

Las normas para evaluar deben ser las mismas para los estados financieros que se presentan, que sean congruentes con el estudio y que se persigue, es importante presentar en forma comparativa los estados financieros y que además pertenezcan a la misma entidad.

Cuando se comparan diferentes periodos se debe cuidar que el número de periodos a considerar sean pertinentes y nos den una idea clara del comportamiento de las cuentas; en general debemos considerar al menos tres periodos diferentes.

Cuando aplicamos el método de análisis vertical o de porcentos integrales, representamos un estado financiero en términos porcentuales en relación con una base determinada; por ejemplo, si lo aplicamos al balance general, indica la porción en que se encuentran invertidos, en cada clase de activo, los recursos totales de la empresa, así como la proporción en que están financiados, tanto por los acreedores como por los accionistas de la misma.

En este caso, la base son los recursos totales de la empresa, es todo lo que la empresa posee y esto está representado en los activos totales, de tal forma que la base que usaríamos sería el activo total.

1.2.19.1 Aplicación en el balance general

Se puede observar que el porcentaje del activo total representa el activo circulante, o dicho de otra manera que porcentaje de los recursos totales de una empresa están invertidos en activos circulantes

Con el método del análisis vertical aplicado al balance general siempre se debe empezar a partir de las siguientes bases:

- Asignar el 100% al activo total
- Asignar el 100% a la suma del pasivo y el capital contable
- Cada una de las partidas del activo, pasivo y capital deben representar una fracción de los totales del 100%

1.2.19.2 Aplicación en el estado de resultados

Muestra el porcentaje de participación de las diversas partidas de costos y gastos, así como el porcentaje que representa la utilidad obtenida respecto a las ventas totales, que representa la mayoría de los ingresos totales de una empresa. (Bogdanski, 2016)

Importante

Hay que recordar que cuando se presenta el estado de resultados siempre tiene que ser a partir de las ventas, por lo cual cuando aplicamos este tipo de análisis en el estado de resultados siempre hay que tomar como base las ventas netas, de ahí el porcentaje que se obtiene de cada una de las partidas del estado financiero, representará la porción de cada partida en relación con las ventas de la empresa, este tipo de análisis es muy representativo ya que cuando se realiza el estado de resultados ya tenemos una idea muy clara del comportamiento de los gastos, sobre todo de los gastos variables y el costo de venta.

1.2.20 Análisis Horizontal

Según el (Martinez, 2015) “menciona el análisis horizontal permite comparar cuentas de estados financieros de varios periodos contables, permitiendo calificar la gestión de un periodo respecto a otro mostrando sus incrementos de las cuentas de los estados financieros comparativos.”

Consiste en comparar estados financieros homogéneos en periodos consecutivos, con éste podemos observar si los resultados financieros de una empresa han sido positivos o negativos y también a identificar si los cambios que se han presentado merecen o no importancia para poder darles atención pertinente. (Bogdanski, 2016)

Según (Bogdanski, 2016) el análisis horizontal muestra los siguientes resultados:

- Analiza el crecimiento o disminución de cada cuenta o grupo de cuentas de un estado financiero de un periodo de tiempo.
- Sirve de base para el análisis mediante fuentes y usos del efecto de capital de trabajo en la elaboración del estado de cambios en la situación en la situación financiera

- En términos conceptuales, halla el crecimiento simple o ponderado de cada cuenta o grupo de cuentas, que se conoce como la tendencia generalizada de las cuentas sin pretender ser ideal,
- Muestra los resultados de una gestión porque las decisiones se ven reflejadas en los cambios de las cuentas

1.2.20.1 Importancia

El análisis horizontal nos ayuda a identificar el comportamiento de las diferentes cuentas o partidas que se presentan en los estados financieros. Es también conocido con el nombre de análisis de tendencias, ya que nos indican la tendencia que llevan las diferentes cuentas de los estados financieros que se están evaluando o analizando, en los diferentes periodos de tiempo. Nos sirve como herramienta para determinar el crecimiento o decrecimiento de las diferentes partidas, con el fin de tener una pauta para la toma de decisiones.

Aplicación

Se deben aplicar siempre en periodos de tiempos similares, de diferentes años, ya sean de estados financieros, anuales, trimestrales o mensuales y deben compararse siempre al menos tres periodos diferentes, con el fin de que sirva de pauta en la toma de decisiones para hacer predicciones del comportamiento financiero de una empresa, tomando como base la tendencia de las cuentas que se analicen.

Los resultados de este análisis se presentan, al igual que en el análisis vertical, en forma porcentual. Sin embargo, a diferencia del anterior, este nos indica un crecimiento en relación al periodo o, en su defecto un decrecimiento; por ello, no se puede aplicar en un solo periodo de tiempo, siempre debemos aplicarlo teniendo los resultados de diferentes periodos de tiempo, como por ejemplo los estados financieros de años diferentes.

Por medio de este se puede estudiar el comportamiento de una partida en particular e identificar por medio de otro tipo de análisis (causas externas o internas) los orígenes de estas variaciones, como ejemplo podemos identificar los cambios de las ventas netas en diferentes periodos de tiempo y analizar las causas que originaron estos cambios, como la situación económica del país o de la localidad en donde se desenvuelven la empresa objeto de estudio, para así poder proponer acciones correctivas para el futuro de la misma o tomar decisiones en cuanto a que productos sacar del mercado o, viceversa, la introducción de nuevos productos.

Para obtener los indicadores (porcentajes de crecimiento o descenso) de las diferentes cuentas o partidas de análisis horizontal basta con dividir la cifra de cada cuenta del año más reciente, entre si reciproca del año anterior y restarle. (Bogdanski, 2016)

1.2.20.2 Condiciones

- Seleccionar un año base en el cual los resultados no fueron ni buenos ni muy malos en efecto, no es conveniente elegir un año pésimo para la empresa, pues en comparación cualquier periodo aparecería como muy bueno, lo que distorsionaría el análisis de la gestión empresarial.
- Los periodos seleccionados deben ser similares con el fin de considerar la estacionalidad, lo razonable es comparar trimestre a trimestre, año a año, como se considere en realizar el análisis.

1.2.20.3 Análisis de variaciones

Según (Martínez, 2015) muestra los siguientes análisis de variaciones y de tendencia.

- Constata la variación del monto de una cuenta de un periodo a otro

1.2.21 Razones Financieras

Las razones financieras son la comparación de dos o más cuentas de los estados financieros con el fin de analizar la información presente en éstos, este análisis busca proporcionar indicios y destacar hechos o tendencias que sin la aplicación de un buen análisis hubiesen quedado ocultos. (Hernández, 2014)

Mientras que para el autor (González, 2013) Las razones financieras son índices utilizados en el mundo de las finanzas para medir o cuantificar la realidad económica y financiera de una empresa, teniendo como base los estados financieros que presenta la organización.

De este modo las razones financieras en el mundo empresarial son de suma importancia e indispensables para determinar si una empresa puede hacer frente a sus obligaciones financieras a corto y largo plazo, a través de un diagnóstico financiero que permite conocer la situación actual de la empresa para poder realizar inversiones u optar por un crédito por parte de una IFIS

Los indicadores son entonces uno de los métodos más utilizados debido a que tiene la capacidad de poder medir la eficacia y el comportamiento que tiene una empresa, y además ayudan a realizar una adecuada evaluación de la condición financiera, desempeño, tendencias y variaciones en las principales cuentas de una empresa. (Langarica, 2019)

Las razones financieras según la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, son las siguientes:

Tabla 1-1: Razones Financieras

Indicador	Descripción	Fórmula
1. LIQUIDEZ		

1.1 Liquidez Corriente	Muestra la capacidad de las empresas para hacer frente a sus vencimientos de corto plazo, estando influenciada por la composición del activo circulante y las deudas a corto plazo.	$\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$
-------------------------------	---	---

1.2 Prueba ácida	Verifica la capacidad de la empresa para cancelar sus obligaciones corrientes, pro sin depender de la venta de sus existencias.	$\frac{\text{Activo Corriente} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivo Corriente}}$
1.3 Capital de trabajo	Aquello recursos que requiere la empresa para poder operar.	$\text{Activo Corriente} - \text{Pasivo corriente}$

2. SOLVENCIA

2.1 Endeudamiento del activo	Determina el nivel de autonomía financiera. Cuando el índice es elevado indica que la empresa depende mucho de sus acreedores y que dispone de una limitada capacidad de endeudamiento.	$\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}}$
2.2 Endeudamiento Patrimonial	Mide el grado de compromiso del patrimonio para con los acreedores de la empresa	$\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Patrimonio}}$

2.3 Endeudamiento del Activo Fijo	Indica la cantidad de unidades monetarias que se tiene de	
--	---	--

	patrimonio por cada unidad invertida en activos fijos.	$\frac{\text{Patrimonio}}{\text{Activo Fijo Neto Tangible}}$
2.4 Apalancamiento	Determina el grado de apoyo de los recursos internos de la empresa sobre recursos de terceros	$\frac{\text{Activo Total}}{\text{Patrimonio}}$
2.5 Apalancamiento Financiero	Indica las ventajas o desventajas del endeudamiento con terceros y como este contribuye a la rentabilidad del negocio.	$\frac{\frac{\text{Utilidad antes de impuestos}}{\text{Patrimonio}}}{\frac{\text{Utilidad antes de impuestos e Intereses}}{\text{Activo Total}}}$
3. GESTIÓN		
3.1 Rotación de Cartera	Muestra el número de veces que las cuentas por cobrar giran, en promedio, de un periodo determinado, generalmente un año	$\frac{\text{Ventas}}{\text{Cuentas por Cobrar}}$

3.2 Rotación del Activo Fijo	Indica la cantidad de unidades monetarias vendidas por cada unidad monetaria invertida en activos inmovilizados.	$\frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Fijo Neto Tangible}}$
3.3 Periodo Medio de Cobranza	Permite apreciar el grado de liquidez (en días) de las cuentas y documentos por cobrar.	$\frac{\text{Cuentas y documentos por cobrar} \times 360}{\text{Ventas}}$
3.4 Periodo medio de pago	Indica el número de días que la empresa tarda en cubrir sus obligaciones de inventarios.	$\frac{\text{Cuentas y documentos por pagar} \times 360}{\text{Inventarios}}$

<p>3.5 Impacto de gastos administrativos y ventas</p>	<p>Podría disminuir las posibilidades de fortalecer su patrimonio y la distribución de utilidades, con lo cual las expectativas de crecimiento serían escasas.</p>	$\frac{\text{Gastos admin. y ventas}}{\text{Ventas}}$
<p>3.6 Impacto de la carga financiera</p>	<p>Indica el porcentaje que representan los gastos financieros con respecto a las ventas o ingresos de operación del mismo periodo.</p>	$\frac{\text{Gastos Financieros}}{\text{Ventas}}$

<p>4. INDICADORES DE RENTABILIDAD</p>		
<p>4.1 Rentabilidad neta del activo (Dupont)</p>	<p>Muestra la capacidad del activo para producir utilidades, independiente de la forma como haya sido financiado, ya sea con deuda o patrimonio.</p>	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}} \times \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Total}}$
<p>4.2 Margen Bruto</p>	<p>Permite conocer la rentabilidad de las ventas frente al costo de ventas y la capacidad de la empresa para cubrir los gastos operativos y generar utilidades antes de deducciones e impuestos.</p>	$\frac{\text{Ventas} - \text{Costo de ventas}}{\text{Ventas}}$
<p>4.3 Margen Operacional</p>	<p>La utilidad operacional está influenciada no solo por el costo de las ventas, sino también por los gastos operacionales, de administración y de ventas.</p>	$\frac{\text{Utilidad Operacional}}{\text{Ventas}}$

4.4 Rentabilidad neta de ventas (Margen Neto)	Los indicios de rentabilidad de ventas muestran la utilidad de la empresa por cada unidad de venta.	$\frac{\textit{Utilidad Neta}}{\textit{Ventas}}$
4.5 Rentabilidad Operacional del Patrimonio	Permite identificar la rentabilidad que les ofrece a los socios o accionistas el capital invertido en la empresa.	$\frac{\textit{Utilidad Operacional}}{\textit{Patrimonio}}$
4.6 Rentabilidad Financiera	Constituye en un indicador sumamente importante, ya que mide el beneficio neto generado en la relación a la inversión de los propietarios de la empresa.	$\frac{\textit{Utilidad Neta}}{\textit{Patrimonio}}$

Fuente: Superintendencia de compañías, 2019

Elaborado: Parra, L. 2021

1.2.21.1 Contabilidad

- Definiciones

Según (Rodríguez, 2015) define a la contabilidad como una técnica que se utiliza para registrar todos los acontecimientos económicos producidos en una empresa, de manera sistemática y en orden cronológico expresado en términos monetarios, para controlar sus recursos y consecuentemente, informar adecuadamente a sus diferentes interesados, cuya finalidad es facilitar la toma de decisiones.

Mientras tanto (Cevallos, Davila, & Mantilla, 2015) la contabilidad es la ciencia y técnica que se basa en principios y procedimientos generalmente aceptados, permitiendo analizar, registra, informar, interpretar y controlar las operaciones que se llevan a cabo en una empresa, en un periodo determinado.

- Importancia de la contabilidad

Es importante porque se basa en registros que proporcionan información que es de gran ayuda para las empresa, organizaciones y asociaciones, proporcionando datos financieros que permiten planificar el futuro financieramente de la empresa, además que controla sus operaciones.

- Objetivos Fundamentales de la contabilidad

Según (Rodríguez, 2015) los Objetivos Fundamentales de la contabilidad son los siguientes:

- Promover la eficiencia administrativa
- Evaluación de políticas internas

- Desarrollar planes de acción y protección de sus resultados
- Evaluar la aplicación de los controles administrativos previamente establecidos.
- Determinación de precios de bienes y servicios, para establecer precios de ventas adecuados
- Evaluar el control interno con miras a salvaguardar y proteger sus recursos
- Evaluar la situación económica y los resultados operacionales

1.2.22 Proceso Administrativo

Se le conoce como proceso administrativo ya que dentro de las organizaciones se sistematiza, una serie de actividades importantes para cumplir con los objetivos, seguidamente se limitan los recursos necesarios, se coordinan actividades y se cumplen con las metas.

