



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA

**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y GESTIÓN
EMPRESARIAL**

TESIS DE GRADO

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO
COMERCIAL**

TEMA:

**“ANÁLISIS DE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA, ECONÓMICA Y
FINANCIERA DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA DEL CANTÓN
MONTALVO, PROVINCIA DE LOS RÍOS Y SU INFLUENCIA EN EL
DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DE SUS HABITANTES”**

EGRESADAS:

**CAMACHO RAMIREZ DIANA MARICELA
NOVOA LOOR ROSA YOLANDA**

**DIRECTOR DE TESIS
ING. FABIAN TOSCANO RUIZ. MAE**

**LECTORA DE TESIS
ING. JANET BONILLA. MAE**

AÑO: 2011

AGRADECIMIENTO

Agradezco a DIOS, a mis padres, mis hermanos, a mi amiga y demás familiares que han hecho posible la elaboración de la presente tesis brindándome su apoyo incondicional para que la misma llegue a su feliz término.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por brindarme la dicha de darme la vida y fuerzas para cumplir mi objetivo, a mis valiosos padres lo mas importante en mi vida a mis hermanos Lili y Ernesto, a mi amiga Diana y demás personas y familiares quienes los llevo en el corazón por apoyarme hasta el fin.

DEDICATORIA

Este esfuerzo se lo dedico a Dios ya que por medio de su amor y generosidad divina ha sido mi inspiración y alimento espiritual en el trayecto de toda mi vida y por ende de mi carrera universitaria.

A mis padres, quienes con su comprensión, amor y esfuerzo han sabido guiarme por el camino de la dedicación y responsabilidad, para así alcanzar una profesión que será el sustento del mañana.

DEDICATORIA

Este esfuerzo se lo dedico a mis padres por estar siempre junto a mí en los buenos y malos momentos, por su

comprensión y sacrificio, por haberme dado la oportunidad y apoyarme para de esta manera poder cumplir con esta meta.

A quienes son y serán mi ejemplo, los cuales no dejaron que desmaye y me dieron fuerzas para seguir adelante, mis hermanos

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE TESIS

Las autoras de esta investigación declaran que no existen investigación alguna del tema: **ANALISIS DE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA, ECONÓMICA Y FINANCIERA DE LA ACTIVIDAD TURISTICA DEL CANTON MONTALVO, PROVINCIA DE LOS RIOS Y SU INFLUENCIA EN EL DESARROLLO SOCIO ECONÓMICA DE SUS HABITANTES**, en la Facultad de Administración de Empresas y Gestión Empresarial.

AUTORAS

NOVOA LOOR ROSA YOLANDA

CAMACHO RAMÍREZ DIANA MARICELA

INTRODUCCIÓN

La presente propuesta de Tesis enfoca una temática no tratada comúnmente en investigaciones administrativas, como es el análisis administrativo, económico y financiero de una actividad que genera recursos a una comunidad.

Consideramos una investigación de suma importancia ya que nos permitirá determinar los mecanismos para aplicar concepciones de oferta y demanda en la práctica, así como desarrollar estudios administrativos-legales y económicos-financieros.

En el documento encontramos en detalle el proceso a desarrollar en la investigación, sustentado con citas bibliográficas referentes a cada una de las temáticas a tratar, así conceptualizamos oferta, demanda, precio, calidad, financiamiento, y el aspecto de pronósticos financieros.

Los problemas que planteamos son reales, los cuales han sido determinados por la observación y que pueden ser superados por medio de la investigación y su aplicación a futuro, teniendo como beneficiarios directos a los turistas que visitan el cantón Montalvo y a los inversionistas de centros turísticos ya instalados.

El presupuesto para desarrollar la investigación es asumida por los investigadores y sus egresos son justificados en el punto (9), así como también describimos en un gráfico de Gantt las etapas a desarrollar en el estudio.

CAPITULO I.-CAMPO CONTEXTUAL PROBLEMÁTICO

“La República del Ecuador está situada en el hemisferio occidental, al Noroeste de América del Sur. Su territorio continental está ubicado entre las latitudes 01° 27’ 06” N y 05° 00’ 56” S y de longitud 75° 11’ 49” W a 81° 00’ 40” W.

El Ecuador es un Estado soberano, independiente, democrático y unitario. Su gobierno es republicano, presidencial, electivo, representativo, responsable y alternativo. La soberanía radica en el pueblo que lo ejerce por los órganos de poder público. el idioma es el castellano. El quichua y las demás lenguas aborígenes forman parte de la cultura nacional.”.¹

Ecuador siendo un país subdesarrollado y dependiente hasta el año 1971 de las exportaciones agrícolas, a partir de este año la política económica ecuatoriana gravita alrededor de la explotación petrolera, convirtiéndose en la segunda productora de petróleo del continente, después de Venezuela.

La modernización del Estado se da en un contexto internacional dinámico dirigido al área industrial, naciendo una nueva modalidad de dependencia en base a las exportaciones de materias primas.

La población ecuatoriana con el “boom” petrolero en cierta forma tuvo una mejor forma de vida, esto se da en base al endeudamiento externo del país, dineros que han sido mal utilizados por los gobiernos de turno, llegando a su máxima expresión en el Gobierno demócrata popular, donde el nivel de inflación obligo a dolarizar nuestro sistema económico.

¹ INSTITUTO GEOGRAFICO MILITAR en, Atlas del Ecuador.

En los últimos años la actividad turística en el Ecuador se ha convertido en ingreso de divisas, el turismo receptivo es una de las fuentes, lo cual es complementado con el turismo interno.

“La Provincia de Los Ríos se encuentra en la región litoral, en la Cuenca del río Guayas. Limita al Norte con la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, al Sur, con la provincia del Guayas, al Este, con las provincias de Cotopaxi y Bolívar; y, al Oeste, con las provincias de Guayas y Manabí, su capital es Babahoyo, fundada el 6 de octubre de 1860. Tiene una superficie de 6.254 Km²., con 662.844 habitantes”.²

La provincia de los Ríos tiene una serie de atractivos turísticos que no son aprovechados, antigua región de los Babahuyus, Huancavilcas, Quitus-caras, se convierte en época de la colonia e independencia en tránsito obligado hacia la región sierra, así por Babahoyo y Montalvo pasa el Camino Real, la primera vía de comunicación terrestre entre costa y sierra, por la cual transitaban las tropas libertarias comandadas por Antonio José de Sucre.

Se considera como sitios de mayor afluencia turística, al Cerro Cachari, la casa principal de la Hacienda Virginia, la Plaza de Chilintomo, el ingenio Isabel María, en cuyo terreno se encontró una tola o tumba de un jefe Cacique, en las antiguas haciendas Chorrea y Tejar se han localizado restos arqueológicos.

² INSTITUTO GEOGRAFICO MILITAR en, Atlas del Ecuador

Montalvo antiguamente se la conocía con el nombre de Sabaneta y por el pasaba el Camino Real, donde transitaron los Incas, españoles y los ejércitos patriotas, además esta ruta unía la costa con la sierra.

Según la Ley de división Territorial del 25 de junio de 1824, decretada por el Gobierno de Colombia, aparece Sabaneta como parroquia de Babahoyo. Históricamente la parroquia Sabaneta cambia de ubicación a unos ocho kilómetros de distancia, a una zona más alta y también cambia su nombre por el de Montalvo, según Acuerdo Municipal del 17 de mayo de 1904. El 10 de Agosto de 1905 se reconoció oficialmente el nuevo asiento parroquial, estando como Presidente el General Eloy Alfaro. El 8 de febrero de 1906 se dicta la Ordenanza en la cual se oficializa el cambio de nombre. El 18 de abril de 1984, Montalvo se transforma en Cantón, siendo Presidente del Congreso Nacional el Sr. Gary esparza Fabiany.

A partir del año 1990 el sector del cantón Montalvo, específicamente las playas del Río Cristal se convierte en balneario, donde salen los fines de semana ciudadanos de Babahoyo y lugares cercanos, huyendo del calor sofocante, para bañarse en sus aguas transparentes y frías, esto origina que por el año 1993 en el sector de Pisagua Bajo se instale el Complejo Turístico “Cristal”, y posteriormente los Complejos turísticos “Pisagua”, y “La Perla”, atrayendo no solo turistas de Babahoyo, sino a la propia ciudadanía del cantón Montalvo y sus alrededores, así como de la ciudad de Guayaquil, que ven una opción de

recreación no contaminante y económica, considerando que el transporte de Guayaquil a Pisagua, cuesta dos dólares (US\$2.00) y el tiempo del viaje es de aproximadamente 90 minutos, con una vía de primer orden y transporte cómodos y modernos. Este turismo también se receipta de la provincia de Bolívar, en época de verano.

El estudio propuesto, se sustenta en que la actividad turística de manera significativa influye en el quehacer diario de los habitantes del cantón Montalvo y por ende tiene un efecto socioeconómico.

1.1 Situación problemática

Actualmente la actividad turística en el cantón Montalvo se desarrolla en las orillas de los Ríos Cristal y Potosí; y, en centros turísticos que cuentan con una infraestructura básica, esto es: dos piscinas y un local para el expendio de refrescos, bebidas y alimentos.

Los fines de semana vienen turistas de Vinces, Balzar, Guayaquil, Durán, Milagro, Babahoyo, en época de invierno; y, de la sierra, especialmente de la provincia de Bolívar, en el verano.

El turismo ha desarrollado otras actividades económicas complementarias, como: hotelería, transporte público, comedores, venta de ropa, los cuales no han sido cuantificados en el aspecto socioeconómico.

Desconocemos la forma de desarrollar la gestión empresarial por los actores económicos vinculados a la actividad turística, entre ellos tenemos a paradores turísticos, comedores, locales de ventas varias, transporte.

1.2 Problema de investigación

El turismo en Montalvo, se ha convertido en una actividad empresarial, pero no se conoce el aspecto administrativo, económico y financiero de estos negocios y cómo influye en el desarrollo socioeconómico de la población, al vincular otro tipo de negocios complementarios.

Ante esto nos preguntamos:

¿Cómo influye la gestión administrativa, económica y financiera de la actividad turística del cantón Montalvo, Provincia de Los Ríos, en el desarrollo socioeconómico de sus habitantes?

1.3 Problemas derivados

Lo anterior expuesto, conlleva a identificar los siguientes problemas derivados:

¿De qué manera satisfacen la demanda de los turistas, la oferta de los actores económicos que existen en el cantón Montalvo?

¿Cómo la ciencia y la técnica aplicada al modelo de gestión de los actores económicos de la actividad turística del cantón Montalvo influyen en sus habitantes?

¿Cómo puede influir la gestión técnica de los actores económicos de la actividad turística para mejorar el ingreso económico de los habitantes del cantón Montalvo?

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo General

Desarrollar un análisis de la gestión administrativa, económica y financiera de la actividad turística del cantón Montalvo, Provincia de Los Ríos, y su influencia con el desarrollo socioeconómico de sus habitantes.

1.4.2 Objetivos Específicos

- 1.4.2.1 Determinar la oferta y la demanda vinculada a la actividad turística en el cantón Montalvo, provincia de Los Ríos
- 1.4.2.2 Identificar los modelos de gestión de las actividades económicas vinculadas a la actividad turística del cantón Montalvo
- 1.4.2.3 Recomendar alternativas de gestión empresarial en el manejo de la actividad turística local.

1.5 Delimitación de la investigación

La investigación se limita a:

- ◆ La investigación se desarrollará en el Cantón Montalvo, utilizando como población de estudio al turista que visita en forma cotidiana este cantón, así como la población que vive en el mismo y que se beneficia de esta actividad.

- ◆ El análisis del proceso de gestión administrativa, económica y financiera de la actividad turística desarrollada en el cantón Montalvo, Provincia de Los Ríos.

- ◆ El proceso investigativo se desarrollará desde el mes de julio del 2010 y culminará en diciembre del mismo año, cuando se presente el informe final de Tesis.

1.6 Justificación

Al existir una comprobada actividad turística en el cantón Montalvo, consideramos pertinente efectuar un estudio administrativo, económico y financiero para determinar el modelo de gestión que se está aplicando y como se contribuye al desarrollo socioeconómico de los pobladores.

Consideramos importante la presente investigación, primeramente permite aplicar conocimientos teóricos de Administración de Empresas, también porque el análisis propuesto va a identificar un modelo de gestión, a los beneficiarios directos e indirectos de la actividad turística; y, proponer recomendaciones para afianzar lo positivo y superar lo negativo que se detecte en el desarrollo del estudio.

El estudio propuesto es factible de desarrollarlo, para lo cual se aplican concepciones de investigación científica y administración de empresas. Estudio dirigido a una población que está inmersa en una sociedad local con altos índices de visitantes de costa y sierra los fines de semana. También existe la cooperación en la investigación de las familias propietarias de los paraderos turísticos, para dar a conocer sobre su gestión en la dirección de sus negocios.

El desarrollo del estudio va a beneficiar directamente a los propietarios de los negocios, porque se van a determinar sus aciertos y deficiencias en la gestión administrativa de su actividad empresarial, también será beneficiada la población que indirectamente dependen de la actividad turística interna, ya que conocerán como ellos pueden elevar el beneficio de este renglón empresarial.

Porque el turismo ha adquirido, como actividad socio económica, una importancia cada vez mayor. Así lo revelan las distintas fuentes de información, coincidiendo con que esta afirmación se corrobora no sólo en los sitios cuya oferta se vincula con las actividades de esparcimiento y recreación orientadas a la demanda de mayor poder adquisitivo, sino también en los lugares donde el atractivo es histórico, cultural, o natural. Sobre el particular se cita a continuación algunos datos y opiniones especializadas

CAPITULO II MARCO DE REFERENCIA

2.1 Marco teórico

Con la finalidad de fundamentar el estudio propuesto, nos permitimos citar temáticas vinculadas directamente al tema de investigación, así:

“Ecuador país de contrastes, ubicado en los dos hemisferios, Norte y sur, presenta el escenario adecuado para desarrollar en él, en forma óptima el turismo, como una actividad que humaniza e integra, proporcionando a la vez divisas para el país y satisfacción para el turista.

Este país pequeño en extensión, pero grande en recursos naturales, ha desarrollado en los últimos tiempos, la actividad turística, reflejado por el incremento de infraestructura hotelera y de servicios en todas las provincias poseedoras de grandes atractivos que son la admiración de propios y extraños.

La multivariedad de su geografía, vista desde los cuatro puntos cardinales, es de características excepcionales que reflejan la incomparable belleza de nuestras regiones naturales como los páramos y bajonales, que se integran con variedad de cultivos , los macizos andinos con onduladas pendientes, adornados por lagunas, el frío gélido a pocos minutos de valles cálidos, plétóricos de verdor con cañaverales, plantaciones de café, banano, arroz y acogedoras playas, todos estos unidos por arterias viales terrestres y por ríos que constituyen verdaderos caminos de agua y sirven de vías de comunicación en el transporte fluvial.

La riqueza turística del país permite detenerse sobre la tersa superficie de sus lagos y admirar la belleza que ellos encierran, visitar las playas y balnearios del Pacífico, conocer el mundo selvático costeño, transformado en algunos lugares por la agricultura de plantación, observar los paisajes grandiosos de la cordillera

andina, sus volcanes de cumbres nevadas, las cuencas pintorescas de los ríos serranos y amazónicos, penetrar en sus cuevas misteriosas, vivir la fantasía de sus islas mágicas, transportándonos a ese mundo natural lleno de encantos representados por la diversidad de especies. En fin, penetrar en esa geografía, bajo cuya luz ha sido modelada el alma de los ecuatorianos, en el contexto de las distintas etnias existentes con una herencia histórica y cultural que ha dejado de ser exclusivo motivo de orgullo nacional para pasar en justo reconocimiento a integrar el patrimonio común de la humanidad”³

El turismo receptivo merece especial atención, porque nuestro país día a día va aumentando sus ingresos económicos por esta actividad, y que se constituye en fuente alternativa que contribuye a cubrir los egresos del presupuesto del Estado ecuatoriano.

Dentro de la Provincia de Los Ríos, encontramos el cantón Montalvo, el mismo que se encuentra ubicado a 35 kilómetros de la ciudad de Babahoyo, a 72 metros sobre el nivel del mar, tiene una extensión de 364.4 kilómetros cuadrados. Sus límites son: por el Norte el cantón Caluma, Provincia de Bolívar, por el Sur y Oeste el cantón Babahoyo, por el Este la Provincia de Bolívar (Parroquia Balzapamba).

³ INSTITUTO GEOGRAFICO MILITAR en, Atlas del Ecuador.

Montalvo tiene un clima tropical cálido seco, con frecuentes precipitaciones lluviosas, especialmente en las épocas invernales, lo que favorece a la actividad agrícola y ganadera. Este clima es el que ha permitido ser un destino turístico, que día a día va aumentando a pesar de que las autoridades municipales no han hecho nada para promocionarlo internamente, peor a nivel externo. No existe información impresa sobre Montalvo, peor en el internet. La actividad turística nace por interés particular y por la casualidad de muchas personas que alguna vez han llegado a esta ciudad o han pasado por ella hacia la costa o la sierra.

Al proponer un estudio la **gestión administrativa, económica y financiera de la actividad turística del cantón Montalvo, Provincia de Los Ríos, y su influencia con el desarrollo socioeconómico de sus habitantes**, necesariamente debe identificarse la Oferta y la Demanda existente (Estudio de mercado), considerando el número de turistas reales y potenciales de acuerdo al Perfil del Consumidor y niveles de ingreso. Recordando que todo cliente potencial puede convertirse en cliente real, para lo cual es necesario la gestión técnica-científica de la actividad turística.

Algunos aspectos de ésta definición son dignos de atención:

1. La investigación de mercados es sistemática. Luego entonces, una planeación sistemática requiere en todos sus pasos de un proceso de investigación de mercados. Los procedimientos que siguen en cada uno de los pasos deben ser

correctos en el aspecto metodológico, estar bien documentados y con una planificación anticipada. La investigación de mercados utiliza el método científico en la recopilación y en el análisis de datos para probar ideas o hipótesis.

2. La investigación de mercados es objetiva. Intenta proporcionar información precisa que refleje la condición real y debe realizarse en forma imparcial.

3. Aunque la investigación siempre está influenciada por la filosofía del investigador, deberá estar libre de tendencias, tanto del investigador como de la gerencia.

4. La investigación motivada por tendencias deliberadas dará como resultado hallazgos predeterminados.

5. El motivo de cualquier investigador deberá ser “encontrar y decir las cosas tal como son”.

El primer paso que debemos realizar es el de delimitar el campo o sector en el que pretende incidir, es decir, se deberá determinar el sector o área de mercado en que intentará situar el producto, en nuestro caso lo delimitamos al cantón Montalvo y la gestión de su actividad turística.

La relación investigación de mercados – éxito empresarial, se pone de manifiesto con una determinación veraz de la oferta y la demanda, obtenida por medio de esta técnica administrativa podemos determinar la rentabilidad de la inversión turística, y su influencia sobre otros sectores de la sociedad.

Para el estudio consideramos la demanda interna, en base a los aspectos cuantitativo y cualitativo, donde se determinará por medio de “datos modales” la mayor afluencia de turistas, así como en términos de porcentaje proyectar la demanda objetivo.

Es importante tener presente que en el estudio de empresas de servicios, y muy particular de turismo, los servicios se venden antes de producirse y los clientes experimentan los mismos para conocerlos realmente, además el cliente tiene que conocer los costos totales que originará la utilización del servicio, al decir costos totales queremos manifestar fijos, variables, gastos de administración e impuestos de ley.