Según (Ricalde, 2015) cada una de ella implica:

Planeación: consiste en determinar los objetivos y cursos de acción; en ella se determinan:

- Las metas de la organización
- Las mejores estrategias para lograr los objetivos
- Las estrategias para llegar a las metas planteadas

Organización: consiste en distribuir el trabajo entre el grupo, para establecer y reconocer las relaciones y la autoridad necesarias, implica:

- El diseño de tareas y puestos
- Designar a las personas idóneas para ocupar los puestos
- La estructura de la organización
- Los métodos y procedimientos que se emplearan

Dirección: consiste en conducir el talento y el esfuerzo de los demás para lograr los resultados esperados, implica:

- Determinar cómo se dirigirá el talento de las personas
- Determinar el estilo de dirección adecuado
- Orientar a las personas al cambio

Control: consiste en la revisión de lo planeado y logrado; implica determinar:

- Las actividades que necesitan ser controladas
- Los medios de control que se emplearan

1.2.23 Turismo

Según la (Ley de Turismo, 2014) en su artículo 2 menciona sobre el turismo lo siguiente: “Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.” (pág.1)

Principio de la actividad turística

La (Ley de Turismo, 2014) en su artículo 3 detalla los principios del turismo lo siguiente:

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector, con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,
- e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la presentación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos. (pág.1)

El contribución de los servicios turísticos privados son de mucha importancia y fundamentales para la generación de empleos, ya que contribuye al desarrollo turístico local y nacional, incluyendo la intervención y participación de las etnias ecuatorianas.

Objetivos del Sector Turístico

Según la (Ley de Turismo, 2014) en el artículo 4 señala que se deben conseguir los siguientes objetivos:

- a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;
- b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;
- c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;
- d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;
- e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;
- f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,
- g) Fomentar e incentivar el turismo interno. (pág. 2)

La potencialización de las actividades turísticas se debe manejar mediante autogestión o iniciativa privada, haciendo que la actividad turística sea más competitiva permitiendo .bj f así que el turista se sienta seguro.

Actividades del turismo

La (Ley de Turismo, 2014) Considera la siguiente:

Art. 5.- Se consideran actividades turísticas desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a) Alojamiento;
 - b) Servicio de alimentos y bebidas;
 - c) Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
 - d) Operación , cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
 - e) La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
 - f) Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.
- (pág. 2)

1.2.24 Cámaras de Turismo Ecuador

La actividad turística en el Ecuador contribuye al desarrollo social y económico, apoyado en la voluntad de la función legislativa para apoyar, privilegiar y desarrollar las actividades turísticas, con el afán de contribuir al sector privado del país, se emite la Ley de Cámaras Provinciales del Turismo y su Federación.

De acuerdo con la (Ley de Cámaras de Turismo y su Federación Nacional, 2002) señala sobre su personería, domicilio y fines, en el Artículo 1 lo siguiente:

Art. 1.- En cada provincia se constituirá una Cámara de Turismo cuyo domicilio será la capital provincial. Las Cámaras de Turismo serán personas jurídicas de derecho privado, gozaran de autonomía, serán representados por su presidente y se regirán por esta Ley, sus Estatutos y reglamentos internos.

En aquellos cantones que cuenten con vocación turística podrán constituirse Capítulos Cantonales, los que formaran parte de la respectiva cámara provincial de Turismo, para lo cual se cumplirá con lo previsto en el artículo 6 de esta Ley.

Las Cámaras de Turismo serán entidades sin fines de lucro y quedan prohibidas de realizar actividades políticas o religiosas. (pág. 1)

Las Cámaras de Turismo serán a nivel provincial con personería jurídica, los cantones que por formar parte de la misma se anexaran como capítulos, estas entidades serán sin fines de lucro y no deben estar inmersamente en actividades políticas y/o religiosas.

Administración de las cámaras de turismo

Según la (Ley de Cámaras de Turismo y su Federación Nacional, 2002) sobre la administración de las Cámaras de Turismo menciona:

Art. 6.- Para constituir la Cámara Provincial de Turismo se requerirá por lo menos de veinte personas naturales o jurídicas, dedicadas al ejercicio de las actividades turísticas señaladas en el artículo 4 de esta Ley.

En el caso de no existir el número indicado en el inciso anterior, las personas naturales o jurídicas deberán afiliarse a la Cámara Provincial de Turismo ms cercana del lugar de ubicación de su empresa o establecimiento.

En los cantones con vocación turística que cuenten con establecimientos del giro previsto en al menos tres de los cinco sectores de actividad señalados en el artículo 4 de esta Ley, con un mínimo de veinte establecimientos, podrán constituirse Capítulos Cantonales, los que forman parte de la respectiva Cámara Provincial de Turismo, con personería jurídica propia, de derecho privado y con autonomía financiera y administrativa.

Los Capítulos Cantonales tendrán la misma organización y objetivos de las cámaras Provinciales de Turismo, de las cuales dependerán. Les serán apicales las disposiciones que rigen para las cámaras Provinciales, pero en caso de contraposición, se deberá tomar en cuenta que la cámara Provincial prevalecerá sobre los capítulos Cantonales. La afiliación al Capítulo Cantonal tendrá los mismos efectos que la afiliación a la cámara Provincial del Turismo.

Los capítulos Cantonales aportaran a las cámaras provinciales el 5% de sus cuotas ordinarias y en caso de que estos aportes sean insuficientes según el presupuesto anual de la cámara Provincial, se realizarán las aportaciones extraordinarias que la Asamblea General de la respectiva cámara Provincial. (pág. 2)

Los Capítulos Cantonales anexos en la Cámara Provincial de Turismo deberán registrarse a las disposiciones y estatutos que dictaminen dicha asamblea, los capítulos cantonales aportaran el 5% de sus cuotas a la Cámara Provincial o como bien acuerden.

1.2.24.1 Afectación al sector turístico por crisis sanitaria COVID-19

Según la (Organización Mundial del Turismo, 2020) muestra que el coste hasta mayo era ya tres veces superior al de la crisis económica global de 2009. Mientras la situación sigue su evolución, el organismo especializado de las Naciones Unidas ha facilitado el primer análisis exhaustivo del impacto de la pandemia, tanto en cuanto al número de turistas como a la pérdida de ingresos.

Así mismo según los datos disponibles de la (Organización Mundial del Turismo, 2020) apuntan a un descenso del 22% en el primer trimestre de 2020, habiéndose reducido las llegadas en marzo en un 57%. Esto se traduce en una pérdida de 67 millones de llegadas de turistas internacionales y alrededor de 80.000 millones de USD en ingresos. Además, entre 100 y 120 millones de puestos de trabajo están en peligro.

Los escenarios actuales apuntan a caídas de entre el 58% y el 78% en las llegadas para el año, dependiendo del progreso de la duración de las restricciones de viaje y cierre de fronteras, aunque

el futuro sigue siendo altamente incierto (los escenarios no son pronósticos y no deberían interpretarse como tales)

Impacto de COVID-19 en el turismo internacional

Los datos disponibles apuntan a una caída del 22% en las llegadas internacionales en el primer trimestre del 2020, habiendo descendido las llegadas del mes de marzo un 57% tras el inicio del confinamiento en muchos países, las restricciones de viaje generalizadas y el cierre de aeropuertos y frontera nacionales. Ello representa una pérdida de 67 millones de llegadas internacionales en el primer trimestre de 2020 en comparación con el mismo periodo del año pasado.

Por regiones, Asia y el Pacífico, la primera región en sufrir el impacto de la COVID-19, registró un descenso del 35% en las llegadas durante el primer trimestre del 2020. La segunda región más afectada fue Europa, con un declive del 19%, seguida de las Américas (-15%), África (-12%) y Oriente Medio (-11%).

Afectación del Turismo en el Ecuador por el COVID-19

Según el (Grupo Faro, 2020) menciona que para el caso de Ecuador, en junio del 2018 y 2019 se registraron 448.995 y 477.117 llegadas internacionales respectivamente, en contraste con junio de 2020 en el que se han recibido 8.100 arribos internacionales.

Qué medidas pueden mitigar el impacto de la crisis y estimular la recuperación

Recomendaciones de la (Organización Mundial del Turismo, 2020) para la reactivación de las actividades turísticas se enfoca en:

Mitigación del impacto económico:

- Reducir las restricciones de viajes de forma responsable, trabajar con stakeholders y ciudadanía del territorio fomentar el turismo interno.

Protocolos de seguridad y respuestas coordinadas entre actores:

- Reestablecer la confianza entre los viajeros, protocolos flexibles de cancelación y campañas de comunicación.

Fomentar la Innovación:

- Transformación digital de los destinos, aplicaciones para mejorar la logística aeropuertos, hospedaje y promoción de distanciamiento físico.

Protocolos de comprobación:

- Medir la temperatura
- Pruebas de detección
- Distanciamiento físico
- Limpieza más frecuente y suministro de kits de higiene

CAPITULO II

2. MARCO METODOLÓGICO

2.1 Enfoque de investigación

2.1.1 *Enfoque mixto*

Es una investigación mixta porque a través de la observación y la evaluación de la Cámara de Turismo se establecieron estrategias, mecanismos, para un buen uso de los recursos financieros, a través del enfoque cuantitativo se realizó la recolección y análisis de datos de medición numérica, y el enfoque cualitativo lo realiza sin medición numérica a través del desarrollo de teorías.

2.2 Nivel de Investigación

2.2.1 *Nivel descriptivo*

El nivel de investigación es el descriptivo ya que se examinó de qué manera se estaban llevando los recursos financieros, y cuál fue su impacto dentro de la institución.

2.3 Diseño de investigación

2.3.1 *Diseño no experimental*

El diseño de la investigación es no experimental ya que la información recabada se hizo a través de la información que brinda la institución y no puede ser modificada, por lo tanto no se desarrollan experimentos de ningún tipo sobre la información obtenida para detectar la problemática.

2.4 Tipo de estudio

Cada investigación es diferente por lo que el tipo de estudio a emplear, a continuación se detallan los tipos de estudio que se utilizaron durante el proceso de investigación.

2.4.1 *Estudios exploratorios*

Se utilizó el tipo de estudio exploratorio cuando se obtuvo la respectiva recopilación de información, es decir al momento de obtener los ingresos, y gastos correspondientes de manera que se establezca y determine la situación actual de la Cámara de Turismo del cantón Patate.

2.4.2 Estudios descriptivos

El estudio descriptivo se utilizó cuando se presentó los resultados de los respectivos estados financieros, así como de las técnicas que se utilizó en la investigación.

Se procedió a la descripción de información de gran importancia para la realización exitosa de la investigación propuesta.

2.4.3 Investigación Bibliográfica

La presente investigación requirió de la búsqueda de información de una manera ordenada en fuentes bibliográficas para describir los procedimientos y su aplicación sobre la planificación financiera.

2.5 Población y muestra

2.5.1 Población y muestra

Para nuestra investigación trabajamos con las personas involucradas directamente con la Cámara de turismo en los niveles administrativos y socios. Por tratarse de una población muy reducida se trabajó con todo el universo, con el objetivo de tener una mejor y amplia apreciación de la problemática institucional y su planificación financiera.

Tabla 2-2: Población de estudio

DIGNIDAD	Nº. PERSONAL
Directivos	5
Socios	19
TOTAL	24

Fuente: Nomina de directivos y socios Cámara de Turismo

Elaborado por: Parra, L. 2020

2.6 Métodos, técnicas e instrumentos de investigación

2.6.1 Métodos

Entre los métodos teóricos: Analítico – Sistemático, Inductivo – Deductivo

- a) Método inductivo

Nos permitirá conocer conclusiones generales a partir de premisas particulares y los efectos que se producen respecto a la relación entre la variable dependiente con la variable independiente del presente estudio. Mediante el método inductivo se ejecutara el diagnostico situacional que permita establecer el estado actual de la organización.

b) Método deductivo

Es aquel que parte de dos datos aceptados como válidos, para llegar a una conclusión de tipo particular, mediante este método deductivo se realizará la identificación de los modelos teóricos de la Planificación Financiera para luego aplicarlos en la Cámara de turismo del cantón Patate.

2.6.2 Técnicas

- **Encuesta:** permitirá datos y conocer la opinión de los directivos y socios sobre aspectos más relevantes de la Cámara de Turismo.
- **Observación:** La observación consiste en saber seleccionar aquello que queremos analizar, en la investigación que estamos realizando nos podemos plantear como es el trabajo realizado por los directivos y los socios, de esta manera describir y explicar el comportamiento al haber obtenido datos adecuados y confiables.
- **Revisión documental:** Recabar información mediante la revisión de fuentes documentales, bibliográficas que nos permitirá validar la información obtenida, corroborar los datos y obtener información acertada y adicional que pudiera facilitar y complementar la interpretación de la evidencia obtenida.

2.6.3 Instrumentos

- Test de encuesta

CAPITULO III

3. MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

3.1 Resultados y discusión de resultados

3.1.1 Análisis de resultados

3.1.1.1 Encuesta dirigida a los directivos

Tabla 3-3: Número y género de directivos por cargo

DIGNIDAD	N° PERSONAL	GENERO	
		MASCULINO	FEMENINO
Director Ejecutivo	1	1	
Presidente	1	1	
Vicepresidente	1	1	
Tesorera	1		1
Secretaria	1		1
TOTAL	5	3	2
PORCENTAJE	100%	60%	40%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Parra, L. 2020

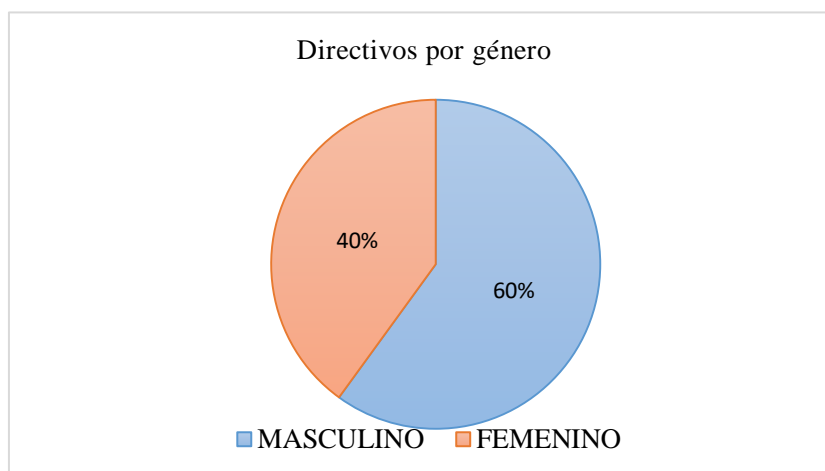


Gráfico 1-3: Directivos Cámara de Turismo por género

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Parra, L. 2020

Análisis:

El 60% de los directivos son de género masculino, los cuales ocupan cargos principales de decisión, mientras que el 40% pertenecen al género femenino.

1. ¿Conoce usted si la Cámara de Turismo cuenta con una misión, visión, objetivos a corto y largo plazo, metas, políticas y valores organizacionales?

Tabla 4-3: Existencia de la filosofía organizacional

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si conozco	4	80%
Tal vez si existe	1	20%
No conozco	0	0
TOTAL	5	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Parra, L. 2020

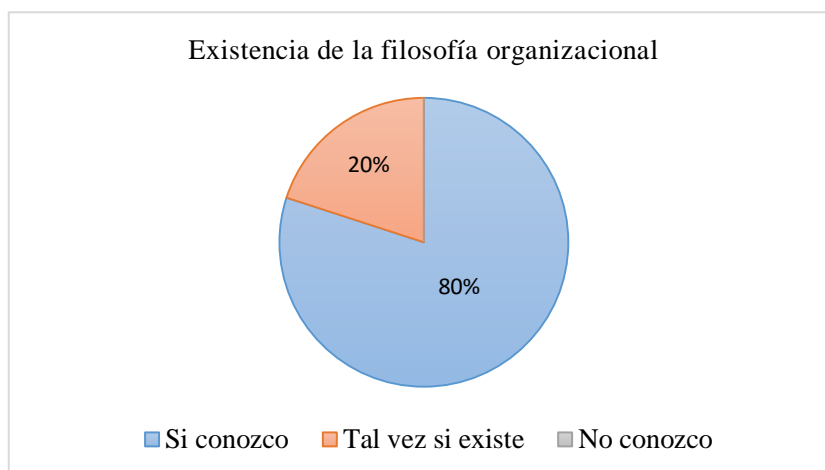


Gráfico 2-3: Existencia de la filosofía organizacional

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Parra, L. 2020

Análisis:

De los directivos encuestados, manifiestan en un 80% que, si conocen la misión, visión, objetivos a corto y largo plazo, metas, políticas y valores organizacionales, donde va enfocado su desempeño como directivos, y la orientación a futuro de la empresa, mientras que el 20% considera que tal vez si existe.

2.- ¿Cómo considera usted la gestión financiera de la Cámara de Turismo?

Tabla 5-3: Calificación de la gestión financiera

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Excelente	0	0%
Muy buena	2	40%
Buena	3	60%
Regular	0	0%
Mala	0	0%
TOTAL	5	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Parra, L. 2020

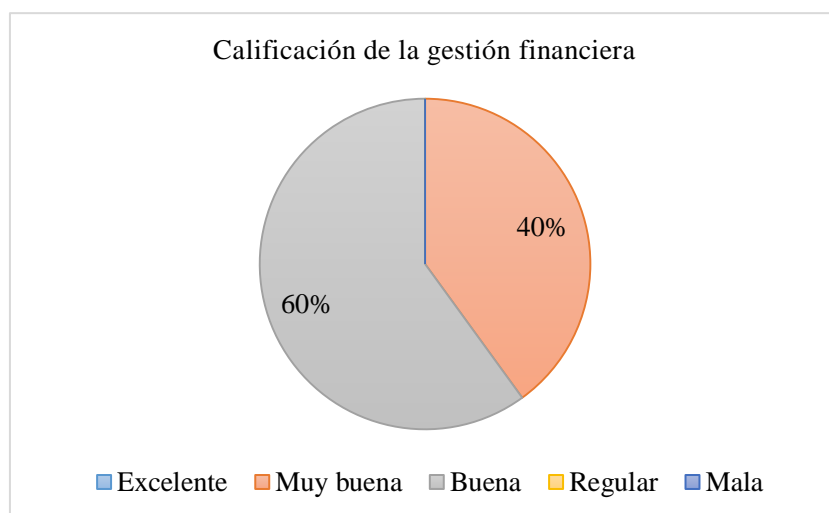


Gráfico 3-3: Calificación de la gestión financiera

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Parra, L. 2020

Análisis:

El 60% de los directivos de la asociación, considera que existe una buena gestión financiera, debido a que varias necesidades financieras no han sido respondidas de la mejor manera, mientras que el 40% considera que existe una muy buena gestión financiera, ya que consideran que se manejan adecuadamente los recursos.

3.- ¿Conoce usted si la Cámara de Turismo cuenta con una planificación financiera?

Tabla 6-3: Existencia de una planificación financiera

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	0	0%
No	5	100%
TOTAL	5	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Parra, L. 2020



Gráfico 4-3: Existe una planificación financiera

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Parra, L. 2020

Análisis:

La encuesta a los directivos el 100% no conocen la planificación financiera de la empresa, esto debido a que no han sido participes en el proceso financieros

4.- ¿Existe un control y análisis de los recursos financieros de la Cámara de Turismo?

Tabla 7-3: Existe un control y análisis de los recursos financieros

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	1	20%
No	4	80%
TOTAL	5	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Parra, L. 2020



Gráfico 5-3: Existencia de un control de recursos financieros

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Parra, L. 2020

Análisis:

Una vez realizada la tabulación de las encuestas se determina que, el 80% de los directivos de la asociación, manifiesta que no existe un control y análisis de los recursos financieros, debido a que no tienen el conocimiento necesario.

5.- ¿La Cámara de Turismo cuenta con estados financieros?

Tabla 8-3: La asociación cuenta con estados financieros

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	0	100%
No	5	0%
TOTAL	5	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Parra, L. 2020



Grafico 6-3: La asociación cuenta con estados financieros

Fuente: Investigación de campo
 Elaborado por: Parra, L. 2020

Análisis:

De acuerdo a los resultados de las encuestas el 100% a los directivos determina que la asociación no cuenta con estados financieros, ya que no tienen conocimientos sobre el tema.

6.- ¿Cree que la realización de estados financieros permitirá llevar un control adecuado de ingresos y gastos?

Tabla 9 -3: Realización de estados financieros

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	5	100%
No	0	0%
TOTAL	5	100%

Fuente: Investigación de campo
 Elaborado por: Parra, L. 2020



Grafico 7-3: Realización de estados financieros

Fuente: Investigación de campo
 Elaborado por: Parra, L. 2020

Análisis:

El 100% de los directivos de la asociación están de acuerdo que, se debe realizar estados financieros que permitirá llevar un control de ingresos y gastos.

7.- ¿Considera usted que el análisis de los estados financieros permitirá tomar decisiones acertadas para la Cámara de Turismo?

Tabla 10-3: Análisis para la toma de decisiones

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	5	100%
No	0	0%
TOTAL	5	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Parra, L. 2020



Gráfico 8-3: Análisis de estados financieros para la toma de decisiones

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Parra, L. 2020

Análisis:

Por unanimidad de la población encuestada, se determina que el análisis de los estados financieros permitirá tomar decisiones acertadas de la organización, puesto que ayudaría a fortalecer la toma de decisiones por parte de los directivos para el crecimiento y desarrollo de la asociación.

8. ¿Cree usted que es necesario la implementación de una planificación financiera en la Cámara de Turismo?

Tabla 11-3: Implementación de una planificación financiera

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	5	100%
No	0	0%
TOTAL	5	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Parra, L. 2020



Gráfico 9-3: Implementación de una planificación financiera

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Parra, L. 2020

Análisis:

De acuerdo a la investigación de campo realizada, el 100% de los directivos, mencionan que es necesario la implementación de una planificación financiera para la a asociación ya que mediante la realización permitiera gestionar efectivamente la escisión.

9. ¿Cómo considera usted la implementación de una planificación financiera en la Cámara de Turismo?

Tabla 12-3: Cómo considera la implementación de una planificación financiera

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Muy importante	5	100%
Importante	0	0%
Poco importante	0	0%
No es importante	0	0%
TOTAL	5	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Parra, L. 2020



Grafico 10-3: Cómo considera la implementación de una planificación financiera
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Parra, L. 2020

Análisis:

La totalidad de los directivos encuestados, consideran que contar con una planificación financiera mejoraría la toma de decisiones adecuadas y ayudaría a un mejor manejo de los recursos financieros.

10.- ¿Cuenta con control correcto para el uso eficiente de los recursos financieros?

Tabla 13-3: Control para el correcto uso de los recursos financieros

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	1	20%
No	4	80%
TOTAL	5	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Parra, L. 2020

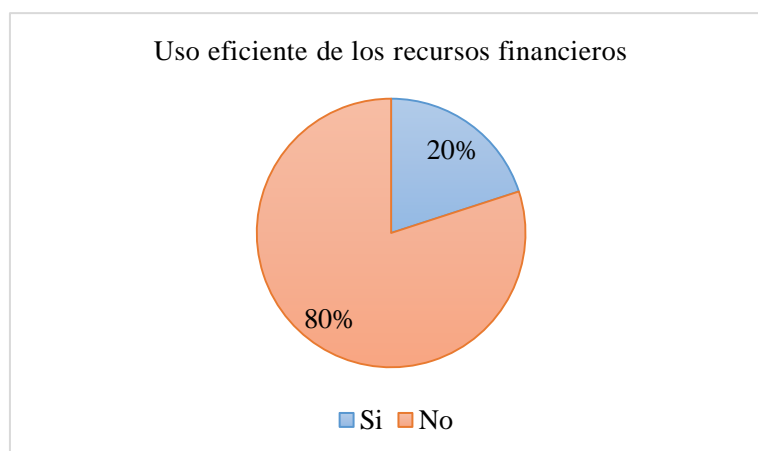


Grafico 11-3: Uso eficiente de los recursos financieros
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Parra, L. 2020

Análisis:

De los directivos encuestados, un 80% manifiesta que no existe un método de control adecuado para el uso eficiente de los recursos financieros, puesto que no se ha realizado un control o una evaluación a los ingresos y gastos.

3.1.2 Encuesta a los socios

Tabla 14-3: Socios Cámara de Turismo

DIGNIDAD	N° PERSONAL	GENERO	
		MASCULINO	FEMENINO
Masculino	8	8	
Femenino	11		11
TOTAL	19	8	11
PORCENTAJE	100%	60%	40%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Parra, L. 2020

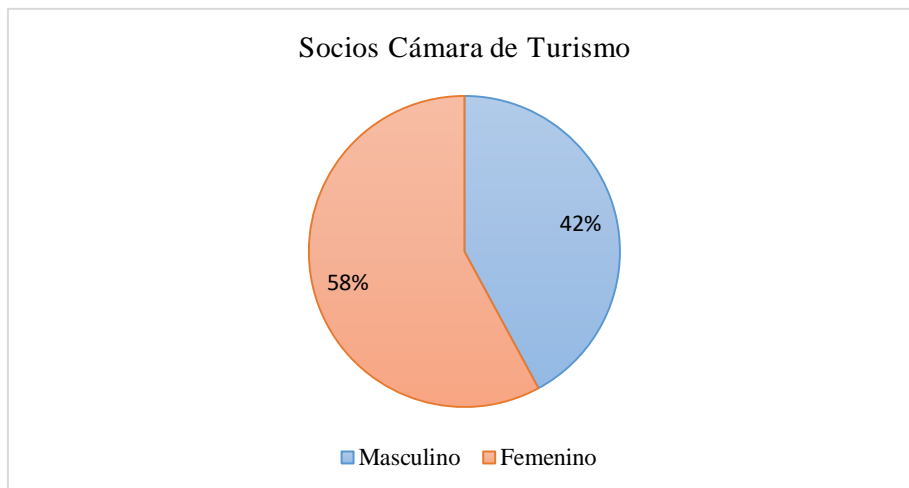


Gráfico 12-3: Socios Cámara de Turismo

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Parra, L. 2020

Análisis

El 58% de los socios es femenino, y el restante que representa el 42% es masculino.

1.- ¿Conoce usted si la Cámara de Turismo cuenta con una misión, visión, objetivos a corto y largo plazo, metas, políticas y valores organizacionales?

Tabla 15-3: Conocimiento de la filosofía organizacional

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si conozco	11	58%
Tal vez si existe	5	26%
No conozco	3	16%
TOTAL	19	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Parra, L. 2020

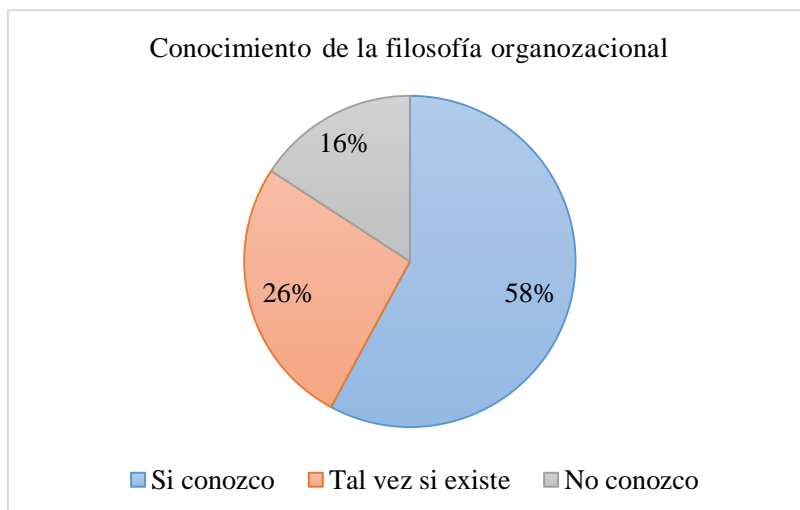


Gráfico 13-3: Conocimiento de la filosofía organizacional

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Parra, L. 2020

Análisis:

Los socios encuestados en un 58%, afirman conocer la misión, visión, objetivos a corto plazo, metas, políticas y valores organizacionales, que la directiva se ha encargado en socializar, tengan conocimiento a donde va enfocado su trabajo diario y la orientación a futuro de la asociación, mientras que el 26% considera que si existe, y el 16% manifiesta que no conoce, puesto que no existe la socialización adecuada y constante de la filosofía organizacional.

2.- ¿Conoce usted si la Cámara de Turismo cuenta con una planificación financiera?

Tabla 16-3: Existe una planificación financiera

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si conozco	2	11%
Tal vez si existe	4	21%
No conozco	13	68%
TOTAL	19	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Parra, L. 2020

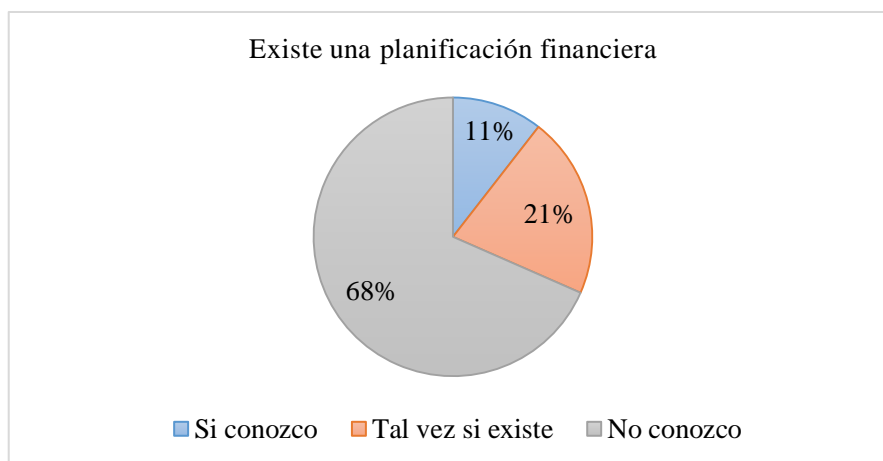


Grafico 14-3: Existe una planificación financiera

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Parra, L. 2020

Análisis:

En un 68% los socios afirman que no conocen que la asociación cuente con una planificación financiera, debido a que no hay una adecuada socialización de temas importantes por parte de los directivos, mientras que el 21% considera que tal vez si exista, y el 11% si conocen.