La macro localización está determinada por la concentración de recursos turísticos de la zona geográfica, en este caso el cantón Montalvo, y la micro localización sin inversión, ni control a orillas del río cristal, y centros turísticos de tipo familiar ubicados en el sector de Pisagua, estos últimos nos permitirán determinar el proceso de gestión administrativa, económica y financiera bajo el cual se dirigen.

Es importante indicar, que los centros turísticos se han creado sin considerar elementos como:

- ◆ La demanda del mercado
- ◆ El financiamiento
- ◆ El resultado económico.

Los resultados del estudio de mercado, en especial los referentes al perfil del consumidor sirven como una guía en cuanto a las dimensiones del estudio, siendo indispensable observar las disposiciones legales pertinentes.

El estudio propuesto debe relacionarse entre el aspecto administrativo, económico y financiero con el desarrollo socioeconómico de los habitantes de este cantón, identificando quienes se benefician de forma directa e indirecta. Además, de considerar los elementos del proceso administrativo, esto es la planeación, organización, dirección y control, que permiten el manejo técnico y científico de cualquier actividad humana, debemos considerar el valor agregado de tipo social, como son nuevas fuentes de empleo y subempleo.

La situación económica del país no permite efectuar inversiones con un 100% de capital propio, motivo por el cual es necesario conocer a que organismos financieros que otorgan créditos para el desarrollo del Turismo en el Ecuador, han acudido.

“El estudio económico-financiero tiene por finalidad determinar las fuentes de financiamiento, para considerar la distribución óptima de los recursos obtenidos y como prever el rendimiento económico de los mismos.

Es importante indicar que las características de las inversiones se sustentan en que:

- a. Se orientan hacia el futuro, lo cual implica trabajar en base a pronósticos de comportamiento de las variables del sector al cual se orienta el proyecto.
- b. Ocurren en escenarios económicos dinámicos sometidos a las influencias de inflación, devaluación, recesión.
- c. Por lo general se plantea a largo plazo, especialmente en sectores económicos donde el proyecto es de larga maduración, como en el caso del turismo.
- d. Los efectos de las inversiones son duraderos e irreversibles.

Conocemos que el turismo es una actividad importante, que con el paso del tiempo se fue perfeccionando hasta convertirse en los días de hoy en la *industria sin chimeneas* del globo terráqueo.

Sería importante para sustentar el marco teórico la presentación del comportamiento de ingresos por la actividad turística, pero esta información no existe en la provincia de Los Ríos, peor en el cantón.

A la onda expansiva del turismo deben incorporarse numerosos sectores de la economía ecuatoriana que debe reactivarse, porque es necesario producir bienes y servicios de calidad y competitivos.

Montalvo al ser un cantón rural, con clima privilegiado con un promedio de temperatura de 25°, y existiendo una estrecha relación entre el sector turístico y el medio ambiente, debe aprovecharse esta oportunidad, que a su vez se convierte en fortaleza.

Consideramos que es necesario crear una nueva estrategia de desarrollo económico local, que permita solucionar los problemas territoriales (cantonales), mejorando el nivel de vida poblacional, creando nuevas fuentes de trabajo en cada localidad.

La actividad turística local debe “aprovechar en mayor medida los recursos endógenos a través de los actores socioeconómicos locales como empresas, centros tecnológicos, entidades financieras entre otras para lograr una mayor productividad y gestión empresarial.

El desarrollo local necesita una información estratégica sobre capacidades de desarrollo en el territorio, lo cual implica contar con un diagnóstico que sirva de base para ello.

El desarrollo con una óptica local refleja que todas las regiones presentan características culturales, históricas, físicas e institucionales que constituyen un potencial de desarrollo propio. El desarrollo local endógeno posibilita el crecimiento de las localidades con sus propios recursos, su organización y sus valores.

La estrategia de desarrollo local brinda una oportunidad de integración de los sistemas productivos a la economía nacional.

Para una economía local que pretenda articular su producción es necesario que todos los actores participen en el desarrollo ya que su calidad, esfuerzo y crecimiento influye sobre el entorno”⁴.

Hay que considerar que el éxito de la actividad turística depende de la forma como se desarrolla la gestión administrativa de la misma, que se va a relacionar directamente con lo económico, financiero y su impacto en el desarrollo socioeconómico de la población.

⁴ LLORET FEIJÓO MARÍA DEL CARMEN en, El turismo y su incidencia en el desarrollo local de Villa Clara.

Sectores de la empresa turística:

- **Alojamiento:** hoteles, turismo rural, camping, tiempo compartido...
- **Restauración:** cafeterías, restaurantes, catering...
- **Transporte:** compañías aéreas, marítimas y terrestres (alquiler coches, bus...)
- **Ocio-cultura:** parques temáticos, museos, casinos, campos golf, puertos deportivos...
- **Intermediación:** agencias viajes, tour-operadores, brokers, centrales reserva...
- **Empresas en el punto de destino:** Normalmente públicas → oficinas turismo, asociaciones empresariales...

En el caso del turismo en Montalvo se relaciona con ocio-restauración-intermediación-alojamiento.

Es importante que los operadores turísticos tengan una idea del resultado de su actividad, para lo cual son necesarios ciertos preceptos básicos, entre ellos:

2.1.1 Obligación de llevar contabilidad

De conformidad con el Art. 19 de la Ley de Régimen Tributario Interno el Art. 37 de su Reglamento, están obligadas a llevar contabilidad todas las sucursales y

establecimientos permanentes de compañías extranjeras y las sociedades definidas como tales en la Ley de Régimen Tributario Interno, están obligadas a llevar contabilidad.

Igualmente, están obligadas a llevar contabilidad, las personas naturales y las sucesiones indivisas que realicen actividades empresariales y que operen con un capital propio que al inicio de sus actividades económicas o al 1o. de enero de cada ejercicio impositivo hayan superado los USD 60.000 o cuyos ingresos brutos anuales de esas actividades, del ejercicio fiscal inmediato anterior, hayan sido superiores a USD 100.000 o cuyos costos y gastos anuales, imputables a la actividad empresarial, del ejercicio fiscal inmediato anterior hayan sido superiores a USD 80.000. Se entiende como capital propio, la totalidad de los activos menos pasivos que posea el contribuyente, relacionados con la generación de la renta gravada.

Las personas naturales que realicen actividades empresariales y que operen con un capital u obtengan ingresos inferiores a los previstos en el inciso anterior, así como los profesionales, comisionistas, artesanos, agentes, representantes y demás trabajadores autónomos deberán llevar una cuenta de ingresos y egresos para determinar su renta imponible.

En el caso de personas naturales que tengan como actividad económica habitual la de exportación de bienes deberán obligatoriamente llevar contabilidad, independientemente de los límites establecidos en el inciso anterior.

Para el caso de personas naturales cuya actividad habitual sea el arrendamiento de bienes inmuebles, no se considerará el límite del capital propio. Las personas naturales que, de acuerdo con el inciso anterior, hayan llevado contabilidad en un ejercicio impositivo y que luego no alcancen los niveles de capital propio o ingresos brutos anuales o gastos anuales antes mencionados, no podrán dejar de llevar contabilidad sin autorización previa del Director Regional del Servicio de Rentas Internas.

La contabilidad deberá ser llevada bajo la responsabilidad y con la firma de un contador legalmente autorizado.

Los documentos sustentatorios de la contabilidad deberán conservarse durante el plazo mínimo de siete años de acuerdo a lo establecido en el Código Tributario como plazo máximo para la prescripción de la obligación tributaria, sin perjuicio de los plazos establecidos en otras disposiciones legales

2.1.2 Disposiciones legales

El Comité de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB), así como el Consejo de la Federación Internacional de Contabilidad (IFAC), son

Organizaciones relacionadas con la presentación de información financiera a nivel mundial, tal es el caso de las NIC. Todos los miembros integrantes de la IFAC, a su vez son miembros del IASC; la primera reconoce al segundo organismo, como el emisor de Normas Internacionales de Contabilidad (NIC).

Por otro lado, ha sido creado el Comité de Interpretaciones Permanente (SIC), que se encuentra formado por 12 miembros con derecho a voto, siendo su Misión la de crear Interpretaciones de las NIC para que el IASC los apruebe. En el año 2002 el SIC cambia su nombre por el de Comité de Interpretaciones de Información Financiera (IFRIC), con la obligación no sólo de interpretar las NIC y NIIF, sino además de proporcionar guías de asuntos no tratados en las NIC o NIIF.

Los ajustes efectuados al término del período de transición, al 31 de Diciembre del 2.009, 2.010, 2.011 según el caso deberán contabilizarse el 1 de Enero del 2.010, 2.011 y 2.012 respectivamente.

2.1.3 Interpretación de los estados financieros

2.1.3.1 La información y los estados financieros

Cuando hablamos de información financiera inevitablemente nos estamos refiriendo a los Estados Financieros, que son documentos que nos permiten

conocer cuál es la situación financiera y los resultados obtenidos por la empresa en un determinado período de tiempo.

Todo empresario necesita saber cuál es la situación de la empresa, los Estados financieros (EEFF) son necesarios porque contribuyen a aumentar la eficiencia administrativa.

Los estados financieros básicos son:

- ✚ El Balance General o Estado de Situación
- ✚ El Estado de Resultados o Pérdidas y Ganancias
- ✚ El Estado de Cambios en el Patrimonio Neto
- ✚ El Estado de Flujos de Efectivo.

Los estados principales, son los dos primeros.

2.1.3.1.1 El balance general

Es un estado de situación de la empresa que tiene las siguientes características:

- ✚ Expresa saldos, es decir las cuentas del balance tienen movimientos de entrada y salida. Ejemplo :

Saldo de caja al 31/1/20xx: s/. 1,250.00

+ Entradas a caja 850.00

- Salidas de caja (600.00)

Saldo de Caja al 31/2/20xx 1,500.00

- ✚ Es de carácter histórico, refleja la historia y evolución de las cifras del negocio desde que éste se inicio.
- ✚ Las cifras están colocadas de acuerdo a su capacidad de convertirse en exigencias de liquidez (Pasivo) o existencias de liquidez (activo)
- ✚ Refleja la estructura de Inversiones (aplicaciones de recursos) y las estructura de Financiación, es decir (orígenes o fuentes de los recursos).

Su esquema básico es:

ACTIVOS	PASIVOS
ACTIVOS CORRIENTES	PASIVO CORRIENTE
Caja Bancos	Deudas de corto plazo
Cuentas por cobrar	Tributos
Existencias	
ACTIVOS NO CORRIENTES	PASIVO NO CORRIENTE
Terreno	Deudas de mediano plazo
Inmueble	Deudas de Largo plazo
Maquinaria	PATRIMONIO
Equipo	Capital social
	Reservas

	Resultados acumulados
--	-----------------------

Los activos corrientes incluyen el dinero en efectivo, como aquellos depositados en los bancos, las acreencias con nuestros clientes, los inventarios, entre otros.

Los activos no corrientes o fijos son aquellos bienes que la empresa necesita como base de apoyo o infraestructura para poder vender el producto o servicio que explota, produce o genera.

Los pasivos corrientes están formados por todas aquellas deudas que deben ser canceladas antes de un año, incluye los adeudos a proveedores, empleados, el fisco, los bancos, entre otros.

Los pasivos no corrientes son deudas que se tiene previsto pagarlas después de un año , es decir a mediano o largo plazo (de 2 a cinco años)

El Patrimonio representa el aporte de los socios o accionistas a la empresa (capital social), así también expresa las reservas que pudieren constituirse para determinados fines y los resultados acumulados de ejercicios anteriores.

2.1.3.1.2 El estado de resultados

Conocido como Estado de Pérdidas y Ganancias, muestra todos los ingresos y egresos de la empresa.

Tiene las siguientes características:

- ✚ Expresa flujos monetarios (no saldos) por tanto el comportamiento de las cuentas es como sigue

Ventas al 31/1/2003 : s/. 5,000.00

Ventas de febrero 2003 3,500.00

Ventas al 31/2/2003 8,500.00

- ✚ Es de carácter coyuntural , expresa las cifras de un ejercicio económico las cuales **no** se arrastran para otros períodos

- ✚ Su formato es:

RUBRO	VALOR
1. Ingreso por ventas	
2. Costo de ventas	
3. Resultado Bruto	(1-2)
4. Gastos de Operación	
- Gastos de personal	
- Servicios de terceros	

- Cargas diversas de gestión	
- Tributos	
- Provisiones	
5. Resultado de Operación	(3-4)
6. Otros Ingresos	
7. Otros Egresos	
8. Resultado antes de impuestos	(5+6)-7
9. Impuestos	
10. Resultado neto	(8-9)

2.1.3.1.3 ¿Como analizar las cifras de los estados financieros?

Supongamos tenemos los siguientes estados financieros:

Empresa Turística “XYZ” : Balance al 31/12/X2 (En \$.)

RUBRO	X1	X2	RUBRO	X1	X2
ACTIVOS CORRIENTES	<u>254,667</u>	<u>314,400</u>	PASIVO CORRIENTE	<u>172,979</u>	<u>111,400</u>
Caja	95,076	64,300	Tributos por pagar	38,722	21,000
Ctas. por Cobrar	133,529	213,500	Cuentas pos pagar	132,774	88,400
Otras ctas. Por cobrar	14,352	28,200	Provisión Benef.soc.	1,483	2,000
Otros activos ctes.	11,710	8,400	PASIVO NO CORRIENTE	36,843	99,300
			Deuda bancaria		
ACTIVOS FIJOS	<u>49,066</u>	<u>55,800</u>	PATRIMONIO	<u>93,911</u>	<u>159,500</u>
Inmueble maquinaria	88,076	98,300	Capital Social	77,361	151,016
-deprec.acumulada	(39,842)	(42,500)	Resultado Ejercicio	16,550	8,484
TOTAL ACTIVOS	303,733	370,200	TOTAL PAS.+PATR.	303,733	370,200

Estado de Resultados al 31/12/X2 (En \$)

RUBRO	X1	X2
Ventas netas	565,342	637,140
Costo de Ventas	(162,791)	(227,100)
Utilidad Bruta	402,551	410,040
Gastos Administrativos	(225,430)	(228,300)
Gastos de ventas	(131,332)	(141,320)
Utilidad Operativa	45,789	40,420
Otros Egresos	(22,432)	(28,300)
Utilidad antes de impuestos	23,357	12,120
Impuestos	(7,007)	(3,636)
Utilidad Neta	16,550	8,484

Para analizar vamos a utilizar las técnicas:

- ✚ Análisis Estructural
- ✚ Análisis Horizontal
- ✚ Índices Financieros

2.1.3.1.4 Analisis estructural

Es la obtención de porcentaje de las estructuras tanto del Balance General, como del Estado de Resultados a fin de tener la composición de la estructura interna y detectar las variables más importantes e inferir algunas conclusiones de ellas.

Utilizando los datos de “XYZ”

Empresa Turística “XYZ” : Balance al 31/12/X2 (En \$.)

RUBRO	X1	X2	VARIAC.	RUBRO	X1	X2	VARIAC.
ACT. CORRIENTES	<u>83.85</u>	<u>84.93</u>	<u>1.08</u>	PASIVO CORRIENTE	<u>56.95</u>	<u>30.09</u>	<u>-26.86</u>
Caja	31.3	17.37	-13.93	Tributos por pagar	12.75	5.67	-38.04
Ctas. por Cobrar	41.96	57.67	15.71	Cuentas por pagar	43.71	23.88	-19.83
Otras ctas. X cobrar	4.73	7.62	2.89	Provisión Benef.soc.	0.49	0.54	0.05
Otros activos ctes.	3.86	2.27	-1.59				
				PASIVO NO CORRIENTE	<u>12.13</u>	<u>26.82</u>	<u>14.69</u>
				Deuda bancaria			
ACTIVOS FIJOS	<u>15.55</u>	<u>15.07</u>	<u>-0.49</u>	PATRIMONIO	<u>30.92</u>	<u>43.08</u>	<u>12.16</u>
Inmueble maquinaria	28.67	26.55	-2.12	Capital Social	25.47	40.79	15.32
-deprec.acumulada	(13.12)	(11.48)	1.64	Resultado Ejercicio	5.45	2.29	-3.16
TOTAL ACTIVOS	100	100		TOTAL PAS.+PATR.	100	100	

Comentario Financiero:

- ✚ El rubro más importante de la estructura de inversiones, es el activo corriente, destacando las cuentas por cobrar . Este rubro ha experimentado un aumento de 16 puntos en X2
- ✚ En cambio el rubro de caja ha disminuido en 14 puntos
- ✚ El activo fijo representa el 15% de la inversión y no ha sufrido variaciones muy significativas en X2
- ✚ En cambio en la estructura de financiación es el patrimonio (capital social) el rubro más importante con el 43% y ha potenciado su participación en 12 puntos en X2
- ✚ Las deudas de corto plazo han perdido participación de manera importante (-27 puntos en X2), en cambio las deudas de L.Plazo han aumentado su peso en 15 puntos.
- ✚ Concluiremos que en X2 las estructuras del balance expresan modificaciones positivas , debido al aumento de importancia de los activos rentables y la reducción de las deudas de corto plazo así como el fortalecimiento patrimonial

Veamos el Estado de Resultados:

Estado de Resultados al 31/12/x2 (En %)

RUBRO	X1	X2	VARIAC.
Ventas netas	100	100	----
Costo de Ventas	(28.79)	(35.64)	6.85
Utilidad Bruta	71.20	64.36	-6.85
Gastos Administrativos	(39.87)	(35.83)	-4.04
Gastos de ventas	(23.23)	(22.18)	-1.05
Utilidad Operativa	8.09	6.34	-1.75
Otros Egresos	(3.97)	(4.44)	-0.47
Utilidad antes de impuestos	4.13	1.90	-2.23
Impuestos	(1.24)	(0.57)	0.67
Utilidad Neta	2.92	1.33	-1.59

Comentario Financiero:

- ✚ La agencia de viajes tiene - durante los dos años de análisis - la capacidad de generación de utilidades, las cuales han disminuido de manera importante en X2
- ✚ Esto se debe al aumento de los costes de ventas (+ 7 puntos) , los gastos administrativos y de ventas (en especial los primeros) se han reducido impidiendo que el primer incremento afecte a las utilidades
- ✚ Las utilidades netas se han reducido como proporción de las ventas en casi 2 puntos en X2
- ✚ La conclusión es que la estructura de resultados ha desmejorado levemente en X2

2.1.3.1.5 Analisis horizontal

Consiste en estudiar la evolución de las principales variables del Balance General y Estado de Resultados, tanto en valores monetarios, como en valores porcentuales. En estos casos se calculan las variaciones absolutas (Va) y variaciones relativas (Vr):

$$Va = V_n - V_{n-1}$$

$$Vr = \left(\frac{V_n}{V_{n-1}} - 1 \right) \times 100$$

Donde: Vn : Valor de la variable en el período “n”

Vn-1 : Valor de la variable en el período “n-1”

Aplicaremos en el caso de la Empresa XYZ:

Empresa Turística “XYZ”

RUBRO	X1	X2	Var.absoluta Miles S/.	Var.relativa %
TOTAL ACTIVOS	303,733	370,200	66,467	21.88
ACTIVO CORRIENTE	254,667	314,400	59,733	23.46
ACTIVO FIJO	49,066	55,800	6,734	13.72
PASIVO CORRIENTE	172,979	111,400	(61,579)	(35.96)
PASIVO NO CORRIENTE	36,843	99,300	62,457	169.52
PATRIMONIO	93,911	159,500	65,589	69.84
VENTAS	565,342	637,140	71,798	12.70
COSTO DE VENTAS	162,791	227,100	64,309	39.50
GASTOS ADMINISTRATIVOS	225,430	228,300	2,870	1.27
GASTOS DE VENTAS	131,332	141,320	9,988	7.61
UTILIDADES NETAS	16,550	8,484	(8,066)	(48.74)

Comentario Financiero:

- ✚ El análisis horizontal nos muestra que a nivel de activos totales la agencia expresa crecimiento importante en el año X2 , el rubro con mayor crecimiento son los activos corrientes , Lo cual potencia el capital de trabajo

- ✚ A nivel de fuentes de recursos el rubro patrimonial ha crecido de manera importante en casi el 709 % , en detrimento de las deudas de corto plazo , aspecto que consideramos importante.

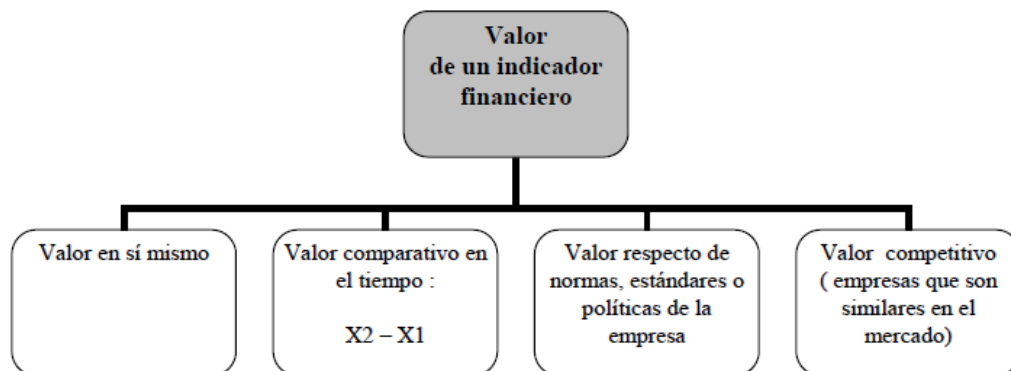
- ✚ Las deudas de largo plazo han aumentado de manera considerable (170%). Las utilidades se han reducido significativamente , en razón de que el crecimiento de las ventas ha sido superado por el crecimiento de los costos de ventas

2.1.3.1.6 Indices financieros

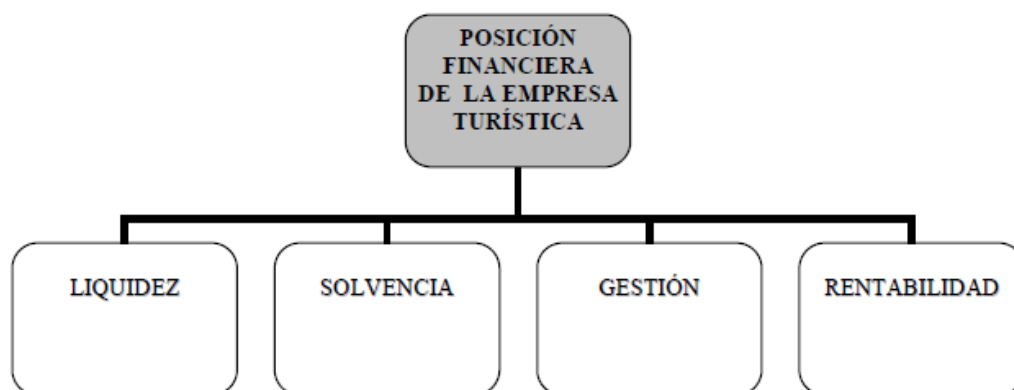
Los indices financieros son cocientes que relacionan variables del Balance General y el Estado de Resultados con el fin de tener un juicio sustentado sobre el estado financiero de la empresa.

El valor de un ratio o índice puede ser interpretado desde diversas ópticas que son

: La posición financiera tiene el siguiente esquema :



La posición financiera tiene el siguiente esquema :



2.1.3.1.7 Liquidez

La liquidez es la capacidad que tiene el negocio de poder cumplir con sus obligaciones o deudas en el corto plazo (un año).

Esta posición de liquidez está vinculada con :

- ✚ Fondo de Rotación
- ✚ Tamaño de la deuda corriente

✚ Tamaño del activo monetario

Sus índices son

INDICE	FORMULA	VALOR RECOMENDADO(1)
LIQUIDEZ GENERAL LG	$LG = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$	1.5 a 2
LIQUIDEZ ACIDA LA	$LA = \frac{\text{Disponible} + \text{Exigible}}{\text{Pasivo Corriente}}$	0.8 a 1.0
LIQUIDEZ DEFENSIVA LD	$LD = \frac{\text{Disponible}}{\text{Pasivo Corriente}}$	0.3 a 0.5

(1) parámetros aproximados no necesariamente se acomodan a todas las realidades

Utilizando el ejemplo tenemos:

Empresa Turística “XYZ”

INDICE	X1	X2	VARIAC.
LIQUIDEZ GENERAL LG	$= \frac{254,667}{172,979}$ = 1.47	$= \frac{314,400}{111,400}$ = 2.82	1.35
LIQUIDEZ ACIDA LA	$= \frac{242,957}{172,979}$ = 1.40	$= \frac{306,000}{111,400}$ = 2.75	1.35
LIQUIDEZ ACIDA LD	$= \frac{95,076}{172,979}$ = 0.55	$= \frac{64,300}{111,400}$ = 0.58	0.03

Comentario financiero :

- ✚ La agencia en X2 tiene indicadores de liquidez holgada y suficiente tanto a nivel corriente , defensivo como ácido
- ✚ Los tres indicadores han mejorado significativamente respecto del año X1 y superan a los valores recomendados en la norma
- ✚ En conclusión la agencia tiene la capacidad de cumplir con sus obligaciones de corto plazo

POSICIÓN POSITIVA – MANTENER (posible exceso de liquidez)

2.1.3.1.8 Solvencia

La solvencia es la posición que expresa el nivel de autonomía financiera (que porción del financiamiento de la empresa es efectuado con recursos propios) y los niveles de apalancamiento financiero (importancia de los recursos de terceros en la mezcla de financiación).

Esta vinculada con la medición del Tamaño de la deuda Total. Sus índices son:

INDICE	FORMULA	VALOR RECOMENDADO
SOLVENCIA GENERAL SG	$SG = \frac{\text{ACTIVO TOTAL}}{\text{DEUDA TOTAL}}$	2
GRADO DE ENDEUDAMIENTO GE	$GE = 1 / SG$	0.5
APALANCAMIENTO FINANCIERO AF	$AF = \frac{\text{DEUDA TOTAL}}{\text{PATRIMONIO NETO}}$	No mayor a 1

Los resultados se pueden analizar utilizando estos criterios :

SG	GE	AF	ANALISIS
2	0.5	1	<ul style="list-style-type: none"> • Riesgo manejable • Límite de autonomía • Equilibrio financiero
< 2	> 0.5	> 1	<ul style="list-style-type: none"> • Mayor Riesgo • Pérdida de autonomía (desequilibrio) • Financiación obedece a terceros
> 2	< 0.5	< 1	<ul style="list-style-type: none"> • Menor Riesgo • Mayor autonomía • Financiación obedece a rec. propios

Utilizando el ejemplo tenemos :

INDICE	X1	X2	VARIAC.
SOLVENCIA GENERAL SG	$= \frac{303,733}{209,822}$ = 1.45	$= \frac{370,200}{210,700}$ = 1.76	0.31
GRADO DE ENDEUDAMIENTO GE	$= \frac{1}{1.45}$ = 0.69	$= \frac{1}{1.76}$ = 0.57	- 0.12
APALANCAMIENTO FINANCIERO AF	$= \frac{209,822}{93,911}$ = 2.23	$= \frac{210,700}{159,500}$ = 1.32	- 0.91

Comentario financiero :

- ✚ Los índices de solvencia indican que el riesgo es aún alto , hay una pérdida de autonomía y el apalancamiento obedece a recursos de terceros
- ✚ Los indicadores de solvencia de la Agencia han mejorado de manera importante en el año X2 respecto del año anterior
- ✚ Es importante destacar que una parte importante de la deuda se ha reorientado al largo plazo y se ha fortalecido el rubro patrimonial

NEGATIVA MEJORANDO

2.1.3.1.9 Gestión

Son indicadores de rotación miden la rapidez con la cual ciertos activos se convierten en entradas de efectivo (Cuentas por cobrar) y la rapidez con la cual ciertos pasivos se convierten en salidas de efectivo (cuentas por pagar) .

Sus índices son:

INDICE	CALCULO	
GESTIÓN DEL EXIGIBLE GE (veces)	$GE = \frac{\text{Ventas al crédito}}{\frac{\text{S.I.Cuentas p.cobrar} + \text{SF. Cuentas por cobrar}}{2}}$	PPC = 360 / GE (días)
GESTIÓN DE PAGOS GP (veces)	$GP = = \frac{\text{Compras}}{\frac{\text{S.I.Cuentas p.pagar} + \text{SF. Cuentas por pagar}}{2}}$	PPP = 360 / GP (días)

(*) Se comparan con las políticas de la empresa establecidas por la Gerencia o el Directorio

Datos adicionales (DE REGISTROS CONTABLES AUXILIARES)

RUBRO	X0	X1	X2
Ventas al crédito		450,000	597,000
Compras al crédito		432,000	380,000
Cuentas por cobrar	95,430		
Cuentas por pagar	74,080		
Políticas de cobranzas	90 días		
Políticas de pagos	120 días		

Con estos datos calculamos los índices de la Empresa Turística “XYZ”

Empresa Turística “XYZ”

INDICE	X1	X2	VARIAC.
GESTIÓN DEL EXIGIBLE GE (veces)	$= \frac{450.000}{\frac{95.430 + 133.529}{2}}$ = 3.93	$= \frac{597.000}{\frac{133.529 + 213.500}{2}}$ = 3.44	-0.49
PPC (días)	$360 / 3.93$ = 92 días	$360 / 3.44$ 105	13
GESTIÓN DE PAGOS GP (veces)	$= \frac{432.000}{\frac{74.080 + 132.774}{2}}$ = 4.18	$= \frac{380.000}{\frac{132.774 + 88.400}{2}}$ = 3.44	-0.74
PPP (días)	$360 / 4.18$ = 86	$360 / 3.44$ = 105	19

Comentario financiero :

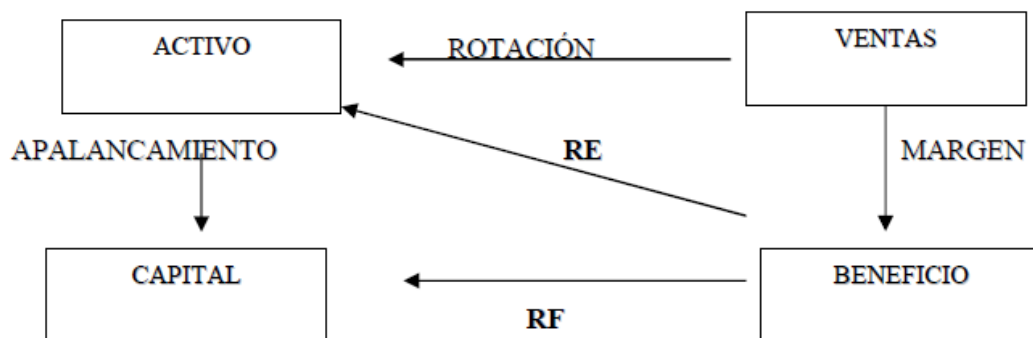
- ✚ La gestión de cobranzas expresa en X2 un aumento del período de cobranzas de 13 días. No ha cumplido con la política de la Agencia pues en X2 se tiene una demora de cobros de 15 días
- ✚ La gestión de pagos a pesar de haber aumentado en X2 en 23 días aún se mantiene dentro de las políticas de la agencia y se está pagando anticipadamente en 15 días

POSICIÓN MIXTA – MEJORAR COBRANZAS

2.1.3.10 Rentabilidad

La rentabilidad es la capacidad que tiene la empresa de generar utilidades en el desarrollo de sus operaciones .

El esquema de la rentabilidad es :



La rentabilidad económica (RE) mide el rendimiento del íntegro de la estructura de inversiones de la empresa, es decir nos dice que tan bien se han invertido los recursos de la empresa

. Su fórmula básica es :

$$RE = \frac{BAII}{ACTIVO\ TOTAL\ PROMEDIO}$$

En cambio la rentabilidad financiera (RF) mide el rendimiento del patrimonio de los accionistas medido desde el punto de vista del capital social (acciones o participaciones), es decir cuanto de renta obtuvieron por su inversión en la empresa. Su fórmula básica es :

$$RE = \frac{\text{BENEFICIO NETO}}{\text{CAPITAL PROMEDIO}}$$

Los índices desagregados son :

INDICE	FORMULA
RENTABILIDAD ECONOMICA RE (%)	$= \frac{\text{VENTAS}}{\text{AC.TOTALES PROMEDIO}} \times \frac{\text{BAIL}}{\text{VENTAS}}$
RENTABILIDAD FINANCIERA RF (%)	$= \frac{\text{BENEF. NETO}}{\text{VENTAS}} \times \frac{\text{VENTAS}}{\text{ACT.TOTAL PROM}} \times \frac{\text{ACT. TOTAL PROM}}{\text{CAPITAL PROM.}}$

(*) Se comparan con las políticas de la empresa establecidas por la Gerencia o el Directorio

Los índices de rentabilidad de la Empresa Turística “XYZ” son:

Datos adicionales

	Año X0
ACTIVOS TOTALES	289,300
CAPITAL SOCIAL	58,500

Los índices de rentabilidad de la Empresa Turística “XYZ” son:

INDICE	X1	X2	VARIAC.
RE	$= \frac{565,342}{\frac{289,300 + 303,733}{2}} \times \frac{45,789}{565,342}$ $= 1.9066 \times 0.08099$ $= 0.1544$	$= \frac{637,140}{\frac{303,733 + 370,200}{2}} \times \frac{40,420}{637,140}$ $= 1.8908 \times 0.0634$ $= 0.1199$	-0.0345
RP	$= \frac{16,550}{565,342} \times \frac{565,342}{296,516} \times \frac{296,516}{\frac{58,500 + 77,361}{2}}$ $= 0.0293 \times 1.9066 \times 4.365$ $= 0.2438$	$= \frac{8,484}{637,140} \times \frac{637,140}{336,967} \times \frac{336,967}{\frac{77,361 + 151,016}{2}}$ $= 0.0133 \times 1.8908 \times 2.9510$ $= 0.0742$	-0.1696

Comentario financiero :

- ✚ La agencia tiene en ambos años la capacidad de generación de utilidades netas, las cuales han decrecido de manera significativa en X2 respecto de X1
- ✚ La Rentabilidad económica ha decrecido debido principalmente a la reducción del margen de ventas el cual ha sido afectado por el crecimiento de los costos de ventas
- ✚ La rentabilidad financiera ha disminuido en mayor medida (-16puntos), debido principalmente a la reducción del margen neto y al cambio de estructura de apalancamiento

POSICIÓN NEGATIVA - MEJORAR

RESUMEN DE INDICES FINANCIEROS DE LA EMPRESA TURÍSTICA

“XYZ”

POSICIÓN	POSICIÓN	RECOMENDACIONES
LIQUIDEZ	POSITIVA – MANTENER	Revisar disponible-posible exceso
SOLVENCIA	NEGATIVA MEJORANDO	- Mejorar estructura de financiación
GESTIÓN	MIXTA – MEJORAR	Revisar creditos y cobranzas
RENTABILIDAD	NEGATIVA - MEJORAR	Mejorar margenes , estructura de costos y apalancamiento

EL PUNTO DE EQUILIBRIO 2

Se entiende por punto de equilibrio , punto muerto o umbral de rentabilidad , aquella cifra de ventas en que la empresa ni pierde ni gana ; es decir, cuando la empresa cubre únicamente todos sus gastos

.

Evidentemente , es muy importante par la empresa saber dónde está su punto de equilibrio, pues si no vende por encima de él es seguro que tendrá pérdidas y, en la medida que venda por encima de él, tendrá utilidades.

El punto de equilibrio se puede expresar en unidades de producto, por ejemplo, venta de tantos televisores, o bien unidades monetarias , por ejemplo ventas por un importe de tanto.

Cuando la empresa tiene un solo producto y lo vende siempre al mismo precio, es indiferente expresar el punto de equilibrio en unidades de producto o en unidades monetarias. Pero, cuando no es éste el caso, será mejor expresarlo en unidades monetarias. Nosotros concretamente lo haremos así, pues es válido para cualquiera de los casos.

Elementos que intervienen en el cálculo del punto de equilibrio

Los conceptos que se manejan y, por tanto, se deben tener claros para calcular el punto de equilibrio de una empresa son :

- ✚ Cifras de ventas. Es decir, el importe de las ventas
- ✚ Costos fijos. Son aquellos que tendrá la empresa independientemente de que se venda o no se venda y de la cantidad que venda. Por ejemplo, el alquiler que paga por el local que ocupa, tendrá que pagarlo y por igual cantidad venda o no venda, venda mucho o venda poco
- ✚ Costos variables. Son aquellos que están en función de las ventas. Por ejemplo, las comisiones que paga la empresa a los vendedores estarán en función de lo que vendan. La materia prima que se utiliza para elaborar el producto estará en función de los productos que fabrique, etc.
- ✚ Unidades vendidas. Es la cantidad que se vende. Si se expresa en unidades de productos, será la cantidad de productos vendidos. Si se expresa en unidades monetarias, coincidirá con el importe de las ventas

Calculo del punto de equilibrio

Existe una formula que nos permite calcular directamente la cifra que debe realizar la empresa para no perder ni ganar, es decir para calcular el punto de equilibrio.

Dicha fórmula es la siguiente:

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos variables}}{\text{Importe de las ventas}}}$$

Por ejemplo : Una empresa tiene unas ventas de 1,000, los costos fijos son de 300 y los variables de 500. Es decir, los costos fijos suponen el 30% de las ventas y los variables el 50%. El punto de equilibrio de esta empresa sería :

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{300}{1 - (500 / 1,000)} = 600$$

Por tanto , esta empresa tendrá que vender, al menos , por valor de 600 para no obtener beneficios ni pérdidas.