3.- ¿Lleva usted un correcto control de sus ingresos y gastos?

Tabla 17-3: Control de ingresos y gastos

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	5	26%
No	14	74%
TOTAL	19	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Parra, L. 2020

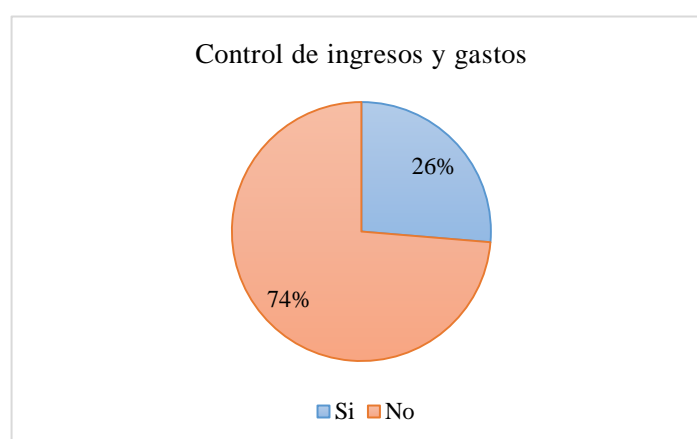


Grafico 15-3: Fuente: Investigación de campo

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Parra, L. 2020

Análisis

Del total de los socios encuestados 74% no cuenta con control de ingresos y gastos es decir lleva su control de manera empírica, mientras 26% si cuenta con un control

4.- ¿Es usted contribuyente especial?

Tabla 18-3: Contribuyente especial

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	4	21%
No	15	79%
TOTAL	19	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Parra, L. 2020

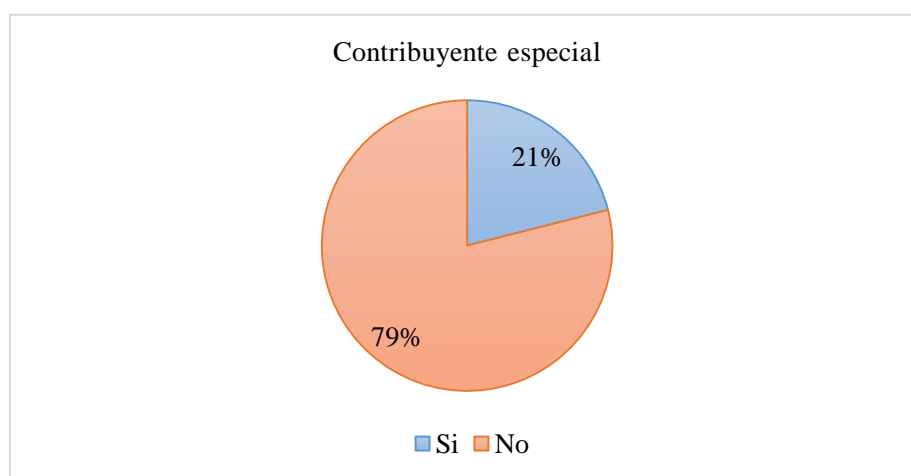


Gráfico 16-3: Contribuyente especial

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Parra, L. 2020

Análisis:

De los socios encuestados, un 79% no son contribuyentes especiales, y el 21 % manifiesta que son contribuyentes especiales y cumplen con las obligaciones dispuestas por el Servicio de Rentas Internas

5.- ¿En su negocio existe un seguimiento a las metas planificadas?

Tabla 19-3: Seguimiento a metas planificadas

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	8	42%
No	11	58%
TOTAL	19	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Parra, L. 2020

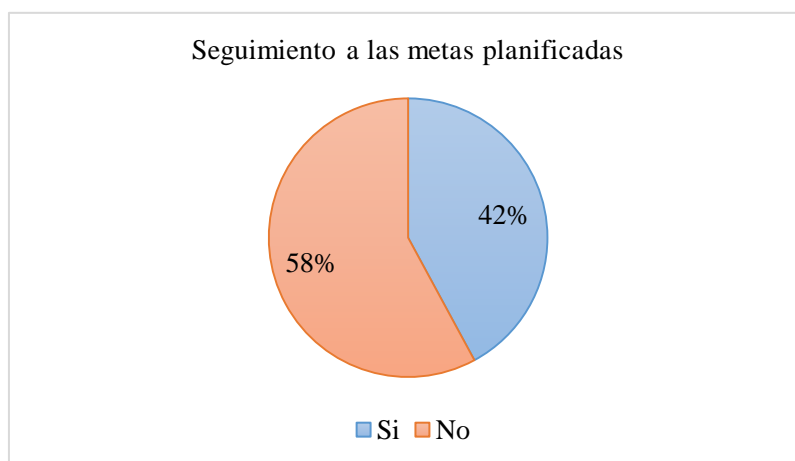


Gráfico 17-3: Seguimiento a las metas planificadas

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Parra, L. 2020

Análisis:

El 58% que no existe un seguimiento a las metas planificadas en su negocio, ya que presentan informes trimestrales de las actividades desarrolladas, mientras que manifiestan mientras 42% considera que en sus negocios no existe un seguimiento a las metas planificadas.

6.- ¿Conoce usted la situación financiera actual de la Cámara de Turismo?

Tabla 20-3: Situación financiera actual de la Cámara de Turismo

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	3	16%
No	16	84%
TOTAL	19	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Parra, L. 2020

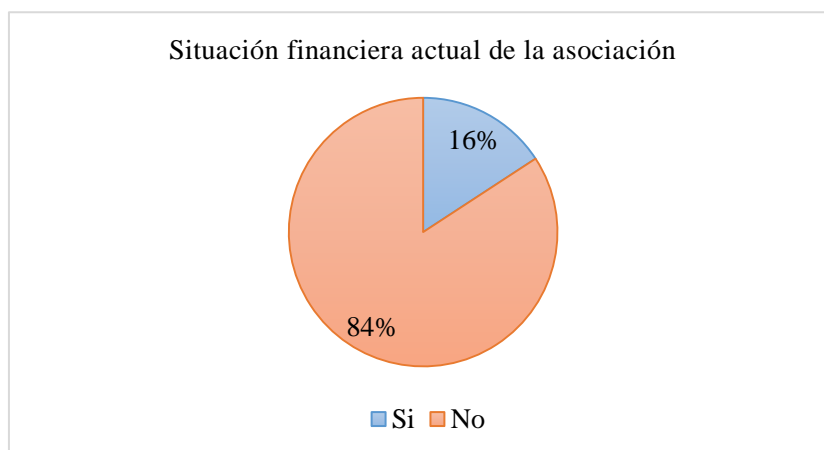


Gráfico 18-3: Situación financiera actual

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Parra, L. 2020

Análisis: El 84% de los socios, manifiestan que no conocen, puesto que no existe una participación activa en los análisis de parte de la parte financiera de la organización, solo dedican sus actividades a la parte financiera.

7.- ¿En su negocio, cuenta con control correcto para el uso eficiente de los recursos financieros?

Tabla 21-3: Control correcto para el uso eficiente de los recursos financieros

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	4	21%
No	15	79%
TOTAL	19	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Parra, L. 2020

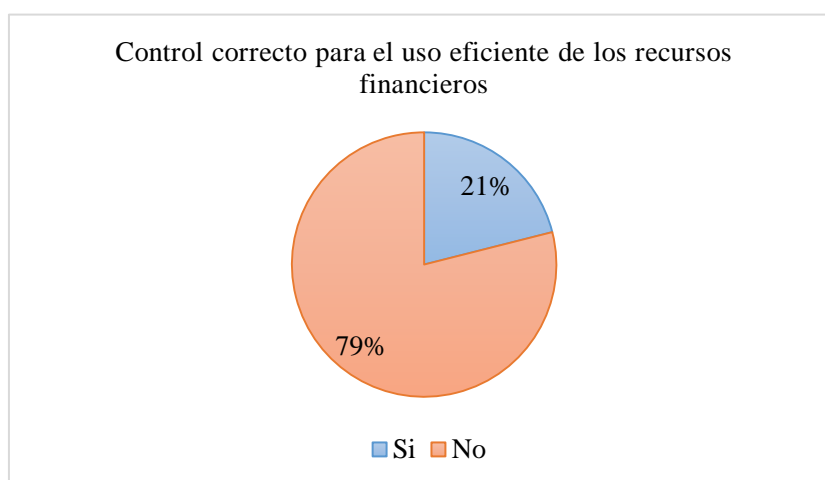


Gráfico 19-3: Control correcto para el uso eficiente de los recursos financieros

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Parra, L. 2020

Análisis:

De los socios encuestados, un 79% manifiesta que en sus negocios no existe un método de control o una evaluación de sus ingresos y gastos, mientras que el 21% si cuenta con un control del uso eficiente de sus recursos financieros.

8.- ¿Cuándo existe alguna necesidad financiera en la Cámara de Turismo, considera que la reacción de la administración es inmediata?

Tabla 22-3: Reacción de la asociación ante las necesidades financieras

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	6	32%
No	13	68%
TOTAL	19	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Parra, L. 2020

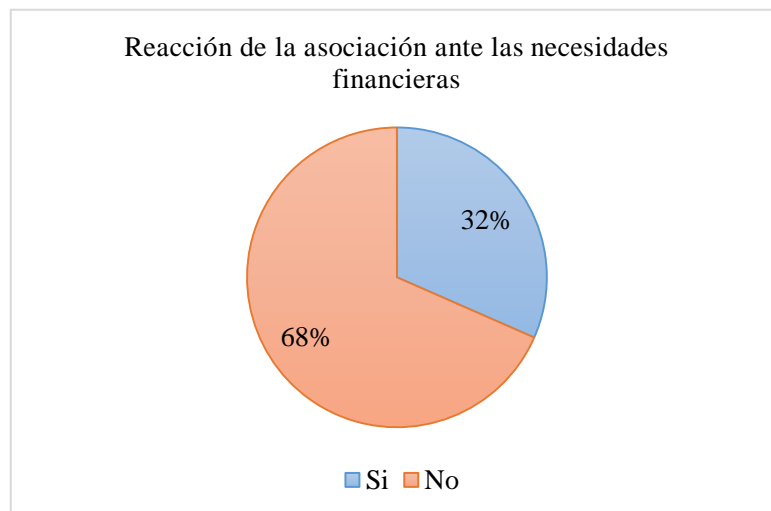


Grafico 20-3: Reacción de la asociación ante las necesidades financieras

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Parra, L. 2020

Análisis:

El 68% de los socios manifiestan que, la reacción de la administración en caso de alguna necesidad financiera no es inmediata, debido a esto se retrasan sus actividades, a su vez el 32% considera que si existe una reacción inmediata ante las necesidades financieras por parte de la administración.

9.- ¿Cree usted que es importante que las decisiones tomadas por la administración se deben basar en función de una planificación financiera?

Tabla 23-3: Decisiones tomadas en base a una planificación financiera

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	19	100%
No	0	0%
TOTAL	19	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Parra, L. 2020



Grafico 21-3: Decisiones tomadas en base a una planificación financiera

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Parra, L. 2020

Análisis:

El total de los socios encuestados, manifiestan que es importante que las decisiones tomadas por la administración se deben basar en función de una planificación financiera, esto permitirá tomar decisiones oportunas y acertadas para el beneficio de la asociación así mejorar su crecimiento y desarrollo de la organización.

10.- ¿Cree usted que es necesario el diseño de una planificación financiera para llevar un control correcto de ingresos y gastos?

Tabla 24-3: Necesidad de una planificación financiera

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	19	100%
No	0	0%
TOTAL	19	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Parra, L. 2020

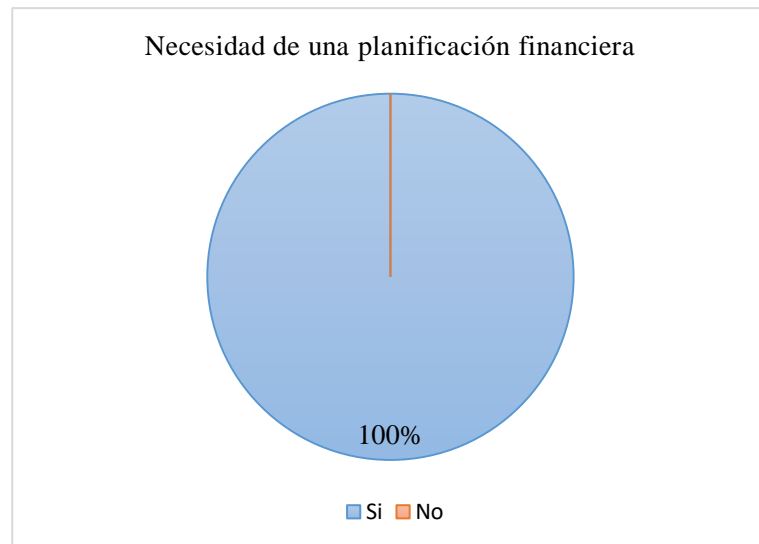


Gráfico 22-3: Necesidad de una planificación financiera

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Parra, L. 2020

Análisis:

De acuerdo a los resultados de las encuestas realizadas, la totalidad de los socios, manifiestan que es necesario el diseño de una planificación financiera para tomar decisiones acertadas que beneficien la situación financiera de la asociación.

3.2 Propuesta

3.2.1 Título de la propuesta

Planificación Financiera para la Cámara de Turismo del cantón Patate, provincia de Tungurahua, periodo 2021 – 2025

3.2.2 *Objetivo de la propuesta*

Realizar una planificación financiera con el propósito de generar el crecimiento económico de la Cámara de Turismo del cantón Patate provincia del Tungurahua, en los períodos 2021 – 2025.

3.2.3 *Antecedentes de la organización*

Tabla 25-3: Datos de la asociación

Provincia:	Tungurahua
Cantón:	Patate
Representante legal:	Tlgo. Manuel Freilan Alulema
Actividad económica principal:	Servicios de turismo y entretenimiento
Dirección:	Gonzales Suarez y García Moreno – Patate – Tungurahua
Teléfono:	0987250091

Fuente: (Carrillo, 2019)

Elaborado por: Parra, L. 2020

3.2.4 *Reseña histórica de la organización*

La Cámara de Turismo Capítulo Patate fue constituida por decisión unánime de 20 representantes de entidades afines al sector el 24 de octubre del 2017, donde se tomó en cuenta la necesidad de una mejor organización que permita reconocer el mercado turístico y medir el nivel de ingresos que se puede tener en cada periodo. Este gremio queda legalmente constituido en la Cámara Provincial de Tungurahua en el año 2019, con las distintas estipulaciones que reposan en el Acta de Constitución. Cabe mencionar que su base legal y su organización interna se encuentran enmarcado en la normativa legal pertinente que promueve el país en las organizaciones de este tipo.

Actualmente son 24 socios que conforman la Cámara de Turismo Capítulo Patate, de los cuales cuatro pertenecen al nivel administrativo distribuidos en Director Ejecutivo, Presidente, Vicepresidente, Secretaria y Tesorera, apoyados por técnicos de turismo quienes aportan sus conocimientos e ideas para guiar a los emprendedores turísticos que en su mayoría son personas empíricas dentro del ámbito turístico. (Carrillo, 2019)

3.2.5 *Filosofía Organizacional*

3.2.5.1 *Misión*

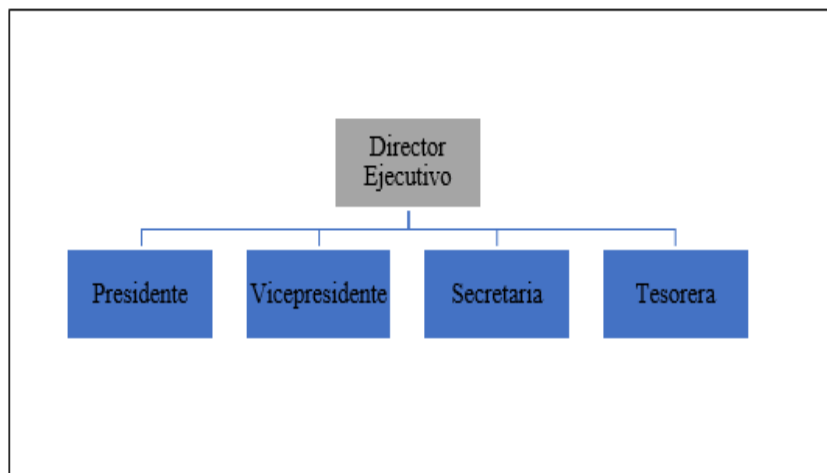
Brindar a nuestros socios beneficios diferenciados que les permitan agregar competitividad y contribuir significativamente al posicionamiento turístico de Patate.

Visión

Ser un actor determinante en el posicionamiento del destino turístico Patate a nivel internacional.

3.2.5.2 *Estructura Organización*

Figura 3-3: Estructura organizacional



Fuente: Estatuto vigente de la Cámara de Turismo
Elaborado: Parra, L. 2020

3.3 Diagnostico Estratégico

Según (Carrillo, 2019) el Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, y Amenazas) es:

Oportunidades

- La Ley de Cámaras Provinciales de Turismo, por ley deberán, estimular la cooperación, coordinación y desarrollo de actividades turísticas, promover el desarrollo del turismo interno, fomentar la realización de ferias y exposiciones, convenciones y demás eventos de carácter turístico y desarrollar programas de capacitación.
- La CFN, da créditos de interés muy bajos al presentar las personas interesadas en los proyectos, da viabilidad de los proyectos con seguimientos y pagos a largo plazo.
- Los servidores turísticos tienen un ambiente de unión y apoyo para fomentar el turismo en sus establecimientos turísticos y el cantón Patate, brindando seguridad y calidad a los visitantes.
- Los servidores turísticos no adscritos a la Cámara, tienen la predisposición de ingresar, pero no cuentan con los reglamentos establecidos de la Cámara para formar parte de la ella.
- Los servidores turísticos no adjuntos a la Cámara quieren afiliarse para gozar de los beneficios estipulados en el reglamento interno de esta organización.
- Los servidores turísticos tienen un ambiente de unión, apoyo y calidad para fomentar el turismo en sus establecimientos turísticos y el cantón Patate.
- Existe una tendencia al aumento de socios por las socializaciones y capacitaciones abiertas que realiza la Cámara de Turismo.
- La Cámara no va a requerir de ningún permiso ambiental, pero se va a preocupar de la responsabilidad social de sus socios.

Amenazas

- Nuevos emprendedores turísticos no tienen conocimiento de los reglamentos y beneficios de la Cámara de Turismo, Capítulo Patate para poder formar parte de la misma.
- La Cámara de Turismo deberá regirse a normativas establecidas por las autoridades, ya que, el consejo cantonal es quien coordina, ejecuta planes y ordenanzas para la actividad turística del cantón.
- No cuenta con el respaldo político del municipio.
- Asociaciones estables y con más beneficios a las cuales se pueden afiliar emprendedores turísticos no adscritos a la Cámara de Turismo.

OPTUR, Operadores de Turismo Ecuador.

ASECUT, Asociación Ecuatoriana de Agencias de Viajes y Turismo.

ASOCIACIÓN DE CHEFS DEL ECUADOR.

Fortalezas

- Por un costo mínimo los socios pueden gozar de grandes beneficios como son:
 1. Exoneración del pago de la patente municipal
 2. Vialidad a créditos del Estado, de financiamiento para infraestructura
 3. Capacitaciones eventuales del entorno turístico.
 4. Promoción en redes sociales y medios de comunicación
- Los socios de la Cámara de Turismo Capítulo Patate realizan frecuentemente reuniones semanales para fortalecer la unión entre socios y buscar nuevas ideas para fomentar el turismo en el cantón.
- Los socios adscritos a la Cámara de Turismo tienen un compromiso de trabajar en equipo para el desarrollo del turismo.

Debilidades

- No cuenta con una planificación financiera
- Tienen un presupuesto limitado.
- No mide el impacto de las actividades que realizan, en el logro de los objetivos comunes establecidos.
- Inversión insuficiente.
- No cuenta con espacio físico
- No cuenta con una estructura orgánica no definida.

3.4 Diagnostico Financiero

La Cámara de Turismo del cantón Patate actualmente está conformado por 24 socios, luego de haber realizado un análisis de sus ingresos y gastos de cada socio, se determinó que cinco de ellos son Contribuyentes Especial en razón del volumen de las actividades económicas, reflejadas en la facturación del contribuyentes.

3.4.1 Estados Financieros

Tabla 26-3: Balance general Asadero Star

ASADERO STAR BALANCE GENERAL DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2019	
ACTIVOS	
<i>Activos Corrientes</i>	
<i>Caja</i>	\$ 1.500,00
<i>Bancos</i>	\$ 8.000,00
<i>Mercaderías inventario inicial</i>	\$ 3.500,00
<i>Mercadería inventario final</i>	\$ 5.000,00
<i>Clientes</i>	\$ 600,00
Total activos corriente	\$ 18.600,00
<i>Activos fijos</i>	
<i>Equipo de computo</i>	\$ 5.000,00
<i>Depreciación</i>	\$ 4.500,00
<i>Muebles y enseres</i>	\$ 7.500,00
<i>Depreciación</i>	\$ 7.050,00
<i>Edificio</i>	\$ 19.000,00
<i>Depreciación</i>	\$ 18.650,00
Total activos fijos	\$ 30.200,00
<i>Otros activos</i>	
<i>Registros y patentes</i>	\$ 150,00
<i>Mejoras permanentes</i>	\$ 4.000,00
Total otros activos	\$ 4.150,00
TOTAL ACTIVOS	\$ 52.950,00
PASIVOS	
<i>Pasivos a corto plazo</i>	
<i>Proveedores</i>	\$ 2.500,00
<i>Impuestos</i>	\$ 1.600,00
Total pasivos C/P	\$ 4.100,00
<i>Pasivos a largo plazo</i>	
<i>Obligaciones financieras</i>	\$ 15.000,00
Total pasivos L/P	\$ 15.000,00
TOTAL PASIVO	\$ 19.100,00
PATRIMONIO	
<i>Capital Social</i>	\$ 28.000,00
<i>Capital de trabajo</i>	\$ 5.850,00
Total patrimonio	\$ 33.850,00
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 52.950,00

Fuente: Balance General 2019 Asadero Star

Tabla 27-3: Estado de resultados Asadero Star

ASADERO STARS	
ESTADO DE RESULTADOS	
DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2019	
VENTAS	\$ 79.865,00
(-) COSTO DE VENTAS	\$ 15.389,00
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 64.476,00
GASTOS	
<i>Gasto Administrativos</i>	
(-)Sueldos	\$ 14.400,00
(-)Pago de servicios básicos	\$ 1.140,00
Total gastos administrativos	\$ 13.260,00
<i>Gastos de venta</i>	
(-)Publicidad	\$ 1.300,00
Total gastos de venta	\$ 1.300,00
(-)Gastos depreciacion acumulada	\$ 30.200,00
(-)Otros gastos	\$ 555,00
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 19.161,00
(-) Gastos Financieros	\$ 2.100,00
(=) UTILIDAD ANTES PARTICIPACION A LOS TRABAJADORES	\$ 17.061,00
(-) 15%participacion trabajadores	\$ 2.559,15
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 14.501,85
(-) 22% Impuestos	\$ 3.190,41
(=) UTILIDAD NETA	\$ 11.311,44

Fuente: Estado de Resultados 2019

Elaborado: Parra, L. 2020

Tabla 28-3: Balance general La Casta Restaurante

LA CASTA RESTAURANTE	
BALANCE GENERAL	
DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2019	
ACTIVOS	
<u>Activos Corrientes</u>	
Caja	\$ 5.000,00
Bancos	\$ 30.000,00
Mercaderías inventario inicial	\$ 4.788,00
Mercadería inventario final	\$ 8.469,00
Clientes	\$ 1.000,00
Total activos corriente	\$ 49.257,00
<u>Activos fijos</u>	
Equipo de computo	\$ 5.500,00
Depreciación	\$ 5.050,00
Muebles y enseres	\$ 9.269,00
Depreciación	\$ 8.767,90
Edificio	\$ 25.000,00
Depreciación	\$ 24.375,00
Total activos fijos	\$ 38.192,90
<u>Otros activos</u>	

<i>Registros y patentes</i>	\$ 200,00
<i>Mejoras permanentes</i>	\$ 6.800,00
Total otros activos	\$ 7.000,00
TOTAL ACTIVOS	\$ 94.449,90
PASIVOS	
<i>Pasivos a corto plazo</i>	
<i>Proveedores</i>	\$ 7.000,00
<i>Impuestos</i>	\$ 3.449,00
Total pasivos C/P	\$ 10.449,00
<i>Pasivos a largo plazo</i>	
<i>Obligaciones financieras</i>	\$ 25.000,00
Total pasivos L/P	\$ 25.000,00
TOTAL PASIVO	\$ 35.449,00
PATRIMONIO	
<i>Capital Social</i>	\$ 19.000,00
<i>Capital de trabajo</i>	\$ 40.000,00
Total patrimonio	\$ 59.000,00
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 94.449,00

Fuente: Balance General 2019 La Casta Restaurante

Elaborado por: Parra, L. 2020

Tabla 29-3: Estado de resultados La Casta Restaurante

LA CASTA RESTAURANTE ESTADO DE RESULTADOS DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2019	
VENTAS	\$ 80.500,00
(-) COSTO DE VENTAS	\$ 20.678,00
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 101.178,00
GASTOS	
<i>Gasto Administrativos</i>	
(-)Sueldos	\$ 43.200,00
(-)Pago de servicios básicos	\$ 2.000,00
Total gastos administrativos	\$ 45.200,00
<i>Gastos de venta</i>	
(-)Publicidad	\$ 2.500,00
Total gastos de venta	\$ 2.500,00
(-)Gastos depreciación acumulada	\$ 38.192,90
(-) Otros gastos	\$ 15.285,10
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 2.500,00
(-) Gastos Financieros	\$ 12.785,10
(=) UTILIDAD ANTES PARTICIPACIÓN A LOS TRABAJADORES	\$ 1.917,77
(-) 15% participación trabajadores	\$ 10.867,34
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 2.390,81
(-) 22% Impuestos	\$ 8.476,52
(=) UTILIDAD NETA	\$ 80.500,00

Fuente: Estado de resultados 2019 La Casta Restaurante

Elaborado por: Parra, L. 2020

Tabla 30-3: Balance general Complejo Quinlata

COMPLEJO QUINLATA BALANCE GENERAL DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2019	
ACTIVOS	
<i>Activos Corrientes</i>	
<i>Caja</i>	\$ 3.000,00
<i>Bancos</i>	\$ 45.000,00
<i>Inventarios</i>	\$ 11.000,00
<i>Clientes</i>	\$ 1.500,00
Total activos corriente	\$ 60.500,00
<i>Activos fijos</i>	
<i>Equipo de computo</i>	\$ 10.000,00
<i>Depreciación</i>	\$ 8.800,00
<i>Muebles y enseres</i>	\$ 8.668,00
<i>Depreciación</i>	\$ 8.185,00
<i>Terreno</i>	\$ 60.000,00
Total activos fijos	\$ 76.985,00
<i>Otros activos</i>	
<i>Registros y patentes</i>	\$ 250,00
<i>Mejoras permanentes</i>	\$ 2.500,00
Total otros activos	\$ 2.750,00
TOTAL ACTIVOS	\$ 140.235,00
PASIVOS	
<i>Pasivos a corto plazo</i>	
<i>Proveedores</i>	\$ 16.000,00
<i>Impuestos</i>	\$ 3.000,00
<i>Obligaciones a corto plazo</i>	\$ 10.000,00
Total pasivos C/P	\$ 29.000,00
<i>Pasivos a largo plazo</i>	
<i>Obligaciones financieras</i>	\$ 60.000,00
Total pasivos L/P	\$ 60.000,00
TOTAL PASIVO	\$ 89.000,00
PATRIMONIO	
<i>Capital Social</i>	\$ 30.235,00
<i>Capital de trabajo</i>	\$ 21.000,00
Total patrimonio	\$ 51.235,00
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 140.235,00

Fuente: Balance General 2019 Complejo Quinlata

Elaborado por: Parra, L. 2020

Tabla 31-3: Estado de Resultados Complejo Quinlata

COMPLEJO QUINLATA ESTADO DE RESULTADOS DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2019	
INGRESOS	
<i>Hospedaje</i>	\$ 60.567,00
TOTAL INGRESOS	\$ 60.567,00
COSTOS	

Costo de ventas	
(-)Hospedaje	\$ 12.300,00
(=) Total costo de ventas	\$ 12.300,00
(=) UTILIDAD BRUTA	\$ 48.267,00
GASTOS	
Gastos Administrativos	
(-)Sueldos empleados	\$ 2.400,00
(-)Servicios Básicos	\$ 1.500,00
Total gastos administrativos	\$ 3.900,00
Gastos de ventas	
(-)Publicidad	\$ 1.500,00
Total gastos de venta	\$ 1.500,00
(-)Gasto depreciación acumulada	\$ 16.985,00
(=)UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 25.882,00
Gastos Financieros	\$ 5.000,00
(=) UTILIDAD ANTES 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	\$ 20.882,00
15% Trabajadores	\$ 3.132,30
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 17.749,70
(-) 22% Impuesto a la renta	\$ 3.904,93
(=) UTILIDAD NETA	\$ 13.844,77