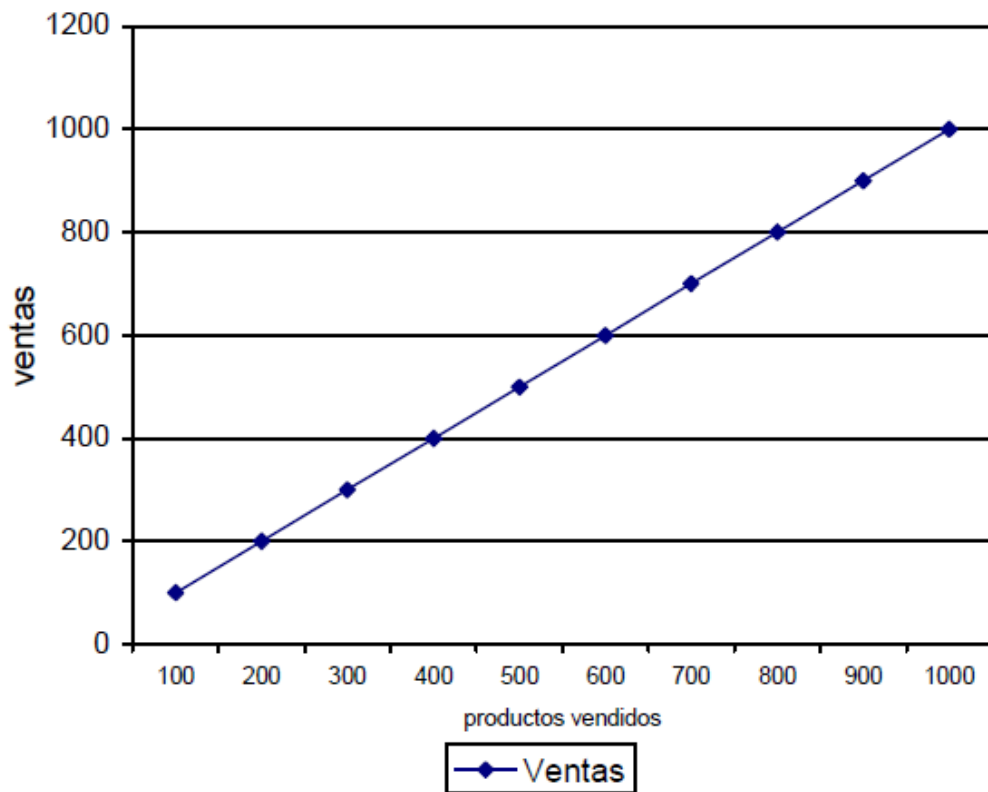
Esto se puede comprobar fácilmente mediante el siguiente razonamiento :

- ✚ Los gastos variables suponen el 50% de las ventas. Por tanto al vender por valor de 600, los gastos variables serán de 300
- ✚ Los gastos fijos son de 300, que sumados a los 300 de gastos variables serán 600, que es lo que daba la fórmula como punto de equilibrio.

El punto de equilibrio se puede calcular también gráficamente, lo cual permitirá ver esto más claramente. Para ello, se procede de la siguiente manera :

- ✚ Se traza primero un eje de coordenadas. El eje vertical indica los costos y el importe de las ventas y el horizontal las unidades vendidas (véase figura 4.28). En el ejemplo que hemos puesto, al trabajar con unidades monetarias y no con unidades de producto, los valores de ambos ejes coinciden.

Figura 4.2.8 representación gráfica de las ventas



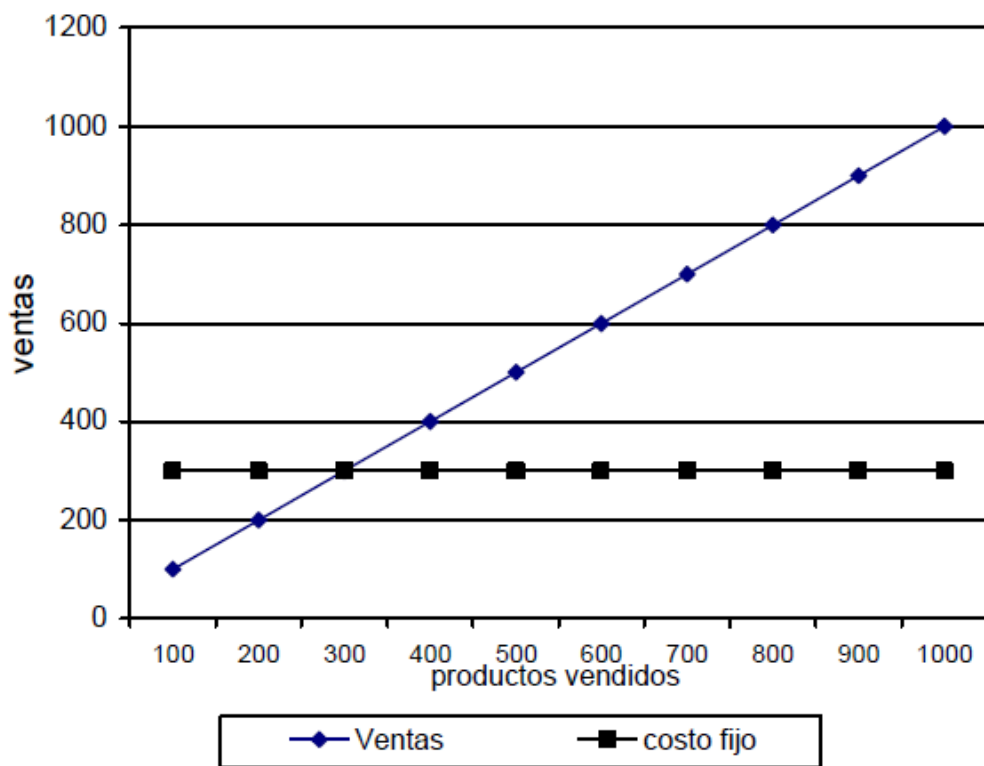
- Después, se marca un punto donde se corta el importe de las ventas y la cantidad vendida. En el ejemplo será donde se corta el número 1,000. Se traza después una línea desde este punto al origen de los dos ejes, tal como se ha hecho en la misma figura 4.28.

Esta línea nos irá indicando el importe de las ventas para cada unidad vendida.

- A continuación, se marca un punto sobre el eje vertical a la altura de los costos fijos y se traza una línea que parta de ese punto y vaya paralela al eje horizontal, tal como se muestra en la figura 4.29.

Esta línea marca los costos fijos y va paralela a las unidades vendidas, porque es independiente de la cantidad que se venda. Es decir los costos fijos serán siempre los mismos.

figura 4.29 Representación grafica de las ventas y los costos fijos



- Después, procederemos a indicar los costos variables. Para ello, a los 300 que había de costos fijos se añaden, subiendo por el eje vertical, los 500 que corresponden a los costos variables.

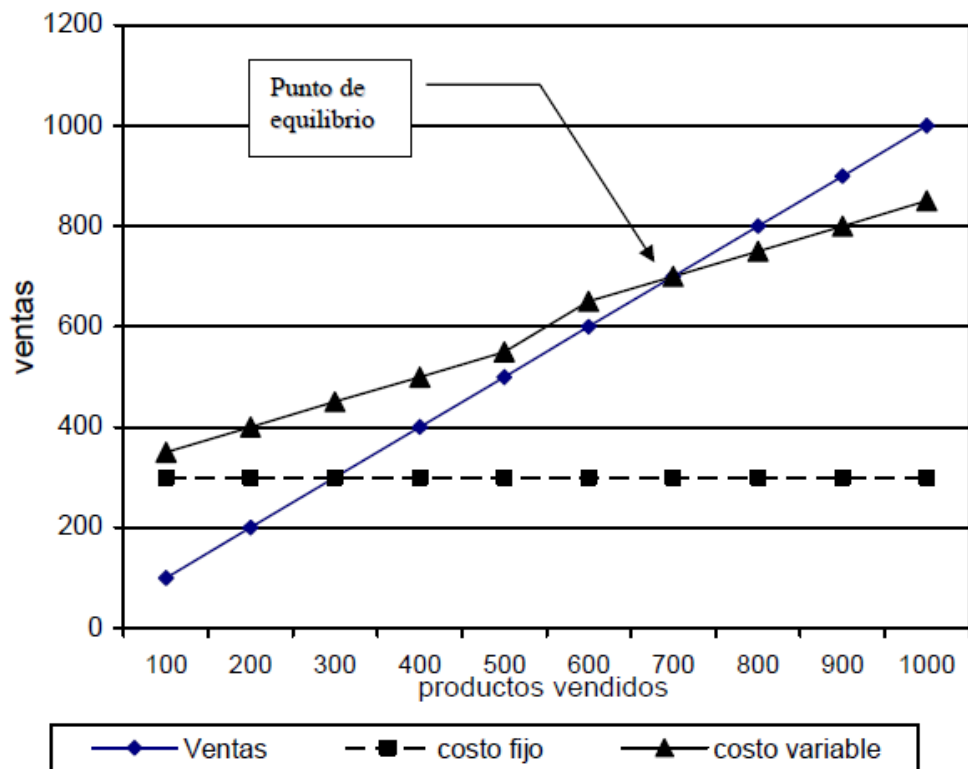
Así se sube por el eje vertical hasta el 800 ($300 + 500$) y se marca un punto allí donde se cruza con las unidades vendidas, a las cuales corresponden los 500 de costo variable, es decir, donde se cruza con el 1,000 del eje horizontal.

Se traza a continuación una línea que una este punto con el punto donde comienzan los costos variables en el eje vertical. Puede verse en la figura 4.30 .

Esta línea es la que va indicando el costo variable para cada unidad vendida

- ✚ Obsérvese que la línea de los costos variables no parte del eje de las coordenadas, sino a la altura donde terminan los costos fijos. Esto es lógico, pues los costos variables se van añadiendo a los fijos , que se producirán se venda o no se venda

Figura 4.30 Representación grafica de las ventas , los costos fijos y variables y el punto de equilibrio de la empresa



Si se observa la figura, verá que la línea de los costos variables y la línea de las ventas se cruzan. Pues bien, el punto donde se cruzan ambas líneas será el punto de equilibrio (**PE**). En el ejemplo sobre el que hemos construido el gráfico, trazando una línea vertical imaginaria hasta el eje horizontal (línea punteada) se obtiene la cifra de ventas correspondiente al punto de equilibrio : 600.

Este gráfico ofrece, además, información complementaria. Por ejemplo, si toma la altura que hay entre el punto de ventas y el de costos variables, tendrá la utilidad que ha obtenido, con las ventas realizadas. En el ejemplo, esta utilidad es de 200.

Por el contrario, si las ventas hubieran sido sólo de 900, la utilidad habría sido sólo de 150. Compruébese viendo la altura que hay entre la línea de costo y la de ventas para 900 unidades vendidas.

2.2 Marco Conceptual

Administradores, funciones de los. Planeación organización, integración de personal, dirección y control.

Administradores, meta de los. Establecer y mantener un ambiente tal que las personas contribuyan a la obtención de los objetivos del grupo con el menor costo (en dinero, tiempo, esfuerzo, materiales, incomodidad o insatisfacción) para crear un valor excedente o "utilidad".

Ambiente económico. Ambiente de los administradores que se relaciona con elementos tales como la disponibilidad de mano de obra, la calidad y el precio; el capital, los materiales, los niveles de precios, la productividad, la disponibilidad de empresarios y ejecutivos de alta calidad, la política fiscal, los clientes y la demanda de bienes y servicios.

Análisis de costo- beneficio. Búsqueda de la mejor razón entre beneficios y costos. Esto significa, por ejemplo, encontrar la forma menos costosa de alcanzar un objeto u obtener el mayor valor posible de acuerdo con la inversión realizada.

Capacitación administrativa. Creación de oportunidades mediante varios enfoques y programas para mejorar los conocimientos y la destreza de una persona en la tarea administrativa.

Control.- Proceso sistemático que comprende el conjunto de disposiciones, normas, políticas, métodos y procedimientos que rigen las actividades administrativa y financieras.

Control del rendimiento sobre la inversión. Técnica de control diseñada para medir una división, o alguna otra parte de una empresa lucrativa, al considerar las utilidades obtenidas como un porcentaje de la inversión en activos de la misma.

Costo-beneficio.- Relación resultante entre la comparación de los costos incurridos en determinada operación o actividad en un determinado período de tiempo y los beneficios o logros alcanzados, ya sea en términos monetarios para un costo dado o ya por el nivel de beneficios requeridos al costo más bajo.

Costos fijos.- Gastos que se mantienen constantes dentro de ciertos límites o circunstancias que, por su naturaleza, resultan inversamente proporcionales al volumen de la producción de bienes o de sus ventas.

Costos variables.- Gastos que se realizan y que se hallan en relación proporcional con respecto a los aumentos o disminuciones de los volúmenes de la producción o de sus ventas.

Demanda. Cantidad de bienes o servicios que los agentes económicos de un mercado están dispuestos a adquirir para cada nivel de precios, en un periodo determinado y bajo unas condiciones de mercado dadas.

Demanda elástica.- Comportamiento que tiene la demanda de cierto tipo de bienes consistente en que ésta variará en función de los cambios que se puedan producir en los precios del bien o de las variaciones en la renta de los consumidores.

Demanda externa.- Demanda que se produce en un país de productos o servicios que se producen en el exterior. Se denomina también demanda de importaciones o demanda exterior.

Demanda inelástica.- Comportamiento que se produce en la demanda de ciertos bienes consistente en que ésta varía muy poco al variar el precio de los mismos. Si la variación es inexistente, se dice que la demanda es absolutamente rígida o inelástica.

Demanda Interna.- Cantidad resultante de la adición del consumo privado y público de bienes y servicios producidos en el interior de un país.

Demanda turística.- La actividad turística de un destino está compuesta por diferentes componentes que se encuentran en interacción, reflejando la actividad económica existente. Uno de estos componentes es la demanda (turistas que

visitan la zona turística en un momento determinado) donde intervienen diferentes variables que a través de su análisis se logra un mejor entendimiento de la misma.

Desarrollo del administrador. Progreso que una persona hace para aprender a administrar con eficiencia.

Depresión.- Una de las fases del ciclo económico en un período descendente o de recesión, caracterizada por la tendencia a la baja de la actividad económica, que se refleja en la caída de precios y salarios, en la escasez de la demanda de crédito, en la reducción de la producción, en paros masivos y en el incremento de los stocks existentes.

Devaluación.- Disminución del valor de la moneda de un determinado país en relación a las monedas extranjeras, de manera general frente al dólar de los Estados Unidos de Norte América, que se produce por disposición legal ó como política económica que es adoptada básicamente para mejorar la balanza comercial cuando ésta es negativa o crítica

Diagnóstico de Recursos Turísticos.- El proceso de diagnóstico de los recursos turísticos pretende conocer cuál sería la situación de los principales destinos en las localidades, para optimizar sus potencialidades turísticas.

Dirección.- Fase del proceso administrativo, caracterizada por la facultad que tiene una persona o conjunto de personas de ordenar y el poder de hacerse obedecer, dentro de una organización, para la consecución de sus objetivos

Evaluación administrativa. Evaluación del desempeño de los administradores en sus puestos, preferentemente en relación con su desempeño en el establecimiento y el logro de objetivos verificables y su actuación como administradores.

Financiación.- Acción por la que una persona, sociedad u organismo público consigue capital para su creación o funcionamiento. La financiación se puede efectuar con fondos o recursos propios o con recursos ajenos.

Gestión.- Realización de diligencias o desarrollo de funciones conducentes al logro de los objetivos y metas de un negocio o empresa.

Gráfica de Gantt. Técnica de planeación y control desarrollada por Henry L. Gantt que muestra, mediante una gráfica de barras, los requisitos de tiempo para las diversas tareas o “acontecimientos” de una producción no algún otro programa.

Inflación.- Desequilibrio económico caracterizado por el ascenso del nivel general de precios, por efecto del aumento del circulante o papel moneda, y por la baja de la producción y oferta de los bienes de consumo.

Ingresos.- Contrapartida o equivalente monetario de una cantidad de bienes vendidos o de servicios prestados.

Inversión.- Fin. Aplicación que las personas físicas o jurídicas dan a sus fondos, tanto propios como ajenos y que se realiza con el ánimo de obtener una rentabilidad o beneficio futuro.

Oferta. – Actividad mediante la cual se presentan en un mercado ciertas mercancías con el objeto de ser ofrecidas para su venta.

Oferta de alojamiento.- En este aspecto se debe analizar primeramente la evolución de la oferta turística en el territorio, para luego considerar la situación actual de esa oferta turística en las diferentes localidades, considerando las perspectivas territoriales de las localidades

Organigrama.- Representación gráfica de la estructura de una organización, empresa o institución pública que recoge las funciones y relaciones de los elementos que la integran.

Organización.- Función básica de la administración, relativa al ordenamiento de las actividades que se estiman necesarias y de las relaciones de conducta entre el trabajo, los individuos y el lugar de trabajo, que se adecuan a través de la

planeación para que, el conjunto de elementos que la conforman, laboren unidos y en la forma más eficiente.

Planeación o planificación. Selección de misiones y objetivos, y estrategias, políticas, programas y procedimientos para lograrlos; toma de decisiones; selección de un curso de acción entre varias opciones.

Planeación o planificación de contingencia. Planeación para ambientes futuros cuya posibilidad de existencia es remota, pero que pueden presentarse; si este futuro posible es muy diferente al supuesto, será necesario elaborar premisas y planes alternativos.

Táctica. Planes de acción mediante los cuales se ponen en práctica las estrategias.

Toma de decisiones. Selección de un curso de acción entre varias opciones; selección racional de un curso de acción.

Variable. Cantidad que, durante el curso de un proceso de análisis, se la puede asignar a un número limitado de valores que usualmente son designados con las últimas letras del alfabeto.

2.3 HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.3.1 Hipótesis General

Desarrollando un análisis de la gestión administrativa, económica y financiera, de la actividad turística del cantón Montalvo, nos permitiría determinar en qué medida esta actividad influye al desarrollo socioeconómico de sus habitantes

2.3.2 Hipótesis Particulares

- Determinando la oferta y demanda de la actividad turística en el cantón Montalvo, conoceríamos el flujo de turistas potenciales y reales, así como la vinculación con otros actores económicos de la población.
- Identificando los modelos de gestión de los actores económicos vinculados a la actividad turística del cantón Montalvo, reconoceríamos si en la misma se aplica concepciones intuitivas o técnicas.
- Recomendando alternativas de gestión empresarial en el manejo de la actividad económica vinculada a la turística local, permitiríamos un mejor desarrollo socioeconómico de la población

2.3.3 Operacionalización de Hipótesis y Variables

Hipótesis	Variable	Definición conceptual	Parámetros	Indicadores	Instrumento
El conocimiento de la gestión administrativa, económica y financiera, de la actividad turística del cantón Montalvo, nos permitirá determinar en qué medida esta actividad influye al desarrollo socio-económico de sus habitantes	Gestión administrativa, económica, financiera	Es el conjunto de conocimientos de la administración científica.	Gestión administrativa Gestión Económica Gestión Financiera	Resultados de gestión Impacto socio-económico	Revisión documental
Por medio de la determinación de la oferta y demanda de la actividad turística en el cantón Montalvo, conoceremos el flujo de turistas potenciales y reales, así como la vinculación con otros actores económicos de la población	Investigación de mercados	Método para determinar la oferta y demanda en estudios administrativos.	Oferta real Demanda real y potencial	Número de Turistas Numero de negocios vinculados al turismo	Encuestas Entrevistas Censo
Identificando los modelos de gestión de los actores económicos vinculados a la actividad turística del cantón Montalvo, reconoceremos si en la misma se aplica concepciones intuitivas o técnicas	Modelos de gestión administrativa	Identificar los roles con los cuales se realiza la gestión de empresas.	Empresas familiares Sociedades de hecho Sociedades de derecho	Toma de decisiones	Encuestas Entrevistas

Al sugerir alternativas de gestión empresarial en el manejo de la actividad económica vinculada a la turística local, permitirá un mejor desarrollo socioeconómico de la población	Proceso administrativo	Identificación de los elementos del proceso administrativo que se aplica en la gestión de los negocios vinculados al área turística	Sistemas de control administrativo y contable	Resultados económicos Aumento de fuentes de empleo	Manual de gestión
--	------------------------	---	---	---	-------------------

CAPITULO III.- MARCO METODOLOGICO

3.1 Procedimiento

El procedimiento a aplicarse en el desarrollo de la investigación es:

Métodos.

El proceso investigativo planteado lo desarrollamos por los siguientes métodos:

Método Deductivo.- Por medio de él determinaremos la situación general de la actividad turística del cantón Montalvo, para inferir sobre lo propuesto.

Método de Análisis- Síntesis.- Por medio de él se analizará la oferta, demanda, producto, precio, para determinar el beneficio socioeconómico de la población.

Técnicas

Las Técnicas utilizadas son:

Encuestas.- Dirigidas a los turistas que visitan semanalmente los paradores turísticos del cantón Montalvo y también a sus propietarios.

Entrevista.- Con una muestra selecta, incluyendo a autoridades y comerciantes, para conocer su criterio sobre la actividad turística receptiva del cantón.

Observación.- Se desarrollará un examen minucioso y profundo para conocer el comportamiento y características dentro del medio de las variables intervinientes en el estudio.

3.2 Población y muestra

La población objeto de la investigación está constituida por los turistas y población económicamente activa del cantón de Montalvo, cuya cantidad es 20.067 habitantes.

Para efectos de la recolección de la información se tomará una muestra de los turistas, en base al sistema de muestreo aleatorio simple, cuya fórmula es:

$$n = \frac{N}{e^2 (N - 1) + 1}$$

Donde:

n = tamaño necesario de la muestra

N= Población

e = 5 % de error o diferencia máxima entre la media muestral y la media de la población que se está dispuesto a aceptar con el nivel de confianza que se ha definido.

$$n = \frac{20.067}{(0.05)^2 (20.067 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{20.067}{(0.0025) (20.066) + 1}$$

$$n = \frac{20.067}{51,165}$$

$$n = 392$$

Dádonos como resultado una muestra a investigar de **392** turistas y pobladores en igual número a encuestar.

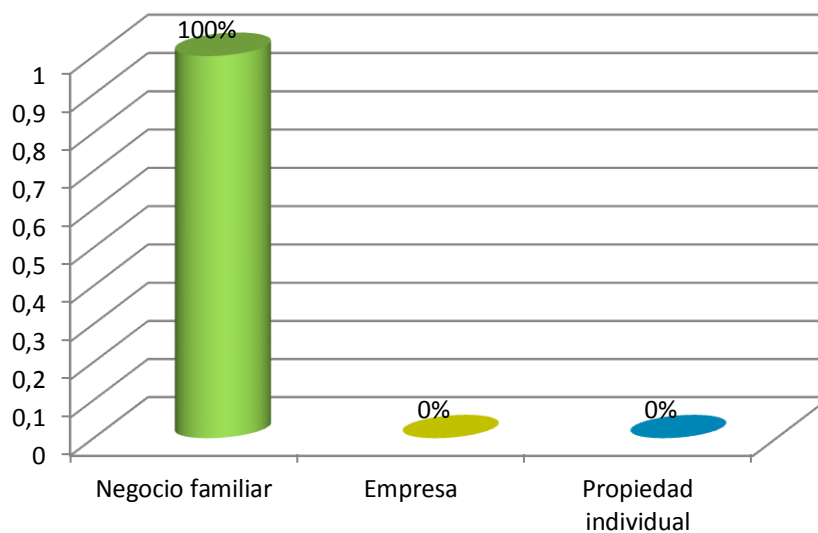
3.3 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

3.3.1 Encuesta dirigida a los propietarios de los centros turísticos del cantón montalvo

El proceso investigativo se desarrolla en cuatro paradores turísticos, siendo ellos: Pisagua, La Perla, Cristal, El refugio, obteniendo los siguientes resultados:

PREGUNTA 1	RESULTADOS	
	Numero	Porcentaje
Su actividad vinculada al turismo la realiza como:		
Negocio familiar	4	100
Empresa	0	0
Propiedad individual	0	0
TOTAL	4	100

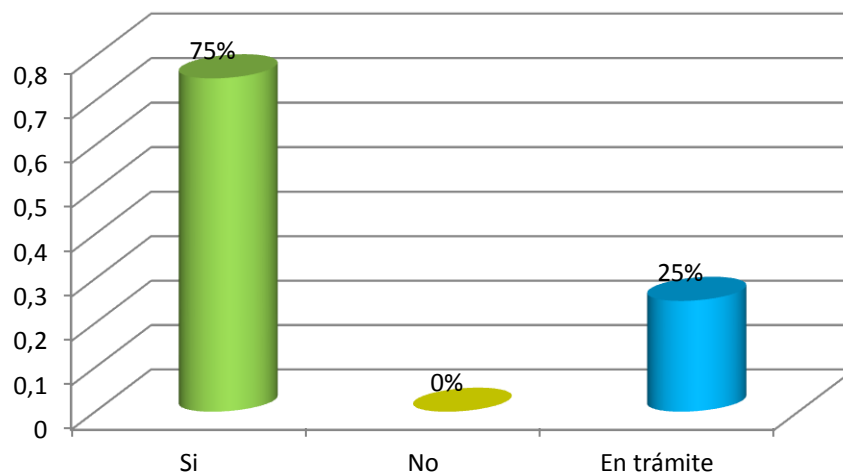
Fuente: Encuestas, Junio del 2011
Elaboración: Diana Camacho y Rosa Novoa



De acuerdo a la pregunta realizada los operadores turísticos en el cantón Montalvo en un 100% se manejan como un negocio familiar.

PREGUNTA 2	RESULTADOS	
Posee licencia de Turismo	Numero	Porcentaje
Si	3	75
No	0	0
En trámite	1	25
TOTAL	4	100

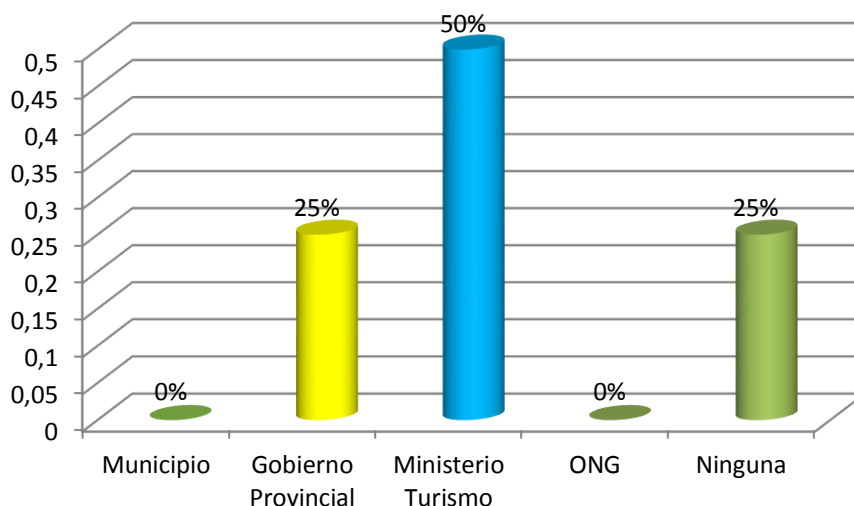
Fuente: Encuestas, Junio del 2011
 Elaboración: Diana Camacho y Rosa Novoa



El 75% de los encuestados poseen licencia de turismo, el 25% que representa a un negocio manifiesta que el mismo está en trámite.

PREGUNTA 3	RESULTADOS	
Que instituciones capacitan en gestión turística:	Numero	Porcentaje
Municipio	0	0
Gobierno provincial	1	25
Ministerio de Turismo	2	50
ONG	0	0
Ninguna	1	25
TOTAL	4	100

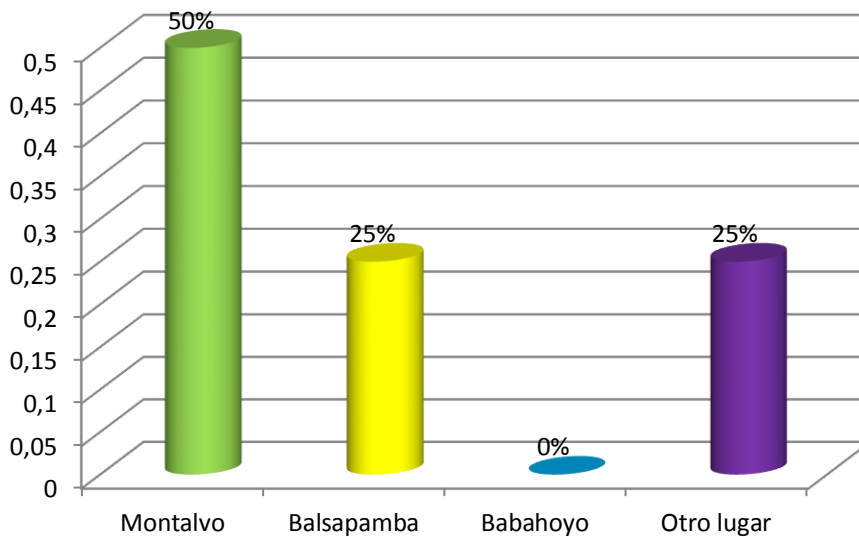
Fuente: Encuestas, Junio del 2011
 Elaboración: Diana Camacho y Rosa Novoa



Al consultarles de que institución reciben capacitación, uno de ellos que representa al 25% manifiesta del Gobierno Provincial, el restante 75% indica de parte del Ministerio de Turismo.

PREGUNTA 4	RESULTADOS	
En su actividad laboran personas de:	Numero	Porcentaje
Montalvo	2	50
Balsapamba	1	25
Babahoyo	0	0
Otro lugar	1	25
TOTAL	4	100

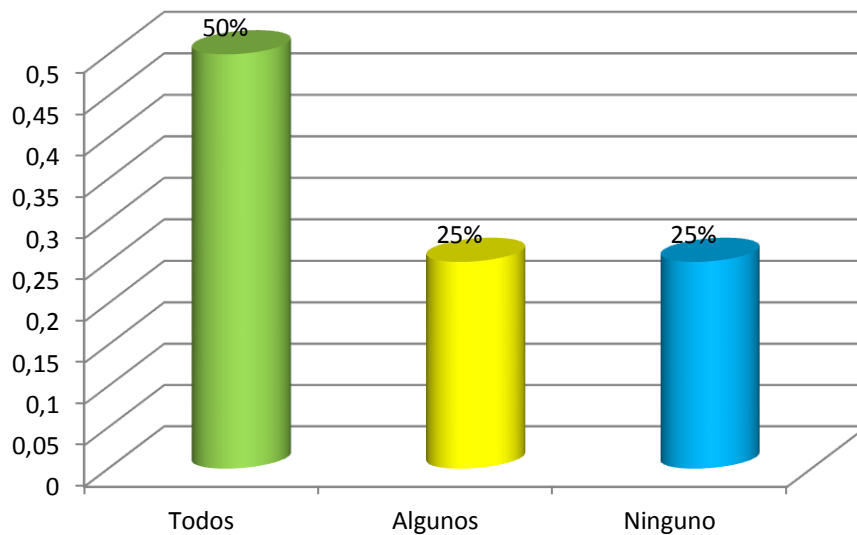
Fuente: Encuestas, Junio del 2011
 Elaboración: Diana Camacho y Rosa Novoa



El personal que labora en estos negocios, el 50% son oriundo del cantón Montalvo, el 25% de Balsapamba y el 25% restante de otro lugar.

PREGUNTA 5	RESULTADOS	
El personal que labora, recibe los beneficios de ley:	Numero	Porcentaje
Todos	2	50
Algunos	1	25
Ninguno	1	25
TOTAL	4	100

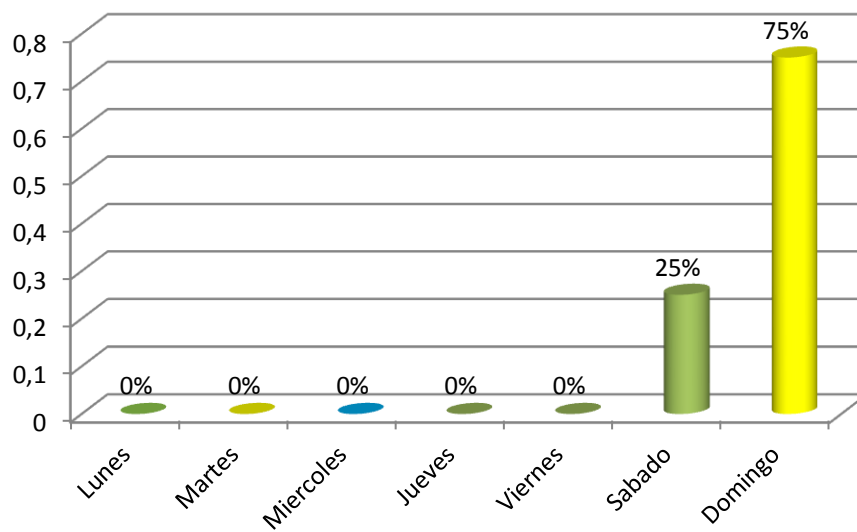
Fuente: Encuestas, Junio del 2011
 Elaboración: Diana Camacho y Rosa Novoa



Solo dos paradores turísticos que representan al 50%, reconocen que sus empleados reciben sueldos y los beneficios adicionales de acuerdo a la ley, el 25% indica que solo lo reciben algunos, y el 25% restante indican que la remuneración de su personal no esta de acuerdo a lo establecido por las leyes ecuatorianas.

PREGUNTA 6	RESULTADOS	
Los días de mayor afluencia turística son	Numero	Porcentaje
Lunes	0	0
Martes	0	0
Miércoles	0	0
Jueves	0	0
Viernes	0	0
Sábado	1	25
Domingo	3	75
TOTAL	4	100

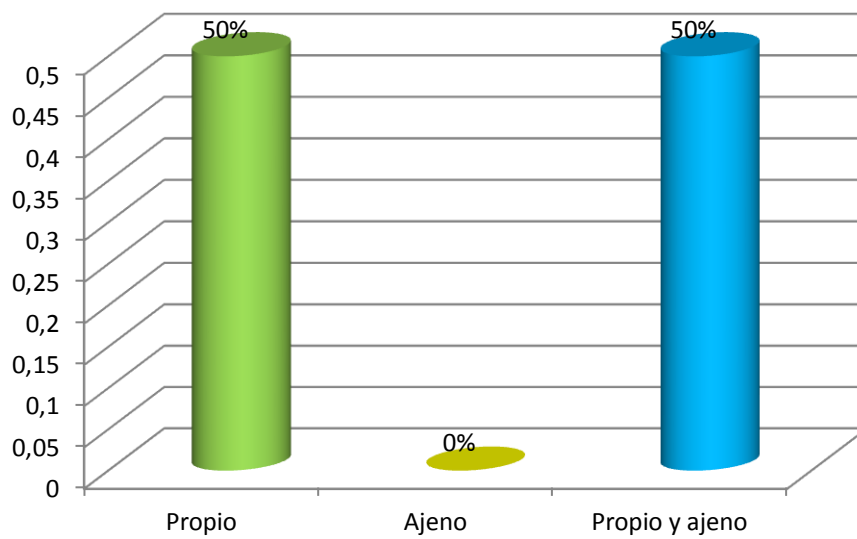
Fuente: Encuestas, Junio del 2011
 Elaboración: Diana Camacho y Rosa Novoa



Los días de mayor afluencia turística de acuerdo a los operadores encuestados son los sábados (25%) y domingos (75%).

PREGUNTA 7	RESULTADOS	
Usted labora con capital:	Numero	Porcentaje
Propio	2	50
Ajeno	0	0
Ajeno y propio	2	50
TOTAL	4	100

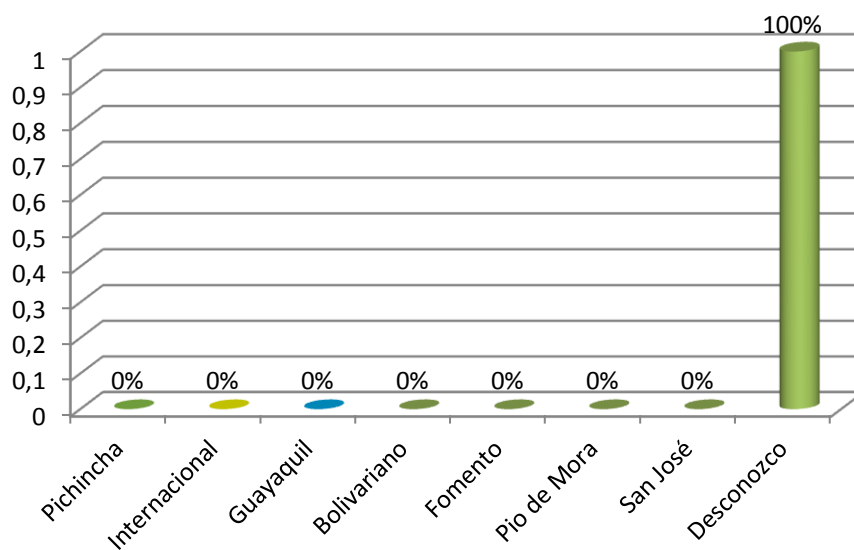
Fuente: Encuestas, Junio del 2011
 Elaboración: Diana Camacho y Rosa Novoa



Al consultar si laboran con capital propio, ajeno o mixto, el criterio es compartido, el 50% indica con capital propio y el 50% restante con capital propio y ajeno.

PREGUNTA 8	RESULTADOS	
Que entidades financieras otorgan créditos para la actividad vinculadas al turismo	Numero	Porcentaje
Pichincha	0	0
Internacional	0	0
Guayaquil	0	0
Bolivariano	0	0
Fomento	0	0
Pio de Mora	0	0
San José	0	0
Desconozco	4	100
TOTAL	4	100

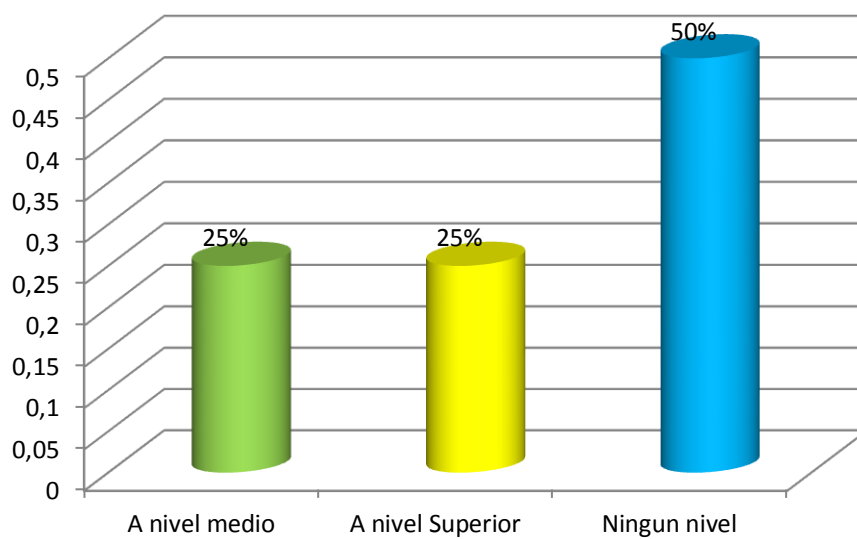
Fuente: Encuestas, Junio del 2011
 Elaboración: Diana Camacho y Rosa Novoa



Al consultar que entidades financieras otorgan créditos para la actividad vinculadas al turismo, en un 100% indican que desconocen al respecto.