Fuente: Estado de Resultados 2019 Complejo Quinlata
Elaborado por: Parra, L. 2020

Tabla 32-3: Balance general Hotel Casa del Valle

HOTEL CASA DEL VALLE	
BALANCE GENERAL	
DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2019	
ACTIVOS	
<i>Activos Corrientes</i>	
Caja	\$ 3.000,00
Bancos	\$ 12.000,00
Inventarios	\$ 25.000,00
Clientes	\$ 1.500,00
Total activos corriente	\$ 41.500,00
<i>Activos fijos</i>	
Equipo de computo	\$ 6.000,00
Depreciación	\$ 5.600,00
Muebles y enseres	\$ 7.500,00
Edificio	\$ 7.250,00
Depreciación	\$ 40.000,00
Total activos fijos	\$ 39.250,00
<i>Otros activos</i>	
Registros y patentes	\$ 100,00
Mejoras permanentes	\$ 1.500,00
Total otros activos	\$ 1.600,00
TOTAL ACTIVOS	\$ 95.200,00
PASIVOS	
<i>Pasivos a corto plazo</i>	
Proveedores	\$ 11.000,00

<i>Impuestos</i>	\$	8.000,00
Total pasivos C/P	\$	19.000,00
<i>Pasivos a largo plazo</i>		
<i>Obligaciones financieras</i>	\$	40.000,00
Total pasivos L/P	\$	40.000,00
TOTAL PASIVO	\$	59.000,00
PATRIMONIO		
<i>Capital Social</i>	\$	17.200,00
<i>Capital de trabajo</i>	\$	19.000,00
Total patrimonio	\$	36.200,00
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$	95.200,00

Fuente: Balance General 2019 Hotel Casa del Valle

Elaborado por: Parra, L. 2020

Tabla 33-3: Estado de resultados Hotel Casa del Valle

HOTEL CASA DEL VALLE ESTADO DE RESULTADOS DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2019	
INGRESOS	
<i>Hospedaje</i>	\$ 50.698,00
TOTAL INGRESOS	\$ 30.200,00
COSTOS	
Costo de ventas	
<i>(-)hospedaje</i>	\$ 1.200,00
<i>(-) lavandería</i>	\$ 1.500,00
<i>(=) Total costo de ventas</i>	\$ 2.700,00
(=) UTILIDAD BRUTA	\$ 78.198,00
GASTOS	
Gastos Administrativos	
<i>(-)Sueldos empleados</i>	\$ 4.800,00
<i>(-)Servicios Básicos</i>	\$ 365,00
Total gastos administrativos	\$ 5.165,00
Gastos de ventas	
<i>(-)Publicidad</i>	\$ 600,00
Total gastos de venta	\$ 600,00
<i>(-)Gasto depreciación acumulada</i>	\$ 52.100,00
(=)UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 20.333,00
<i>Gastos Financieros</i>	\$ 2.300,00
(=) UTILIDAD ANTES 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	\$ 18.033,00
<i>15% Trabajadores</i>	\$ 2.704,95
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 15.328,05
<i>(-) 22% Impuesto a la renta</i>	\$ 3.372,17
(=) UTILIDAD NETA	\$ 11.955,88

Fuente: Estado de Resultados 2019 Hotel Casa del Valle

Elaborado por: Parra, L. 2020

3.4.2 Análisis de indicadores financieros

En análisis financiero, mediante indicadores financieros se enfoca en el cálculo de razones que permiten medir el estado y rendimiento de las diferentes cuentas y estructuras de una

organización, con el propósito de tener una idea clara de la situación financiera en la que se encuentran.

3.4.2.1 Análisis de indicadores de liquidez

Este índice evalúa la capacidad de la organización para cumplir con sus obligaciones adquiridas en corto plazo

Asadero Stars

Tabla 34-3: Indicadores de liquidez

N°	Indicador	Fórmula	
1	Liquidez Corriente	Activo corriente/ Pasivo corriente	4,54
2	Prueba Acida	Activo corriente – Inventarios / Pasivo corriente	2,46
3	Capital de trabajo	Activo corriente – Pasivo corriente	14.500,00

Fuente: Estados financieros 2019 de Asadero Stars

Elaborado por: Parra, L. 2020

Análisis

Liquidez corriente. De acuerdo con este indicador, el activo corriente tiene la capacidad de pago de 4,54. Por lo que se entiende que la organización tiene un nivel de liquidez muy alto, y no se está aprovechando invirtiéndolo adecuadamente y así poder generar más ingresos.

Prueba ácida. Este indicador es de 2,46 lo cual se entiende que la organización cuenta con la capacidad para cancelar sus obligaciones corrientes, sin perder sus ventas de sus existencias, para cubrir sus obligaciones a corto plazo.

Capital de trabajo. La empresa cuenta con un capital de trabajo de \$ 14.500,00

La organización tiene un nivel de liquidez muy alto, y no se está aprovechando invirtiéndolo adecuadamente y así poder generar más ingresos, cuenta con la capacidad para cancelar sus obligaciones corrientes, sin perder sus ventas de sus existencias, para cubrir sus obligaciones a corto plazo.

La Casta Restaurante

Tabla 35-3: Indicadores de liquidez

N°	Indicador	Fórmula	
1	Liquidez Corriente	Activo corriente/ Pasivo corriente	1,39
2	Prueba Acida	Activo corriente – Inventarios / Pasivo corriente	1,20
3	Capital de trabajo	Activo corriente – Pasivo corriente	38.808,00

Fuente: Estados Financieros 2019 La Casta Restaurante

Elaborado por: Parra, L. 2020

Análisis

Liquidez corriente. De acuerdo con este indicador, el activo corriente tiene la capacidad de pago de 1,39 de tal manera que puede hacer frente a sus vencimientos de corto plazo.

Prueba ácida. Este indicador es de 1,20 lo cual se entiende que la organización cuenta con la capacidad para cancelar sus obligaciones corrientes, sin perder sus ventas de sus existencias, para cubrir sus obligaciones a corto plazo.

Capital de trabajo. La empresa cuenta con un capital de trabajo de \$ 38.808,00

La organización tiene la capacidad de pago de tal manera que puede hacer frente a sus vencimientos de corto plazo, la organización cuenta con la capacidad para cancelar sus obligaciones corrientes, sin perder sus ventas de sus existencias, para cubrir sus obligaciones a corto plazo.

Hostería Complejo Quinlata

Tabla 36-3: Indicadores de liquidez

N°	Indicador	Fórmula	
1	Liquidez Corriente	Activo corriente/ Pasivo corriente	2,09
2	Prueba Ácida	Activo corriente – Inventarios / Pasivo corriente	1,71
3	Capital de trabajo	Activo corriente – Pasivo corriente	31.500,00

Fuente: Estados de resultados 2019 Complejo Quinlata

Elaborado por: Parra, L. 2020

Análisis

Liquidez corriente. De acuerdo con este indicador, el activo corriente tiene la capacidad de pago de 2,09. Se entiende que la organización tiene un nivel de liquidez muy alto, de tal manera que no se está aprovechando invirtiéndolo adecuadamente y así poder generar más ingresos.

Prueba ácida. Este indicador es de 1,71 lo cual se entiende que la organización cuenta con la capacidad para cancelar sus obligaciones corrientes, sin perder sus ventas de sus existencias, es decir básicamente con sus saldos de efectivo, el de sus cuentas por cobrar y cubrir sus obligaciones a corto plazo.

Capital de trabajo. La empresa cuenta con un capital de trabajo de \$ 31.500,00

La organización tiene un nivel de liquidez muy alto, de tal manera que no se está aprovechando invirtiéndolo adecuadamente y así poder generar más ingresos, y cuenta con la capacidad para cancelar sus obligaciones corrientes, sin perder sus ventas de sus existencias, es decir básicamente con sus saldos de efectivo, el de sus cuentas por cobrar y cubrir sus obligaciones a corto plazo.

Hotel Casa del Valle

Tabla 37-3: Indicadores de liquidez

N°	Indicador	Fórmula	
1	Liquidez Corriente	Activo corriente/ Pasivo corriente	0,70
2	Prueba Ácida	Activo corriente – Inventarios / Pasivo corriente	0,87
3	Capital de trabajo	Activo corriente – Pasivo corriente	22.500,00

Fuente: Balance General 2019 La Casta Restaurante

Elaborado por: Parra, L. 2020

Análisis

Liquidez corriente. De acuerdo con este indicador, la capacidad de pago es de 0,70. Por lo que se entiende que la organización no tiene un nivel de liquidez muy alto, de tal manera la empresa no puede hacer frente a sus vencimientos a corto plazo.

Prueba ácida. Este indicador es de 0,87 lo cual se entiende que la organización no cuenta con la capacidad para cancelar sus obligaciones corrientes, perdiendo la venta de sus existencias, para cubrir sus obligaciones a corto plazo.

Capital de trabajo. La empresa cuenta con un capital de trabajo de \$ 22.500,00

Se entiende que la organización no tiene un nivel de liquidez muy alto, de tal manera la empresa no puede hacer frente a sus vencimientos a corto plazo, y no cuenta con la capacidad para cancelar sus obligaciones corrientes, perdiendo la venta de sus existencias, para cubrir sus obligaciones a corto plazo.

3.4.2.2 Indicadores de solvencia

Estos indicadores permiten medir en qué nivel los recursos de la organización se encuentran comprometidos con terceras personas.

Asadero Star

Tabla 38-3: Indicadores de solvencia

Nº	Indicador	Fórmula	
1	Endeudamiento del activo	Pasivo total / Activo total	36,07%
2	Endeudamiento del activo fijo	Patrimonio / Activo fijo neto	107,46%
3	Endeudamiento patrimonial	Pasivo total / Patrimonio	56,43%
4	Apalancamiento	Activo total / Patrimonio	156,43%

Fuente: Balance General 2019 Asadero Stars

Elaborado por: Parra, L. 2020

Análisis

Endeudamiento del Activo. Este indicador muestra un índice muy elevado de 36.07% lo cual nos indica que la empresa depende mucho de sus acreedores y que dispone una limitada capacidad de endeudamiento

Endeudamiento del Activo Fijo. De acuerdo con el indicador el índice es 107,46% el cual es muy elevado, lo que muestra que la totalidad del activo fijo se pudo haber financiado con el patrimonio de la empresa, sin necesidad de realizar préstamos a terceros.

Endeudamiento Patrimonial. El índice calculado muestra que el patrimonio de la empresa estuvo comprometido en un 56.43% con sus acreedores, es decir que por cada dólar invertido en el año, los acreedores aportaron con 0,56 centavos.

Apalancamiento. Por cada dólar de patrimonio que la empresa tuvo, se tuvieron deudas de \$1,56 el cual representa un 156,43% adquiriendo así un mayor nivel de deudas con los acreedores.

Según el análisis de los indicadores la empresa depende mucho de sus acreedores y que dispone una limitada capacidad de endeudamiento, el endeudamiento con el activo fijo es muy elevado, lo que muestra que la totalidad del activo fijo se pudo haber financiado con el patrimonio de la empresa, sin necesidad de realizar préstamos a terceros.

La Casta Restaurante

Tabla 39-3: Indicadores de solvencia

N°	Indicador	Fórmula	
1	Endeudamiento del activo	Pasivo total / Activo total	38%
2	Endeudamiento del activo fijo	Patrimonio / Activo fijo neto	45%
3	Endeudamiento patrimonial	Pasivo total / Patrimonio	60%
4	Apalancamiento	Activo total / Patrimonio	56%

Fuente: Balance General 2019 La Casta Restaurante

Elaborado por: Parra, L. 2020

Análisis

Endeudamiento del Activo. Este indicador muestra un índice muy elevado de 38% lo cual nos indica que la empresa depende mucho de sus acreedores y que dispone una limitada capacidad de endeudamiento

Endeudamiento del Activo Fijo. De acuerdo con el indicador el índice es 45%, lo que muestra que la totalidad del activo fijo se pudo haber financiado con el patrimonio de la empresa, sin necesidad de realizar préstamos a terceros.

Endeudamiento Patrimonial. El índice calculado muestra que el patrimonio de la empresa estuvo comprometido en un 60% con sus acreedores, es decir que por cada dólar invertido en el año, los acreedores aportaron con 0,60 centavos.

Apalancamiento. Por cada dólar de patrimonio que la empresa tuvo, se tuvieron deudas de \$0,56 ctvs el cual representa un 56% adquiriendo así un mayor nivel de deudas con los acreedores.

Mediante el análisis realizado no depende mucho de sus acreedores y que dispone una capacidad de endeudamiento, la totalidad del activo fijo se pudo haber financiado con el patrimonio de la empresa, sin necesidad de realizar préstamos a terceros.

Hostería Complejo Quinlata

Tabla 40-3: Indicadores de solvencia

N°	Indicador	Fórmula	%
1	Endeudamiento del activo	Pasivo total / Activo total	1,58%
2	Endeudamiento del activo fijo	Patrimonio / Activo fijo neto	0,67%
3	Endeudamiento patrimonial	Pasivo total / Patrimonio	1,74%
4	Apalancamiento	Activo total / Patrimonio	2,74%

Fuente: Balance General 2019 Complejo Quinlata

Elaborado por: Parra, L. 2020

Análisis

Endeudamiento del Activo. Este indicador muestra un índice muy elevado de 1,58% lo cual nos indica que la empresa depende mucho de sus acreedores y que dispone una limitada capacidad de endeudamiento

Endeudamiento del Activo Fijo. De acuerdo con el indicador el índice es 0,67% el cual es elevado, lo que muestra que la totalidad del activo fijo se pudo haber financiado con el patrimonio de la empresa, sin necesidad de realizar préstamos a terceros.

Endeudamiento Patrimonial. El índice calculado muestra que el patrimonio de la empresa estuvo comprometido en un 1,74% con sus acreedores.

Apalancamiento. Por cada dólar de patrimonio que la empresa tuvo, se tuvieron deudas de \$2,74 adquiriendo así un mayor nivel de deudas con los acreedores.

Referente al análisis realizado la empresa depende muchos de sus acreedores, y dispone una limitada capacidad de endeudamiento, seguidamente la totalidad del activo fijo se pudo haber financiado con el patrimonio de la empresa, sin necesidad de realizar préstamos a terceros.