PREGUNTA 9	RESULTADOS	
Tiene conocimientos administrativos:	Numero	Porcentaje
A nivel medio	1	25
A nivel superior	1	25
Ningún nivel	2	50
TOTAL	4	100

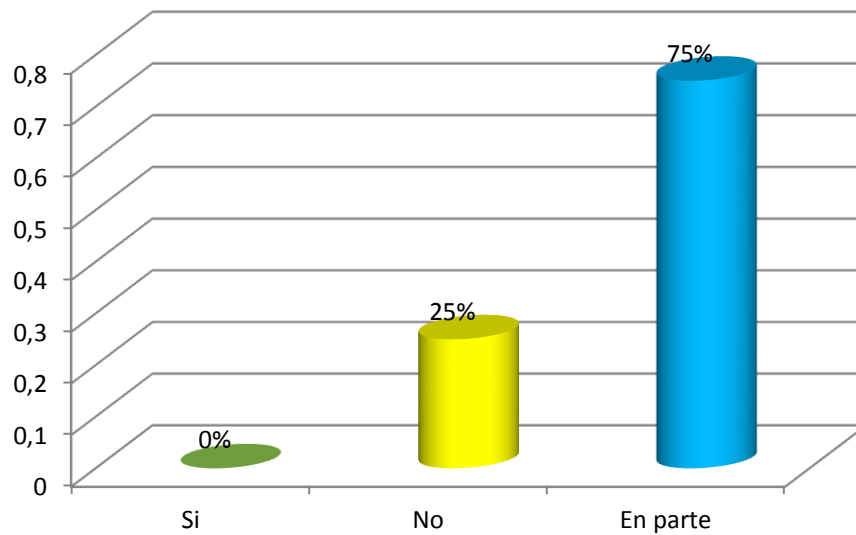
Fuente: Encuestas, Junio del 2011
 Elaboración: Diana Camacho y Rosa Novoa



Al consultar a los propietarios de estos negocios si tiene conocimientos administrativos, el 25% manifiestan que lo tienen a nivel medio, a nivel superior otro 25% y el 50% restante no lo tienen a ningún nivel.

PREGUNTA 10	RESULTADOS	
Gerencia su negocio utilizando concepciones científicas de administración	Numero	Porcentaje
Si	0	0
No	1	25
En parte	3	75
TOTAL	4	100

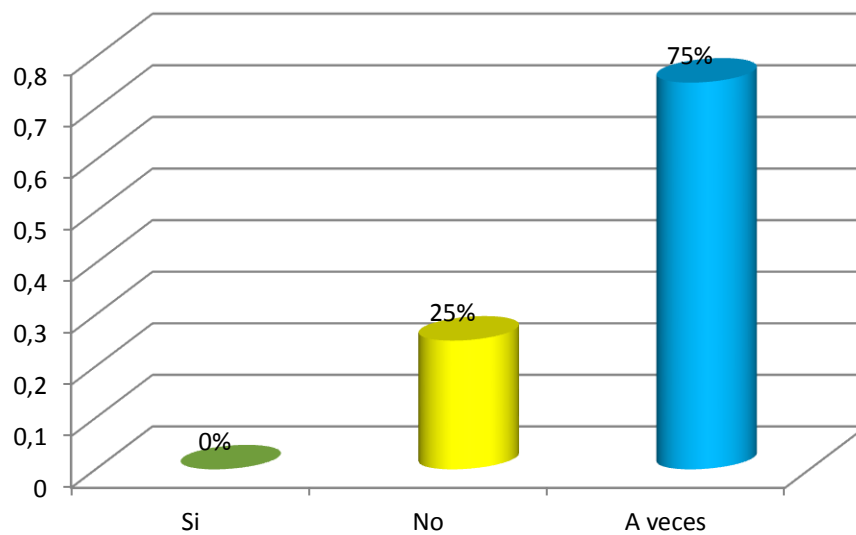
Fuente: Encuestas, Junio del 2011
 Elaboración: Diana Camacho y Rosa Novoa



Los encuestados manifiestan en un 25% que gerencian su negocio y no utilizan concepciones científicas de administración, el 75% restante indican que utilizan en parte.

PREGUNTA 11	RESULTADOS	
Utiliza asesoría externa en el área administrativa	Numero	Porcentaje
Si	0	0
No	1	25
A veces	3	75
TOTAL	4	100

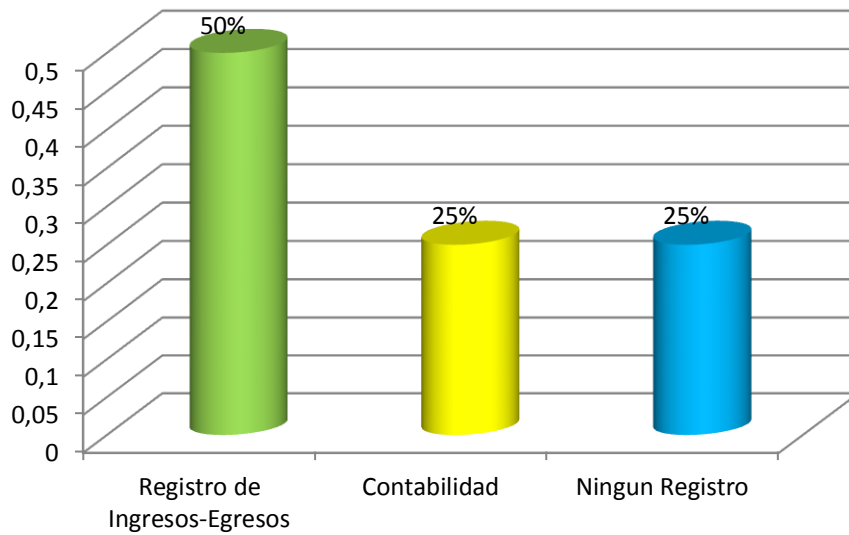
Fuente: Encuestas, Junio del 2011
 Elaboración: Diana Camacho y Rosa Novoa



El 25% de los encuestados indican que no utilizan asesoría externa en el área administrativa, el 75% manifiestan que lo utilizan a veces.

PREGUNTA 12	RESULTADOS	
El registro del movimiento económico, lo lleva por medio de:	Numero	Porcentaje
Registro Ingresos-Egresos	2	50
Contabilidad	1	25
Ningún registro	1	25
TOTAL	4	100

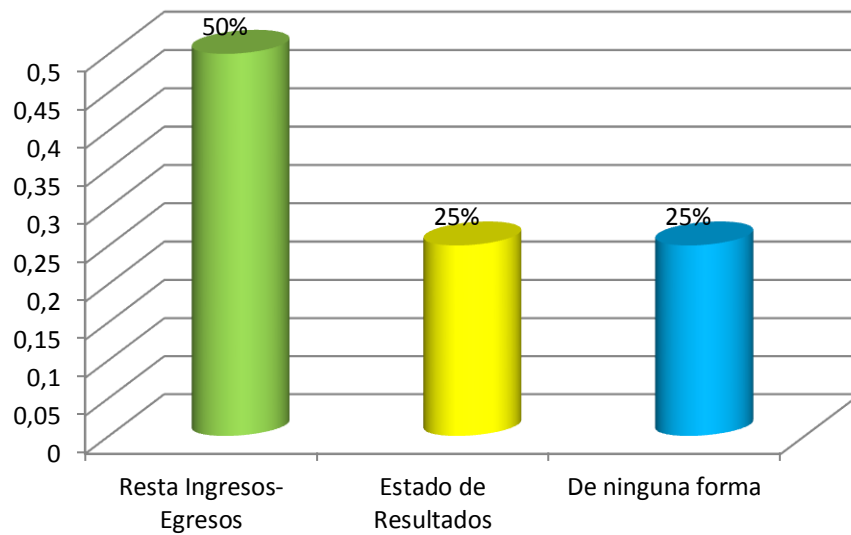
Fuente: Encuestas, Junio del 2011
 Elaboración: Diana Camacho y Rosa Novoa



A consultar si el registro del movimiento económico, lo lleva por medio de: Registro de ingresos-egresos (50%), contabilidad (25%) o ningún registro (25%), el criterio es compartido como nos indica los porcentajes de respuesta.

PREGUNTA 13	RESULTADOS	
Al finalizar el año, conoce su utilidad o perdida por medio de:	Numero	Porcentaje
Resta Ingresos-Egresos	2	50
Estado de Resultados	1	25
De ninguna forma	1	25
TOTAL	4	100

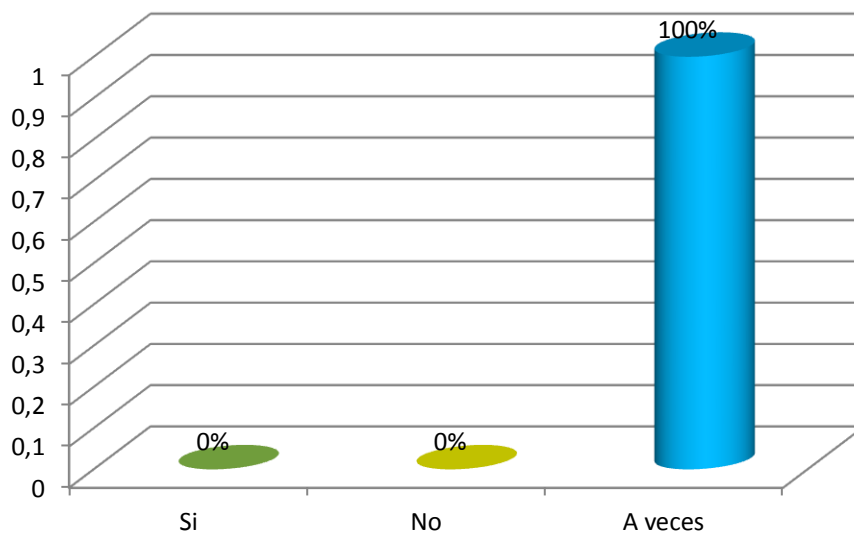
Fuente: Encuestas, Junio del 2011
 Elaboración: Diana Camacho y Rosa Novoa



Al finalizar el año manifiestan que conocen sus resultados económicos por medio de Resta de ingresos-egresos (50%), Estado de Resultados (25%) y de ninguna forma (25%).

PREGUNTA 14	RESULTADOS	
Existe control del SRI sobre su actividad.	Numero	Porcentaje
Si	0	0
No	0	0
A veces	4	100
TOTAL	4	100

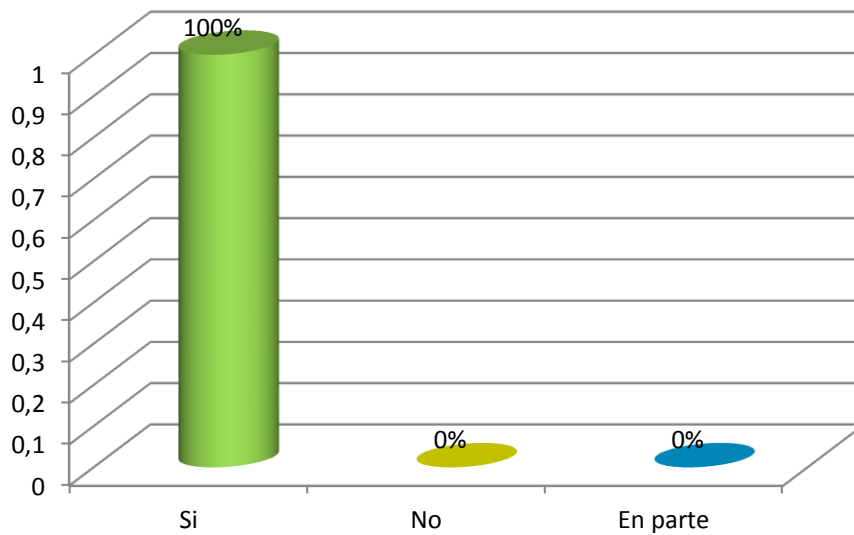
Fuente: Encuestas, Junio del 2011
 Elaboración: Diana Camacho y Rosa Novoa



Al preguntar si existe control del SRI sobre su actividad, ellos manifiestan en un 100% que esto sucede “A veces”.

PREGUNTA 15	RESULTADOS	
Considera que contribuye al desarrollo socioeconómico del cantón Montalvo	Numero	Porcentaje
Si	4	100
No	0	0
En parte	0	0
TOTAL	4	100

Fuente: Encuestas, Junio del 2011
 Elaboración: Diana Camacho y Rosa Novoa

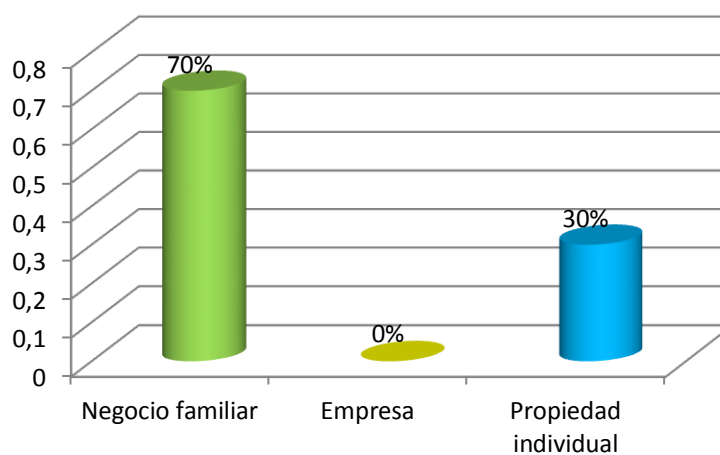


Todos los encuestados esta seguros que están contribuyendo al desarrollo socioeconómico del cantón Montalvo, por lo cual tenemos una respuesta positiva del 100%.

3.3.2 Encuesta dirigida a los propietarios de negocios del cantón Montalvo.

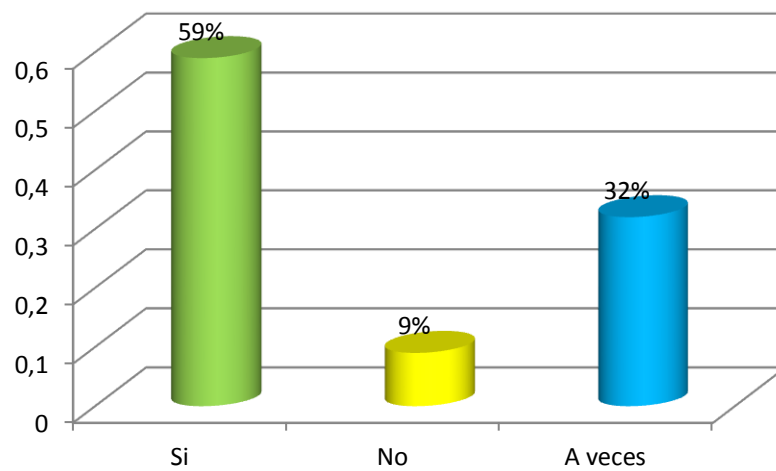
PREGUNTA 1	RESULTADOS	
	Numero	Porcentaje
Su actividad comercial la realiza como:		
Negocio familiar	32	70
Empresa	0	0
Propiedad individual	14	30
TOTAL	46	100

Fuente: Encuestas, Junio del 2011
Elaboración: Diana Camacho y Rosa Novoa



De acuerdo a los resultados obtenidos al consultar si “Su actividad comercial la realiza como: negocio familiar, Empresa o Propiedad individual” el 70% indica que es un “negocio familiar” y el 30% restante manifiesta que es de “propiedad individual”.

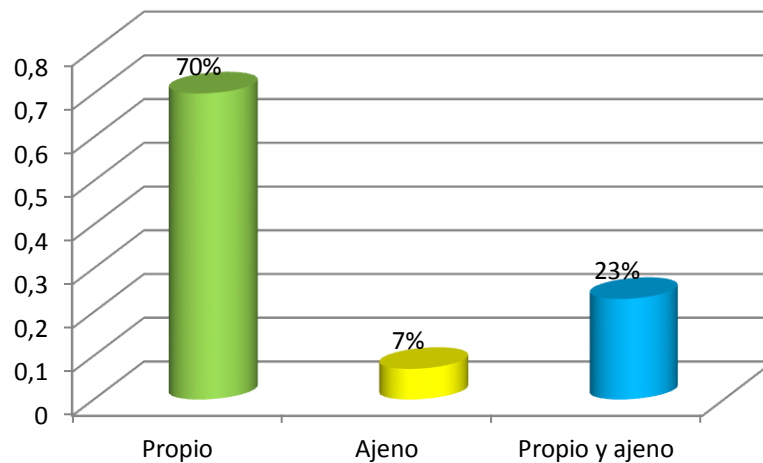
PREGUNTA 2	RESULTADOS	
La actividad turística del cantón aumenta sus ventas:	Numero	Porcentaje
Si	27	59
No	4	09
A veces	15	32
TOTAL	46	100



Fuente: Encuestas, Junio del 2011
 Elaboración: Diana Camacho y Rosa Novoa

Al consultarles a los comerciantes de Montalvo, si la actividad turística del cantón aumenta sus ventas, 59% de ellos indica que SI, el 9% que NO; y, el 32% restante manifiesta que solo A VECES aumenta su venta.

PREGUNTA 3	RESULTADOS	
Trabaja con capital:	Numero	Porcentaje
Propio	32	70
Ajeno	3	07
Propio y ajeno	11	23
TOTAL	46	100

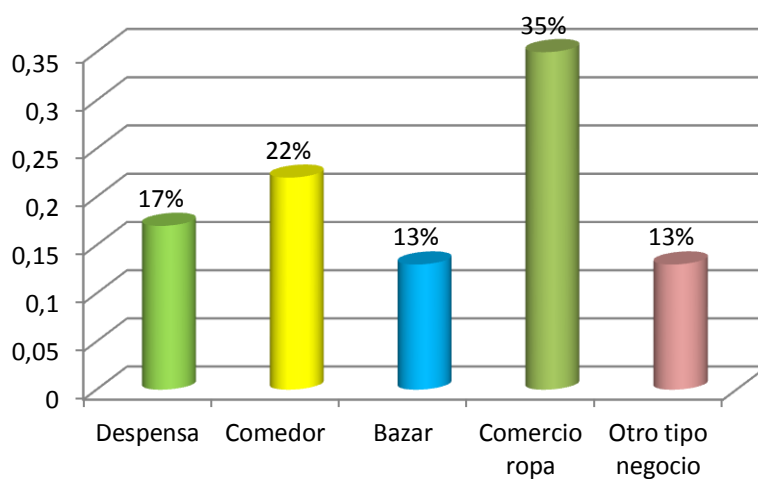


Fuente: Encuestas, Junio del 2011
 Elaboración: Diana Camacho y Rosa Novoa

Los comerciantes encuestados en un 70% trabajan con capital propio, el 7% con capital ajeno y el 23% con capital mixto, es decir con propio y ajeno.

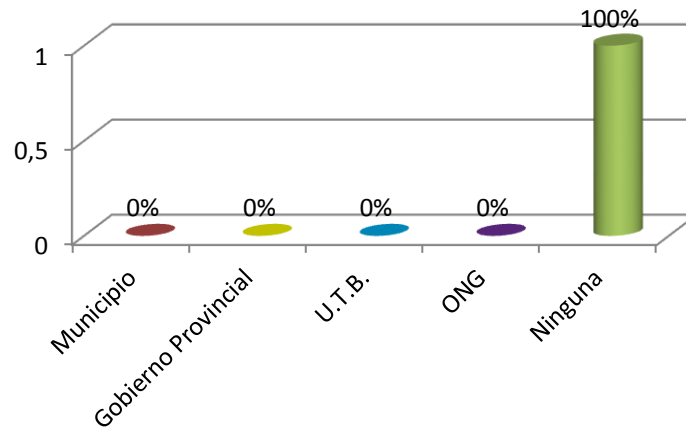
PREGUNTA 4	RESULTADOS	
Su actividad la ubica como:	Numero	Porcentaje
Despensa	8	17
Comedor	10	22
Bazar	6	13
Comercio ropa	16	35
Otro tipo de negocio	6	13
TOTAL	46	100

Fuente: Encuestas, Junio del 2011
 Elaboración: Diana Camacho y Rosa Novoa



El total de encuestados el 17% corresponde a negocios tipo: despensa, el 22% comedores, el 13% bazares, el 35% comercio de ropa y el 13% otro tipo de negocios, entre los cuales se ha podido observar a ferreterías, cybers, cabinas telefónicas.

PREGUNTA 5	RESULTADOS	
Que instituciones capacitan en gestión microempresarial:	Numero	Porcentaje
Municipio	0	0
Gobierno provincial	0	0
Universidad Técnica Babahoyo	0	0
ONG	0	0
Ninguna	46	100
TOTAL	46	100

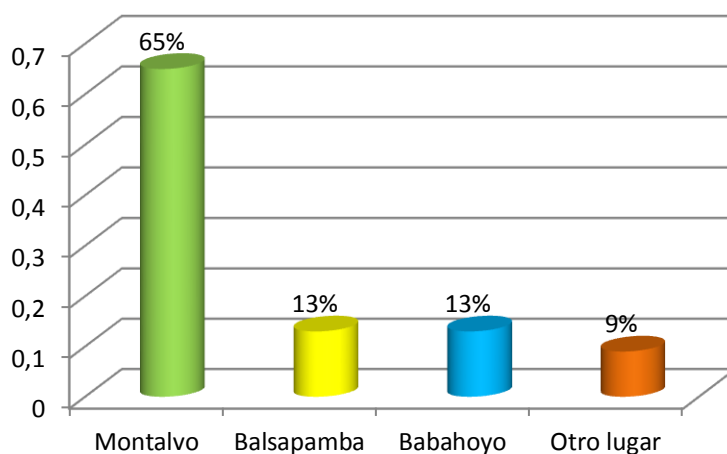


Fuente: Encuestas, Junio del 2011
 Elaboración: Diana Camacho y Rosa Novoa

Al consultarles que instituciones capacitan en gestión microempresarial, el 100% indica que ninguna.

PREGUNTA 6	RESULTADOS	
En su actividad laboran personas de:	Numero	Porcentaje
Montalvo	30	65
Balsapamba	6	13
Babahoyo	6	13
Otro lugar	4	09
TOTAL	46	100

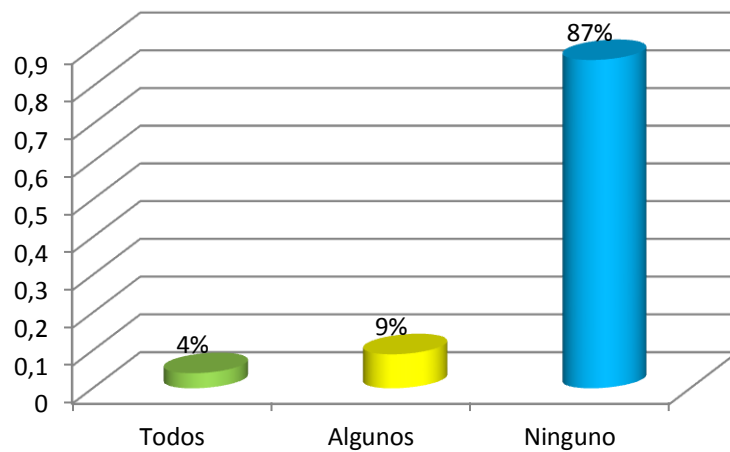
Fuente: Encuestas, Junio del 2011
 Elaboración: Diana Camacho y Rosa Novoa



De acuerdo a la encuesta el 65% de las personas que laboran en la actividad comercial son de Montalvo, el 13% de Balsapamba, 13% de Babahoyo, 9% de otro lugar no indicado.

PREGUNTA 7	RESULTADOS	
Del personal que labora, reciben los beneficios de ley:	Numero	Porcentaje
Todos	2	04
Algunos	4	09
Ninguno	40	87
TOTAL	46	100

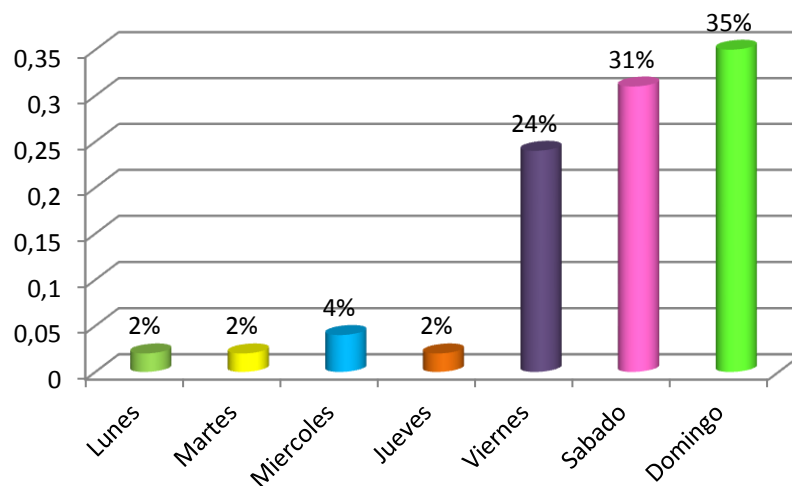
Fuente: Encuestas, Junio del 2011
 Elaboración: Diana Camacho y Rosa Novoa



De las personas que laboran en los negocios del cantón Montalvo solo el 4% de ellos reciben todos los beneficios de Ley, indican que el 9% de manera parcial y el 87% solo reciben una remuneración, mas no los beneficios de ley, como lo dispone el Código del Trabajo.

PREGUNTA 8	RESULTADOS	
Los días de mayor actividad comercial son:	Numero	Porcentaje
Lunes	1	02
Martes	1	02
Miércoles	2	04
Jueves	1	02
Viernes	11	24
Sábado	14	31
Domingo	16	35
TOTAL	46	100

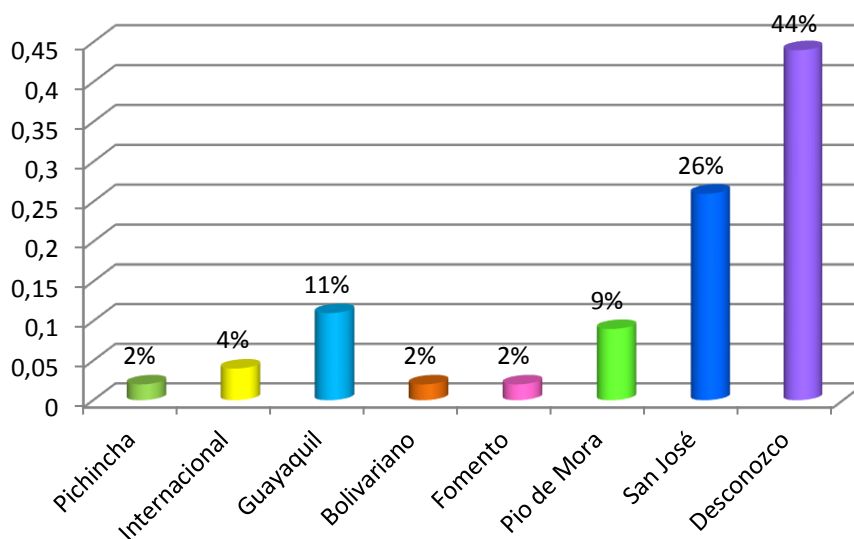
Fuente: Encuestas, Junio del 2011
 Elaboración: Diana Camacho y Rosa Novoa



De acuerdo al criterio de los comerciantes de este cantón, los días de mayor actividad son: viernes (24%), sábado (31%) y domingo (35%), el resto de días varía la respuesta entre el 2% al 4% de los encuestados.

PREGUNTA 9	RESULTADOS	
Que entidades financieras otorgan créditos para la actividad microempresarial	Numero	Porcentaje
Pichincha	1	02
Internacional	2	04
Guayaquil	5	11
Bolivariano	1	02
Fomento	1	02
Pio de Mora	4	09
San José	12	26
Desconozco	20	44
TOTAL	46	100

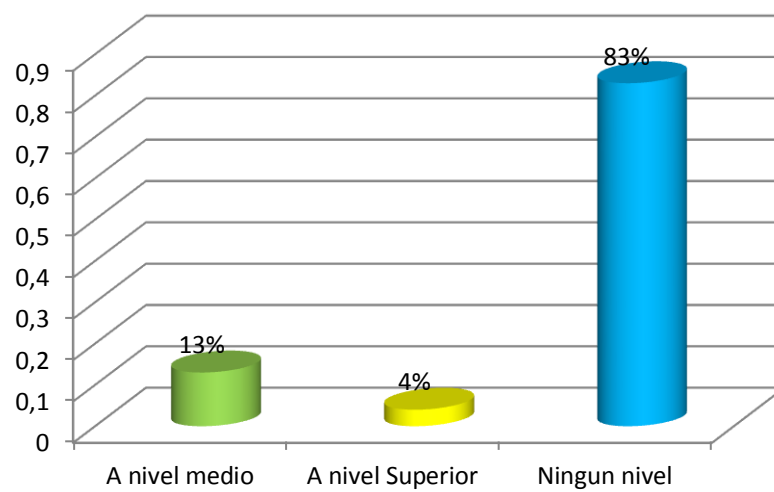
Fuente: Encuestas, Junio del 2011
 Elaboración: Diana Camacho y Rosa Novoa



Al consultarles, que entidades financieras otorgan créditos para la actividad microempresarial, a lo cual responden: 2% Banco del Pichinche, 4% Banco Internacional, 11% Banco Guayaquil, 2% Banco Bolivariano, 2% Banco de Fomento, 9% Cooperativa Pio de Mora, 26% Cooperativa San José y 44% indica que desconoce que instituciones otorgan este tipo de créditos.

PREGUNTA 10	RESULTADOS	
Tiene conocimientos administrativos:	Numero	Porcentaje
A nivel medio	6	13
A nivel superior	2	04
Ningún nivel	38	83
TOTAL	46	100

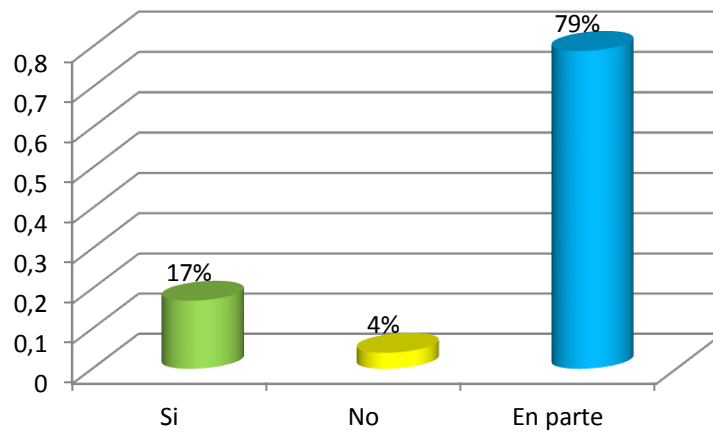
Fuente: Encuestas, Junio del 2011
 Elaboración: Diana Camacho y Rosa Novoa



Al consultarles si tiene conocimientos administrativos, los cuales les permiten dirigir sus negocios de manera eficaz y eficiente, ante lo cual obtenemos las respuestas siguientes: 13% formación a nivel medio, 4% a nivel superior y el 83% no tiene conocimientos administrativos a ningún nivel.

PREGUNTA 11	RESULTADOS	
Gerencia su negocio utilizando concepciones científicas de administración	Numero	Porcentaje
Si	8	17
No	2	04
En parte	36	79
TOTAL	46	100

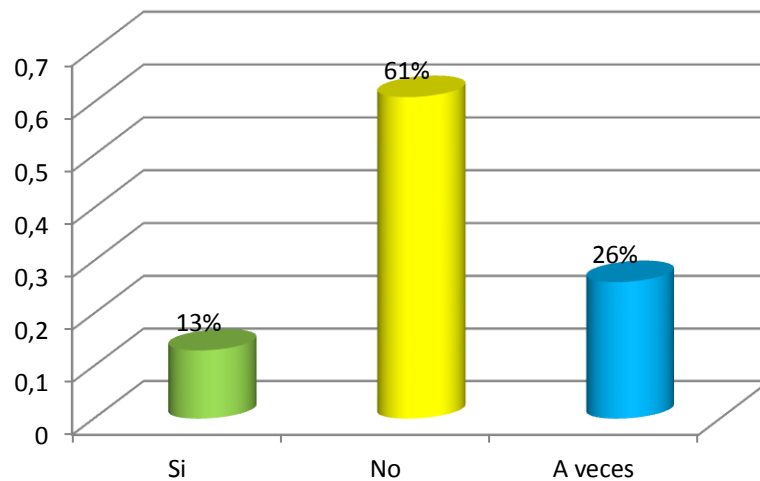
Fuente: Encuestas, Junio del 2011
 Elaboración: Diana Camacho y Rosa Novoa



De acuerdo a los resultados de la pregunta anterior el 17% indica que **si** gerencia su negocio utilizando concepciones científicas de administración, el 4% manifiesta que **no**; y, el 79% restante dice que **en parte**.

PREGUNTA 12	RESULTADOS	
Utiliza asesoría externa en el área administrativa	Numero	Porcentaje
Si	6	13
No	28	61
A veces	12	26
TOTAL	46	100

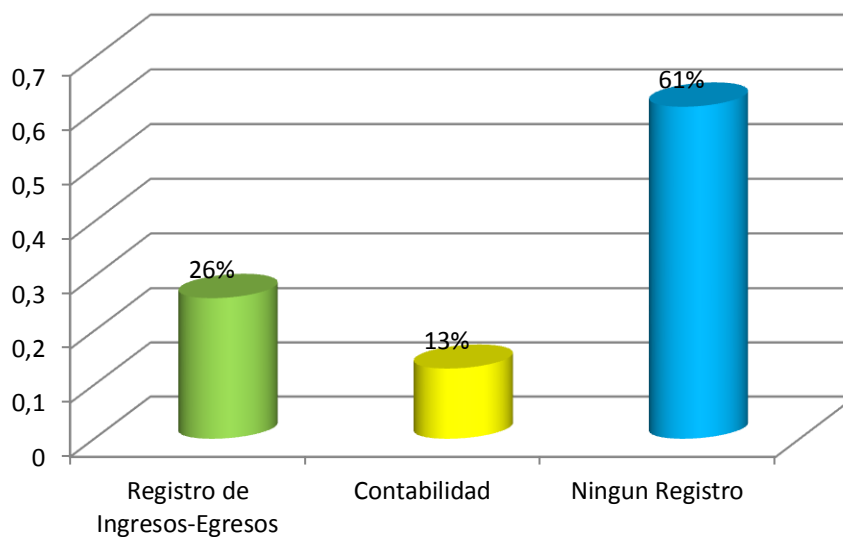
Fuente: Encuestas, Junio del 2011
 Elaboración: Diana Camacho y Rosa Novoa



El 13% manifiesta que **si** utiliza asesoría externa en el área administrativa, el 61% indica que **no**; y, el 26% dice que **a veces**.

PREGUNTA 13	RESULTADOS	
	Numero	Porcentaje
El registro del movimiento económico, lo lleva por medio de:		
Registro Ingresos-Egresos	12	26
Contabilidad	6	13
Ningún registro	28	61
TOTAL	46	100

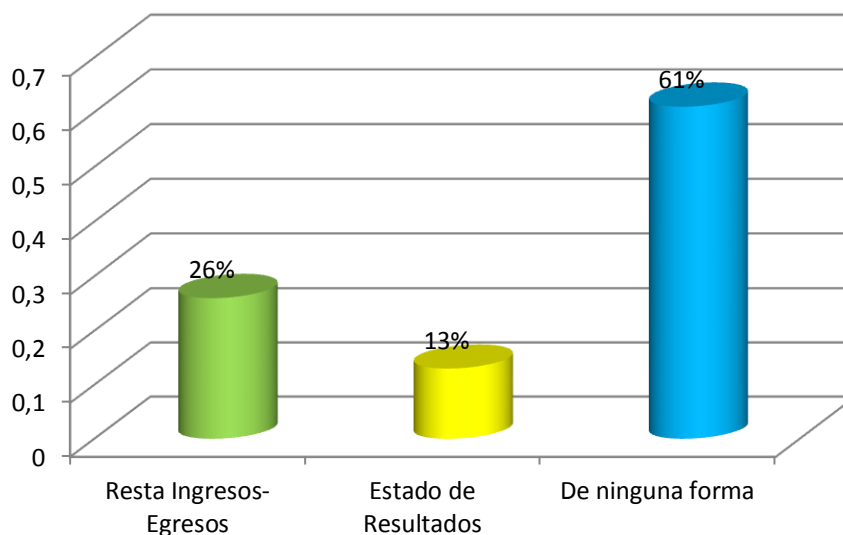
Fuente: Encuestas, Junio del 2011
 Elaboración: Diana Camacho y Rosa Novoa



Al consultar como lleva el registro del movimiento económico, el 26% indica por medio de **registro de ingresos-egresos**, el 13% dice que **lleva contabilidad**; y, el 61% restante no lleva **ningún registro**.

PREGUNTA 14	RESULTADOS	
Al finalizar el año, conoce su utilidad o perdida por medio de:	Numero	Porcentaje
Resta Ingresos-Egresos	12	26
Estado de Resultados	6	13
De ninguna forma	28	61
TOTAL	46	100

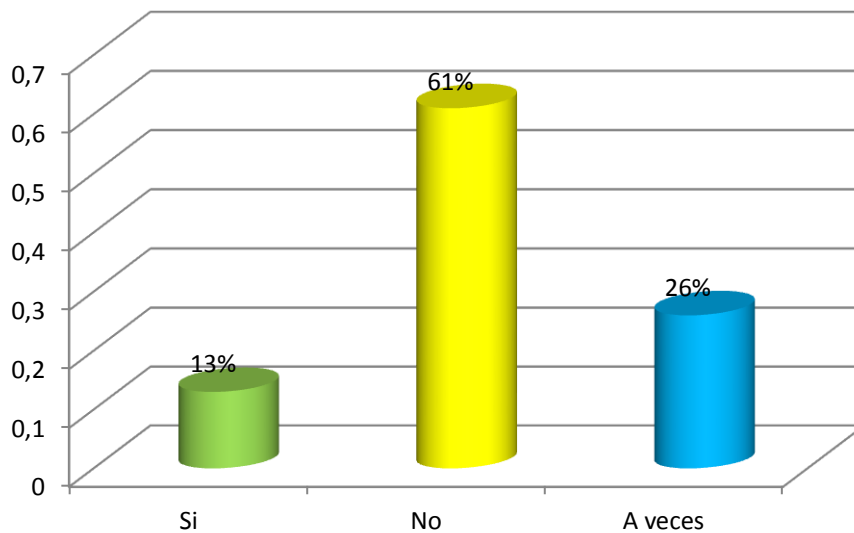
Fuente: Encuestas, Junio del 2011
 Elaboración: Diana Camacho y Rosa Novoa



Los consultados indican que al finalizar el año, conocen su utilidad o pérdida por medio de Resta Ingresos-Egresos (26%), Estado de Resultados (13%), De Ninguna Forma (61%). Estas respuestas están vinculadas con el resultado de la pregunta anterior.