Hotel Casa del Valle

Tabla 41-3: Indicadores de solvencia

Nº	Indicador	Fórmula	%
1	Endeudamiento del activo	Pasivo total / Activo total	62%
2	Endeudamiento del activo fijo	Patrimonio / Activo fijo neto	69%
3	Endeudamiento patrimonial	Pasivo total / Patrimonio	163%
4	Apalancamiento	Activo total / Patrimonio	263%

Fuente: Balance General 2019 Hotel Casa del Valle

Elaborado por: Parra, L. 2020

Análisis

Endeudamiento del Activo. Este indicador muestra un índice muy elevado de 62% lo cual nos indica que la empresa depende mucho de sus acreedores y que dispone una limitada capacidad de endeudamiento

Endeudamiento del Activo Fijo. De acuerdo con el indicador el índice es 69% el cual es elevado, lo que muestra que la totalidad del activo fijo se pudo haber financiado con el patrimonio de la empresa, sin necesidad de realizar préstamos a terceros.

Endeudamiento Patrimonial. El índice calculado muestra que el patrimonio de la empresa estuvo comprometido en un 163% con sus acreedores.

Apalancamiento. Según el indicador la empresa cuenta con el porcentaje muy elevado de 263% Por cada dólar de patrimonio que la empresa tuvo, se tuvieron deudas de \$2,74 adquiriendo así un mayor nivel de deudas con los acreedores.

Según los indicadores analizados, la empresa depende mucho de sus acreedores y que dispone una limitada capacidad de endeudamiento, muestra que la totalidad del activo fijo se pudo haber financiado con el patrimonio de la empresa, sin necesidad de realizar préstamos a terceros.

3.4.2.3 Indicadores de gestión

Los indicadores de gestión o de actividad muestran la eficiencia de la organización en la utilización de los recursos para generar ingresos.

Asadero Stars

Tabla 42-3: Indicadores de gestión

N°	Indicador	Fórmula	
1	Rotación de cartera	Ventas/ Cuentas por Cobrar	133 vcs
2	Rotación del activo fijo	Ventas/ Activo Fijo	2 vcs
3	Rotación de ventas	Ventas / Activo Total	1 vcs

Fuente: Balance General 2019 Asadero Stars

Elaborado por: Parra, L. 2020

Análisis

Rotación de Cartera. Según el indicador la cartera giró 133 veces en el año, lo que significa que la empresa tarda mucho tiempo en cobrar las deudas de los clientes.

Rotación del Activo Fijo. De acuerdo con el indicador los activos fijos rotan en el año 2 veces el valor de lo invertido en activo fijo lo cual quiere decir que rotan cada 136 días.

Rotación de Ventas. El índice calculado nos indica que en un año los activos rotaron 1 vez, lo que significa mientras mayor sea el número de ventas que se pueda realizar con determinada inversión, más eficiente será la dirección del negocio.

Según los indicadores analizados la empresa tarda mucho tiempo en cobrar las deudas de los clientes, debería utilizar otros métodos para cobrar las deudas a los clientes de una manera más rápida.

La Casta restaurante

Tabla 43-3: Indicadores de gestión

N°	Indicador	Fórmula	
1	Rotación de Cartera	Ventas/ Cuentas por Cobrar	25 vcs
2	Rotación del Activo Fijo	Ventas/ Activo Fijo	2 vcs
3	Rotación de Ventas	Ventas / Activo Total	1 vcs

Fuente: Balance General 2019 La Casta Restaurante

Elaborado por: Parra, L. 2020

Análisis

Rotación de Cartera. De acuerdo con el indicador la cartera giró 25 veces en el año, lo que significa que la empresa tarda mucho tiempo en cobrar las deudas de los clientes

Rotación del Activo Fijo. Según el indicador los activos fijos rotaron en el año 2 veces el valor de lo invertido en activos fijos.

Rotación de Ventas. El índice calculado nos indica que en un año los activos rotaron 1 vez, lo que significa mientras mayor sea el número de ventas que se pueda realizar con determinada inversión, más eficiente será la dirección del restaurante.

La empresa debe determinar métodos de cobro más apresurados, de la misma manera mientras mayor sea el número de ventas que se pueda realizar con determinada inversión, más eficiente será la dirección del restaurante

Complejo Quinlata

Tabla 44-3: Indicadores de gestión

Nº	Indicador	Fórmula	
1	Rotación de Cartera	Ventas/ Cuentas por Cobrar	40 vcs
2	Rotación del Activo Fijo	Ventas/ Activo Fijo	1 vcs
3	Gastos administrativos y de venta	Gastos administrativos y de ventas/ ventas	0,43 vcs

Fuente: Balance General 2019 Complejo Quinlata

Elaborado por: Parra, L. 2020

Análisis

Rotación de Cartera. De acuerdo con el indicador la cartera giró 40 veces en el año, lo que significa que la empresa tarda mucho tiempo en cobrar las deudas de los clientes

Rotación del Activo Fijo. Según el indicador los activos fijos rotaron en el año 1 vez el valor de lo invertido en activos fijos.

Rotación de Ventas. El índice calculado nos indica que en un año los activos rotaron 0,43 veces, lo que significa mientras mayor sea el número de ventas que se pueda realizar con determinada inversión, más eficiente será la dirección del restaurante.

En relación a los análisis realizados la empresa debe incrementar métodos de cobro, y mientras mayor sea el número de ventas que se pueda realizar con determinada inversión, más eficiente será la dirección del restaurante.

Hotel Casa del Valle

Tabla 45-3: Indicadores de gestión

Nº	Indicador	Fórmula	
1	Rotación de Cartera	Ventas/ Cuentas por Cobrar	20 vcs
2	Rotación del Activo Fijo	Ventas/ Activo Fijo	0,58 vcs
3	Gastos administrativos y de venta	Gastos administrativos y de ventas/ ventas	0,11 vcs

Fuente: Balance General 2019 Hotel Casa del Valle

Elaborado por: Parra, L. 2020

Análisis

Rotación de Cartera. De acuerdo con el indicador la cartera giró 20 veces en el año, lo que significa que la empresa tarda mucho tiempo en cobrar las deudas de los clientes

Rotación del Activo Fijo. Según el indicador los activos fijos rotaron en el año 0,58 veces el valor de lo invertido en activos fijos.

Rotación de Ventas. El índice calculado nos indica que en un año los activos rotaron 0,11 veces, lo que significa mientras mayor sea el número de ventas que se pueda realizar con determinada inversión, más eficiente será la dirección del restaurante.

De acuerdo con los análisis la empresa tarda mucho tiempo en cobrar sus deudas con sus clientes, debería incrementar métodos de cobros más ágiles.

3.4.2.4 Análisis de indicadores de rentabilidad

Estos indicadores muestran la capacidad del activo para producir utilidades, independientemente de la forma como haya sido financiado, ya sea con deuda o patrimonio.

Asadero Star

Tabla 46-3: Indicadores de rentabilidad

Nº	Indicador	Fórmula	
1	Rentabilidad Neta del Activo (ROA)	Utilidad Neta / Activo Total	21,36%
2	Margen Bruto	Ventas netas – Costo de ventas / Ventas	-5,11%
3	Rentabilidad sobre ventas	Utilidad neta / Ventas	14,16%
5	Rentabilidad sobre el patrimonio (ROE)	Utilidad Neta / Patrimonio	33,42%

Fuente: Balance General 2019 Asadero Star

Elaborado por: Parra, L. 2020

Análisis

Rentabilidad Neta del Activo (ROA). La capacidad de los activos para generar rentabilidad fue de 21,36%

Margen Bruto. La organización tuvo un margen bruto negativo de -5,11%.

Rentabilidad sobre ventas. Este indicador indica que en el año la capacidad lucrativa en el giro del negocio fue de 14,6%

Rentabilidad sobre el patrimonio (ROE) Después del cálculo del indicador correspondiente, se determinó que la empresa generó 33,42% en relación al patrimonio, lo que significa que estos márgenes de utilidad corresponden al dinero propio que la organización utilizó para su financiamiento.

La Casta restaurante

Tabla 47-3: Indicadores de rentabilidad

N°	Indicador	Fórmula	
1	Rentabilidad Neta del Activo (ROA)	Utilidad Neta / Activo Total	9%
2	Margen Bruto	Ventas netas – Costo de ventas / Ventas	74%
3	Rentabilidad sobre ventas	Utilidad neta / Ventas	11%
5	Rentabilidad sobre el patrimonio (ROE)	Utilidad Neta / Patrimonio	14%

Fuente: Balance General 2019 La Casta Restaurante

Elaborado por: Parra, L. 2020

Análisis

Rentabilidad Neta del Activo (ROA). La capacidad de los activos para generar rentabilidad fue de 9%

Margen Bruto. La organización tuvo un margen bruto de 74%.

Rentabilidad sobre ventas. Este indicador indica que en el año la capacidad lucrativa en el giro del negocio fue de 11%

Rentabilidad sobre el patrimonio (ROE) Después del cálculo del indicador correspondiente, se determinó que la empresa generó 14% en relación al patrimonio, lo que significa que estos márgenes de utilidad corresponden al dinero propio que la organización utilizó para su financiamiento.

Complejo Quinlata

Tabla 48-3: Indicadores de rentabilidad

N°	Indicador	Fórmula	
1	Rentabilidad Neta del Activo (ROA)	Utilidad Neta / Activo Total	10%
2	Margen Bruto	Ventas netas – Costo de ventas / Ventas	80%
3	Rentabilidad sobre ventas	Utilidad neta / Ventas	23%
5	Rentabilidad sobre el patrimonio (ROE)	Utilidad Neta / Patrimonio	27%

Fuente: Balance General 2019 Complejo Quinlata

Elaborado por: Parra, L. 2020

Análisis

Rentabilidad Neta del Activo (ROA). La capacidad de los activos para generar rentabilidad fue de 10%

Margen Bruto. La organización tuvo un margen bruto de 80%.

Rentabilidad sobre ventas. Este indicador indica que en el año la capacidad lucrativa en el giro del negocio fue de 23%

Rentabilidad sobre el patrimonio (ROE) Después del cálculo del indicador correspondiente, se determinó que la empresa generó 27% en relación al patrimonio, lo que significa que estos

márgenes de utilidad corresponden al dinero propio que la organización utilizó para su financiamiento.

Hotel Casa del Valle

Tabla 49-3: Indicadores de rentabilidad

N°	Indicador	Fórmula	
1	Rentabilidad Neta del Activo (ROA)	Utilidad Neta / Activo Total	29%
2	Margen Bruto	Ventas netas – Costo de ventas / Ventas	18%
3	Rentabilidad sobre ventas	Utilidad neta / Ventas	24%
5	Rentabilidad sobre el patrimonio (ROE)	Utilidad Neta / Patrimonio	33%

Fuente: Balance General 2019 Hotel Casa del Valle

Elaborado por: Parra, L. 2020

Análisis

Rentabilidad Neta del Activo (ROA). La capacidad de los activos para generar rentabilidad fue de 29%

Margen Bruto. La organización tuvo un margen bruto de 18%.

Rentabilidad sobre ventas. Este indicador indica que en el año la capacidad lucrativa en el giro del negocio fue de 24%

Rentabilidad sobre el patrimonio (ROE) Después del cálculo del indicador correspondiente, se determinó que la empresa generó 33% en relación al patrimonio, lo que significa que estos márgenes de utilidad corresponden al dinero propio que la organización utilizó para su financiamiento.

3.5 Formulación estratégica

Esta planificación propuesta tiene un horizonte de cinco años hasta el 2025, se vio en la necesidad de establecer una propuesta de reformulación de la misión y visión como elementos primordiales de la filosofía organizacional, con el fin de que las acciones propuestas estén alineadas a un direccionamiento estratégico.

3.5.1 Misión propuesta

Para el diseño de la misión de la organización se ha tomado en consideración los siguientes criterios:

- a) ¿Qué hace la asociación?
- b) ¿Para qué lo hace?
- c) ¿Con qué lo hace?
- d) ¿Cómo lo hace?

e) ¿Cuáles son los criterios que rige?

“Contribuir al desarrollo socioeconómico a los socios de la Cámara de Turismo del cantón Patate, promoviendo el turismo en todas sus dimensiones, mediante el trabajo con actores claves del sector público-privado y ser referencia como entidad representativa del sector turístico, velando por los intereses de nuestros socios, así como representándolos y promocionándolos, como una alternativa turística.”

3.5.2 *Visión propuesta*

Para el diseño de la visión organizacional, se considera los siguientes criterios:

- Tiempo
- Posición en el mercado
- Servicios
- Valores
- Principios

“Al 2025 la Cámara de Turismo del cantón Patate, será una asociación auto-sostenible, líder en la provincia en servicios turísticos, ofreciendo una alternativa turística sostenible, cumpliendo con todas las medidas de bioseguridad, bajo estándares internacionales de calidad, con enfoque en la responsabilidad social y ambiental”

3.5.3 *Diseño de estrategias*

Una vez realizado el diagnóstico estratégico, mediante el análisis de las fortalezas y debilidades internas, así mismo de las oportunidades y amenazas externas, a través del análisis FODA, se procede a construir la estrategias y su respectivo planteamiento de objetivos dentro enfocadas a los procesos:

- Financiero
- Promoción turística

A continuación se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 50-3: Diseño de estrategias

PROCESO	ESTRATEGIA	OBJETIVO
FINANCIERO	Optimizar costos y gastos	Lograr gastos menos del 30% sobre los ingresos
	Realizar y analizar estados financieros	Tomar decisiones acertadas
	Buscar fuentes de inversión	Aumentar el capital de La empresa
	Alianzas con entidades bancarias	Obtener facilidades y beneficios

CONTABILIDAD	Presentar estados financieros	Llevar un control minucioso de la Cámara de Turismo
	Tener un registro contable	Determinar valores reales, controlar el estado económico de la empresa.
	Cumplir con las obligaciones del SRI	Evitar multas y sanciones
ADMINISTRATIVO	Incrementar mecanismos para la captación de socios	Mayores ingresos económicos
	Cumplir con funciones establecidas	Tomar decisiones acertadas en cada área
	Incentivar a los socios	Tener la fidelidad de los socios
TURISMO	Difusión de servicios que oferta la cámara de turismo	Dar a conocer sobre los productos y servicios de la Cámara de turismo a nivel provincial y nacional
	Establecer convenios con entidades públicas y privadas	Gestionar convenios con el GAD Patate mediante conversatorios, para ejecutar nuevos proyectos viables.
	Reactivar el turismo	Promover nuevos lugares turísticos

Fuente: Cámara de Turismo

Elaborado por: Parra, L. 2020

3.5.4 Cuadro de control estratégico

Consecuente al diseño de estrategias, el cuadro de control estratégico, consiste en la definición de los distintos indicadores para cada estrategia, la fijación de los rangos de incumplimiento, aceptable y satisfacción, con el fin de tener una herramienta de control y evaluación.

Tabla 51-3: Cuadro de control estratégico

PROCESO	ESTRATEGIA	META	INCUMPLIMIENTO	ACEPTABLE	SATISFACCIÓN	RESPONSABLE
FINANCIERO	Optimizar costos y gastos	30%	<3%	3%	>3%	Técnico - Financiero
	Uso eficiente de los recursos financieros	50%	>50%	50%	<50%	
	Analizar estados financieros	100%	<100%	100%	>100%	
	Buscar fuentes de inversión	100%	<10%	100%	>10%	
CONTABILIDAD	Presentar estados financieros	100%	<100%	100%	>100%	Técnico - contable
	Tener un registro contable	100%	<100%	100%	>100%	
	Cumplir con las obligaciones del SRI	100%	<100%	100%	>100%	
ADMINISTRATIVO	Incrementar mecanismos para la captación de socios	100%	<30%	100%	>30%	Directiva
	Cumplir con funciones establecidas	100%	<100%	100%	>100%	
	Fortalecer la asociación	100%	<100%	100%	>100%	
	Incentivar a los socios	80%	<90%	80%	>90%	
TURISMO	Difusión de servicios y productos que oferta la cámara de turismo	100%	>90%	100%	<90%	Directiva
	Establecer convenios con entidades públicas y privadas	80%	<100%	80%	>100%	

Fuente: Cámara de Turismo, 2020

Elaborado por: Parra, L. 2021

3.6 Formulación financiera

La proyección de estados de resultados se realiza con el fin de conocer la evolución financiera de la asociación en el periodo planificado

3.6.1 Tasa de crecimiento sostenible

La tasa de crecimiento sostenible de la asociación es el porcentaje en el cual va a aumentar sus ingresos sin solicitar dinero prestado a los directivos o socios. Es decir incrementar el nivel de apalancamiento financiero.

$$TCS = (ROA)X(1 - FR)$$

$$TCS = (9\%)X(1 - 25)$$

$$TCS = (9\%)X(0,75)$$

$$TCS = 6.75\%$$

3.6.2 Estado de resultados proyectado

Tabla 52-3: Estado de resultados proyectado

CÁMARA DE TURISMO DEL CANTÓN PATATE ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO DEL 2021 AL 2025					
INGRESOS	2021	2022	2023	2024	2025
	20.000,00	21.350,00	2.791,13	24.329,53	25.971,77
TOTAL INGRESOS	20.000,00	21.350,00	22.791,13	24.329,53	25.971,77
COSTOS	6.000,00	6.405,00	6.837,34	7.298,86	7.791,53
TOTAL COSTOS	6.000,00	6.405,00	6.837,34	7.298,86	7.791,53
(=) UTILIDAD BRUTA	14.000,00	14.945,00	15.953,79	17.030,67	18.180,24
GASTOS					
Gastos Administrativos					
(-)Servicios Básicos	500,00	3.875,00	4.136,56	4.415,78	4.713,85
Total gastos administrativos	500,00	3.875,00	4.136,56	4.415,78	4.713,85
Gastos de venta					
(-)Publicidad	100,00	106,75	113,96	121,65	129,86
Total gastos de venta	100,00	106,75	113,96	121,65	129,86
(=)UTILIDAD OPERACIONAL	13.400,00	14.304,50	15.270,05	16.300,78	7.401,09
Gastos financieros					
(-) UTILIDAD ANTES 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	350,00	373,63	398,84	425,77	454,51
(=) UTILIDAD ANTES 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	13.050,00	13.930,88	14.871,21	15.875,02	16.946,58
15% Trabajadores					
(-) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	195.750,00	208.963,13	223.068,14	238.125,24	254.198,69
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	182.700,00	195.032,25	208.196,93	222.250,22	237.252,11
(-) 22% Impuesto a la renta					
(-) 22% Impuesto a la renta	40.194,00	42.907,10	45.803,32	48.895,05	52.195,46
(=) UTILIDAD NETA	142.506,00	152.125,16	162.393,60	173.355,17	185.056,65

Fuente: Estado de Resultados proyectado Cámara de Turismo del cantón Patate
Elaborado por: Parra, L. 2020

4. CONCLUSIONES

- La planificación elaborada generó estrategias tales como la optimización de sus ingresos y gastos, y la eficiencia en el uso de recursos en los procesos internos las mismas que pueden ser aplicada en cada agremiado, como una herramienta para el logro del objetivo general planteado en esta investigación, que es proporcional el crecimiento económico de la Cámara de Turismo
- El desarrollo del marco teórico permitió conocer con profundidad cada elemento conceptual, para darle un tratamiento adecuado y así realizar la propuesta, lo que permitió una aplicación efectiva de cada una de las fases de la planificación elaborada.
- Se aplicó la propuesta y se realizó la investigación de campo, resultó complicado el levantamiento de los datos en forma metódica, ya que cada agremiado tiene sus propias dinámicas y su forma de manejo de la información, esto implicó la necesidad de adaptación, requiriendo así algún estudio ya que en la práctica debe tomarse en cuenta, lo que constituyó un aprendizaje relevante sobre la comunidad, a su vez es importante que el investigador se acomode a las condiciones que la vida le presenta.
- La propuesta realizada aplicó los elementos del diagnóstico financiero, y el diagnóstico estratégico. A partir del diagnóstico estratégico se formuló la nueva misión y visión, que inicialmente estaba planteada hasta el año 2021 y que se extendió hasta el año 2025, y se diseñó las estrategias con el fin de ampliar la planificación en busca de resultados reales al momento de la ejecución efectiva por parte de la organización. En función del diagnóstico financiero, se identificó debilidades financieras puntuales como la carencia de una buena cultura financiera y la un mal control de los recursos financieros. Consecuentemente se elaboró el estado de resultados a partir de un estado financiero de un contribuyente, se calculó la rentabilidad bruta y neta proyectada para los años planificados, obteniendo resultados positivos que evidencian el aporte que dará la el presente trabajo al mejoramiento de la rentabilidad de la Cámara de Turismo.

5. RECOMENDACIONES

- Es muy recomendable que la Cámara de Turismo del cantón Patate aplique la planificación financiera ya que será muy útil para lograr objetivos y metas que serán en beneficio de su crecimiento y desarrollo.
- Se recomienda a los directivos de la cámara, capacitarse de manera constante y adquirir conocimientos en el ámbito de la gestión financiera lo cual ayudará a tomar decisiones, de la misma manera a los agremiados capacitarse en temas como cultura financiera, de así proponer acciones de mejores a partir del análisis de estados financieros.
- Se recomienda realizar un control y evaluación de manera frecuente y permanente de los recursos financieros de la organización, con el fin de fortalecer las acciones y estrategias para el logro del objetivo organizacional.
- Se recomienda una manifestación constante de los elementos filosóficos de la cámara como: misión, visión, valores mediante infografías u otras estrategias acordes lo cual permita el empoderamiento de la organización por parte de los directivos, y socios.


BIBLIOGRAFÍA

- Alvarado, B. S. (2020). *Desarrollo de una planificación estratégica para la Compañía de Taxis Las Playas de Santo Domingo S.A. TRANSPLAYASA., periodo 2020-2025*. Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/14326>
- Bodie, Z., & Merton, R. (2004). *Finanzas*. Mexico: Pearson Educacion.
- Bogdanski, T. (2016). *Análisis Financieros*. Unid Editorial Digital.
- Carrillo, K. V. (2019). *Planeación Estrategica para la Cámara de Turismo del canton Patate, provincia de Tungurahua [Tesis de Ingenieria, UNIANDES]*. Repositorio Institucional.
- Castro, A. M. (2014). *Planeacion Financiera*. Mexico: Grupo Editorial Patria.
- Castro, A. M. (2015). *Planeacion Financier*. Mexico: Patria.
- Ferrez, P. C. (2016). *Planificaciòn Financiera*. Madrid: Esic Editorial.
- Fuentes, J. C. (2017). *Estados Financieros Básicos*. Editorial Isef Empresa Lider.
- Gaitan, R. E. (2017). *Estados Financieros básicos bajo NIC/NIIF*. Colombia: ECOE EDICIONES.
- GARÓFALO, M. (2014). *Auditoría financiera a la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Empresa Eléctrica Riobamba”, provincia de Chimborazo, periodo 2014*. Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/5666/1/82T00517.pdf>
- Gobierno de Canarias. (Mayo de 2012). Obtenido de <https://www3.gobiernodecanarias.org/medusa/ecoblog/cperpad/files/2012/05/tema1empresa.pdf>
- Gonzalez, O. (20 de Agosto de 2013). *Razones Financieras* . Obtenido de <http://www.nunezdubonyasociados.com/sitio/index.php/noticias/341-razones-financieras>
- Grupo Faro. (07 de Agosto de 2020). *Sector turistico en Ecuador retos despues del COVID-19*. Obtenido de https://grupofaro.org/wp-content/uploads/2020/08/FACTSHEET-TURISMO_compressed.pdf
- Hernandez, A. G. (2014). *Estrategias financieras empresariales*. Mexico: Grupo Editorial Patria.
- Langarica, C. C. (2019). *Análisis e interpretación de estados financieros*. PACJ 13va. Edicion .
- Ley de Cámaras de Turismo y su Federacion Nacional. (2002). Congreso Nacional . Quito.
- Ley de Turismo. (29 de Diciembre de 2014). Congreso Nacional. Quito. Obtenido de Congreso Nacional: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Monica Aguirre. (2020). *Planificacion Financiera Empresarial*. Sangolqui, Ecuador: ESPE-INNOVATIVA E.P.
- Organización Mundial del Turismo. (29 de Julio de 2020). *EL IMPACTO DE LA COVID-19 EN EL TURISMO MUNDIAL QUEDA PATENTE EN LOS DATOS DE LA OMT SOBRE EL COSTE DE LA PARÁLISIS*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/news/el-impacto-de-la-covid-19-en-el-turismo-mundial-queda-patente-en-los-datos-de-la-omt-sobre-el-coste-de-la-paralisis>


- Padilla, M. C. (2017). *Gestion Financiera*. Bogota: ECOE EDICIONES.
- Paredes, B. E. (2017). *Plan financiero para conocer la viabilidad económica en el corto plazo de la Empresa Constructora "AKCONSTRUCTIONS" del cantón Guano provincia de Chimborazo*. Obtenido de <http://dspace.espoch.edu.ec/handle/123456789/7741>
- Ricalde, M. d. (2015). *Proceso Administrativo*. Mexico: EDU UNID.
- Servicio de Rentas Internas. (s.f.). *Registro Unico de Contribuyentes*. Obtenido de <https://www.sri.gob.ec/web/guest/RUC>
- Toro, D. B. (2015). *Analisis Financiero enfoque y proyecciones*. Bogotá: ECOE EDICIONES.
- UNAM. (s.f.). *Proceso Administrativo*. Obtenido de <http://fcaenlinea.unam.mx/2006/1130/docs/unidad8.pdf>
- Universidad del Norte Colombia. (35 de diciembre de 2013). *Pensamiento y Gestion* . Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/646/64629832007.pdf>
- Villacres, R. M. (2016). *Planificación financiera y su influencia en la rentabilidad de la Empresa "Textiles Industriales Ambateños" TEIMSA S.A, del periodo 2015*. Obtenido de <http://dspace.espoch.edu.ec/handle/123456789/7532>
- Visuete, J. D. (2019). *Planificación financiera y su incidencia en la rentabilidad de la Asociación "Emprendedores 21 de Abril" de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, año 2017*. Obtenido de <http://dspace.espoch.edu.ec/handle/123456789/11305>

ANEXOS

Anexo A: MODELO DE ENCUESTA DIRIGIDA A SOCIOS



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA DE FINANZAS



ENCUESTA DIRIGIDA A LOS SOCIOS DE LA CÁMARA DE TURISMO DEL
CANTÓN PATATE

Instrucciones: Sírvase contestar las siguientes preguntas, marque con una (X) la opción que considere adecuada

Objetivo: Recopilar información acerca de las necesidades existentes para las cuales se requiere diseñar una planificación financiera en la Cámara de Turismo del cantón Patate

CUESTIONARIO

1.- ¿Conoce usted si la Cámara de Turismo cuenta con una misión, visión, objetivos a corto y largo plazo, metas, políticas y valores organizacionales?
Si conozco () Tal vez si existe () No conozco ()

2.- ¿Conoce usted si la Cámara de Turismo cuenta con una planificación financiera?
Si conozco () Tal vez si existe () No conozco ()

3.- ¿Lleva usted un correcto control de sus ingresos y gastos?
Si () No ()

4.- ¿Es usted contribuyente especial?
Si () No ()

5.- ¿En su negocio existe un seguimiento a las metas planificadas?
Si () No ()

6.- ¿Conoce usted la situación financiera actual de la Cámara de Turismo?
Si () No ()

7.- ¿En su negocio, cuenta con control correcto para el uso eficiente de los recursos financieros?
Si () No ()

8.- ¿Cuándo existe alguna necesidad financiera en la Cámara de Turismo, considera que la reacción de la administración es inmediata?
Si () No ()



9.- ¿Cree usted que es importante que las decisiones tomadas por la administración se deben basar en función de una planificación financiera?
Si () No ()

10.- ¿Cree usted que es necesario el diseño de una planificación financiera para llevar un control correcto de ingresos y gastos?
Si () No ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXOS

Anexo B: MODELO DE ENCUESTA DIRIGIDA A DIRECTIVOS



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA DE FINANZAS

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS DIRECTIVOS DE LA CÁMARA DE TURISMO DEL CANTÓN PATATE

Instrucciones: Sirvase contestar las siguientes preguntas, marque con una (X) la opción que considere adecuada

Objetivo: Recopilar información acerca de las necesidades existentes para las cuales se requiere diseñar una planificación financiera en la Cámara de Turismo del cantón Patate

CUESTIONARIO

1.- ¿Conoce usted si la asociación cuenta con una misión, visión, objetivos a corto y largo plazo, metas, políticas y valores organizacionales?
Si conozco () Tal vez si existe () No conozco ()

2.- ¿Cómo considera usted la gestión financiera de la Cámara de Turismo?
Excelente () Muy buena () Buena () Regular () Mala ()

3.- ¿Conoce usted si la Cámara de Turismo cuenta con una planificación financiera?
Si () No ()

4.- ¿Existe un control y análisis de los recursos financieros de la Cámara de Turismo?
Si () No ()

5.- ¿La Cámara de Turismo cuenta con estados financieros?
Si () No ()

6.- ¿Cree que la realización de estados financieros permitirá llevar un control adecuado de ingresos y gastos?
Si () No ()

7.- ¿Considera usted que el análisis de los estados financieros permitirá tomar decisiones acertadas para la Cámara de Turismo?
Si () No ()

8.- ¿Cree usted que es necesario la implementación de una planificación financiera en la Cámara de Turismo?
Si () No ()

9.- ¿Cómo considera usted la implementación de una planificación financiera en la Cámara de Turismo?
Muy importante () Importante () Poco importante () No es importante ()

10.- ¿Cuenta con control correcto para el uso eficiente de los recursos financieros?
Si () No ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo C: APLICACIÓN DE ENCUESTAS