PREGUNTA 15	RESULTADOS	
Existe control del SRI sobre su actividad.	Numero	Porcentaje
Si	6	13
No	28	61
A veces	12	26
TOTAL	46	100

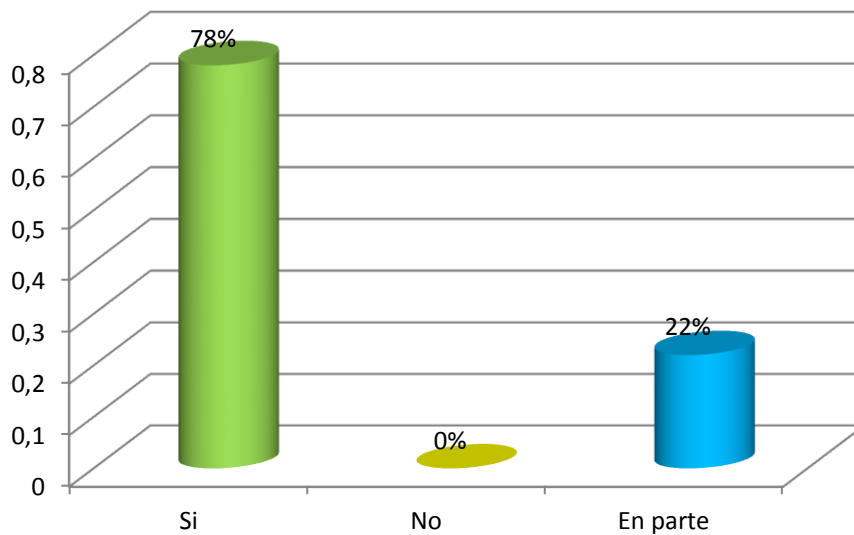
Fuente: Encuestas, Junio del 2011
 Elaboración: Diana Camacho y Rosa Novoa



Los comerciantes encuestados manifiestan en un 78% **si** existe control del SRI sobre su actividad, el 22% indica que **en parte**

PREGUNTA 16	RESULTADOS	
Considera que contribuye al desarrollo socioeconómico del cantón Montalvo	Numero	Porcentaje
Si	36	78
No	0	00
En parte	10	22
TOTAL	46	100

Fuente: Encuestas, Junio del 2011
 Elaboración: Diana Camacho y Rosa Novoa

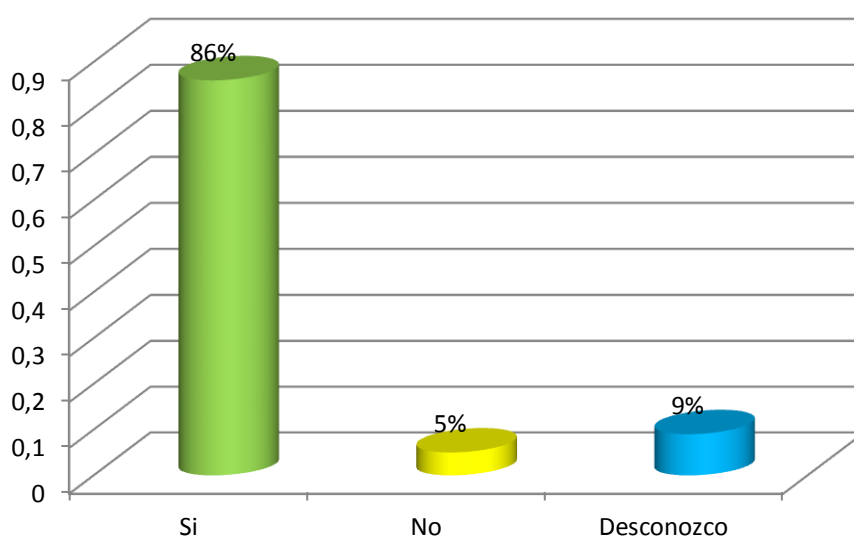


El 78% de los encuestados consideran que contribuyen al desarrollo socioeconómico del cantón Montalvo, el 22% restante que **en parte**.

3.3.3 Encuesta dirigida a los ciudadanos del cantón Montalvo.

PREGUNTA 1	RESULTADOS	
	Numero	Porcentaje
El turismo aumenta la actividad comercial en el cantón		
Si	212	86
No	012	05
Desconozco	022	09
TOTAL	246	100

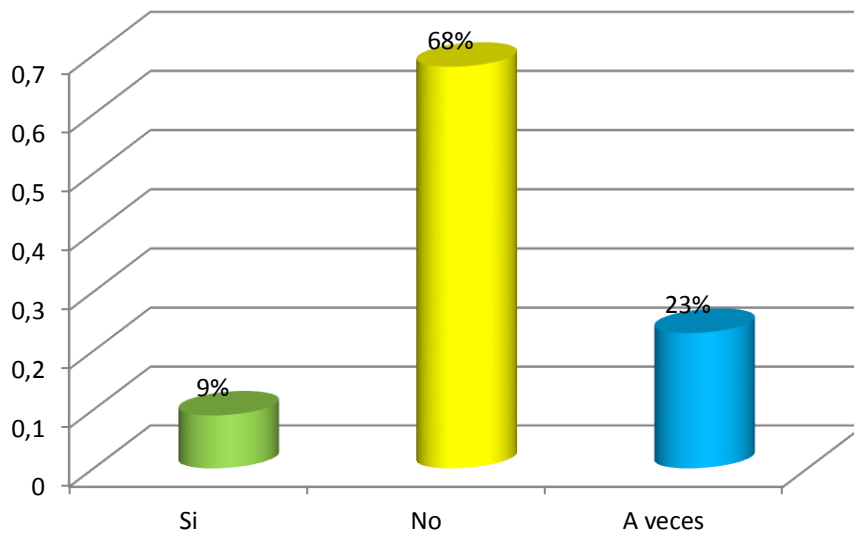
Fuente: Encuestas, Junio del 2011
Elaboración: Diana Camacho y Rosa Novoa



Al consultar si el turismo aumenta la actividad comercial en el cantón, el 86% indican que si, el 5% que no y el 9% restante manifiestan que desconocen

PREGUNTA 2	RESULTADOS	
	Numero	Porcentaje
Usted se beneficia de la actividad turística en Montalvo:		
Si	022	09
No	168	68
A veces	056	23
TOTAL	246	100

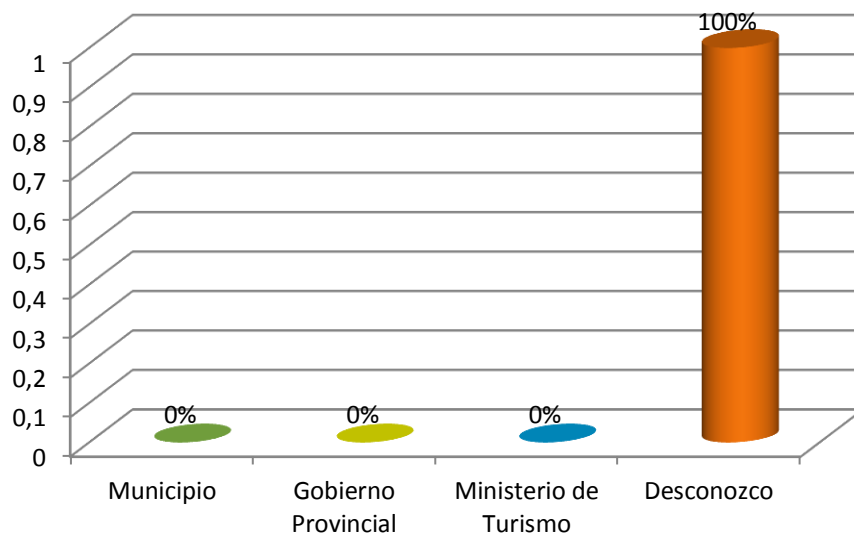
Fuente: Encuestas, Junio del 2011
 Elaboración: Diana Camacho y Rosa Novoa



De acuerdo a las personas encuestadas, el 9% manifiesta que se beneficia de la actividad turística en Montalvo, el 68% indica que no, el 23% solo se beneficia a veces.

PREGUNTA 3	RESULTADOS	
	Numero	Porcentaje
Conoce si alguna de estas instituciones fomentan el turismo en Montalvo		
Municipio	000	000
Gobierno Provincial	000	000
Ministerio de Turismo	000	000
Desconozco	246	246
TOTAL	246	100

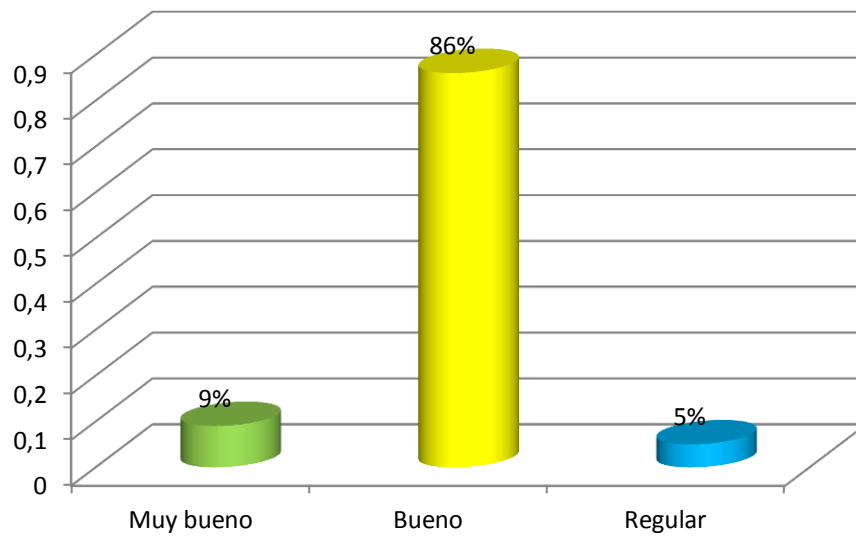
Fuente: Encuestas, Junio del 2011
 Elaboración: Diana Camacho y Rosa Novoa



El 100% de los encuestados indican que desconocen si alguna institución fomenta el turismo en Montalvo

PREGUNTA 4	RESULTADOS	
	Numero	Porcentaje
El transporte interno es		
Muy bueno	022	09
Bueno	212	86
Regular	012	05
TOTAL	246	100

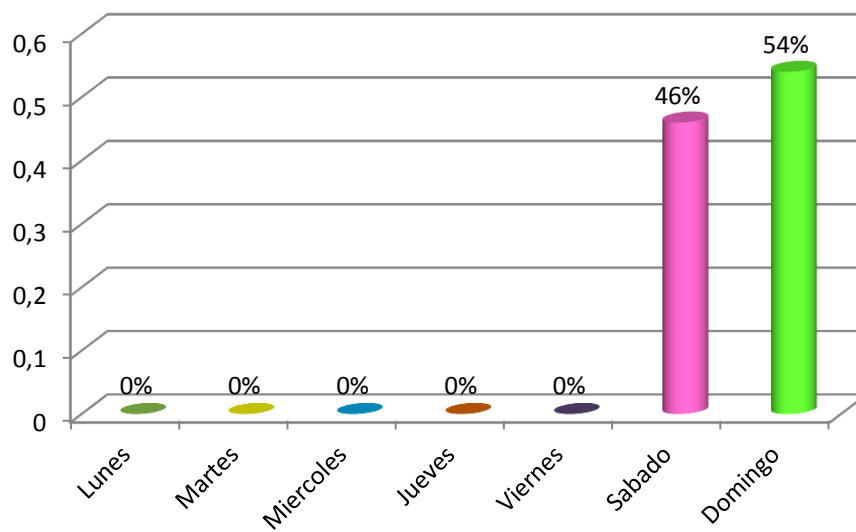
Fuente: Encuestas, Junio del 2011
 Elaboración: Diana Camacho y Rosa Novoa



Al consultar sobre el transporte interno en Montalvo, el 9% indica que es muy bueno, el 86% manifiesta que bueno y el 5% regular.

PREGUNTA 5	RESULTADOS	
Los días de mayor afluencia de turistas, es:	Numero	Porcentaje
Lunes	000	000
Martes	000	000
Miércoles	000	000
Jueves	000	000
Viernes	000	000
Sábado	112	046
Domingo	134	054
TOTAL	246	100

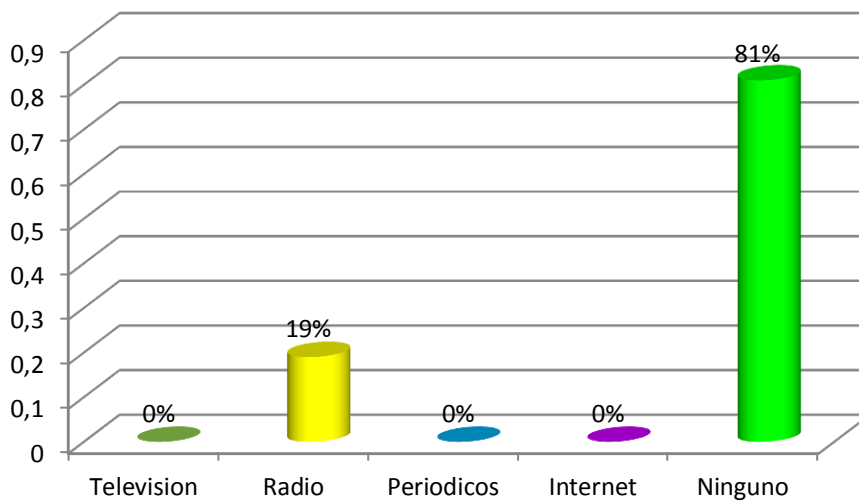
Fuente: Encuestas, Junio del 2011
 Elaboración: Diana Camacho y Rosa Novoa



A criterio de la población encuestada los días de mayor afluencia de turistas, son los sábados (46%) y el domingo (54%).

PREGUNTA 6	RESULTADOS	
	Numero	Porcentaje
Existe publicidad sobre la actividad turística de Montalvo en medios de comunicación, como:		
Televisión	000	000
Radio	046	019
Periódicos	000	000
Internet	000	000
Ninguno	200	081
TOTAL	246	100

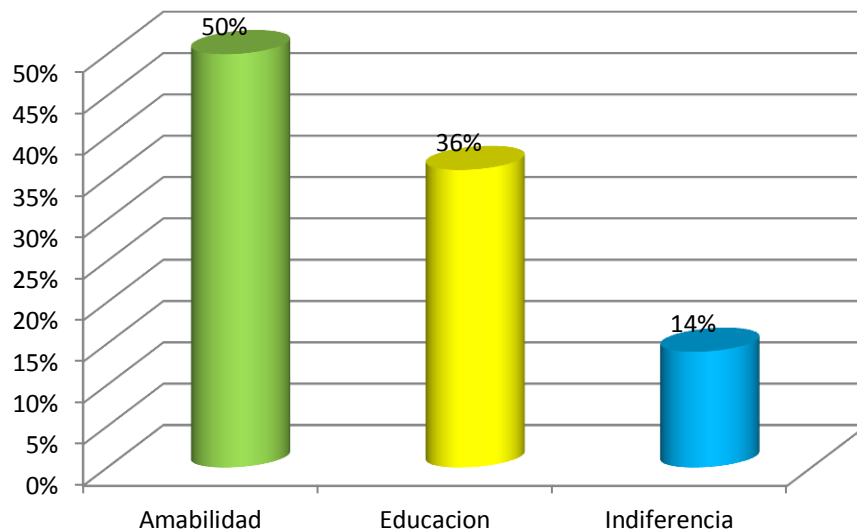
Fuente: Encuestas, Junio del 2011
 Elaboración: Diana Camacho y Rosa Novoa



Al interrogar si existe publicidad sobre la actividad turística de Montalvo en medios de comunicación, el 19% indica que en radio y el 81% restante manifiesta que no existe.

PREGUNTA 7	RESULTADOS	
Usted trata al turista, con:	Numero	Porcentaje
Amabilidad	123	050
Educación	088	036
Indiferencia	035	014
TOTAL	246	100

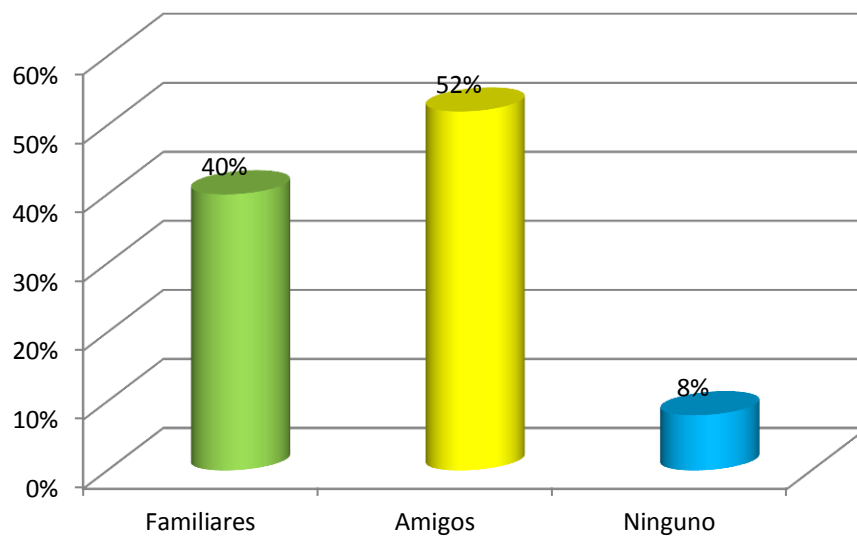
Fuente: Encuestas, Junio del 2011
 Elaboración: Diana Camacho y Rosa Novoa



De acuerdo a la respuestas obtenidas a la pregunta que nos antecede el 50% trata al turista con amabilidad, el 36% considera que lo hace con educación y el 14% restante le es indiferente.

PREGUNTA 8	RESULTADOS	
	Numero	Porcentaje
Personas allegadas a usted visitan Montalvo por Turismo, entre ellos:		
Familiares	098	40
Amigos	128	52
Ninguno	020	08
TOTAL	246	100

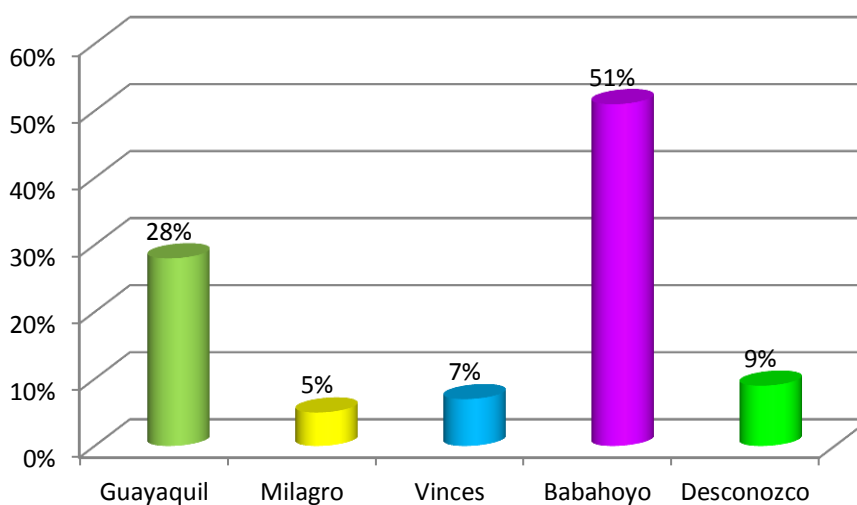
Fuente: Encuestas, Junio del 2011
 Elaboración: Diana Camacho y Rosa Novoa



Al consultar si personas allegadas a ellos visitan Montalvo por Turismo, un 40% indica que lo hacen familiares, el 52% amigos y un 8% que ninguna persona allegada.

PREGUNTA 9	RESULTADOS	
Las personas que hacen turismo en Montalvo, provienen de:	Numero	Porcentaje
Guayaquil	069	028
Milagro	012	005
Vinces	018	007
Babahoyo	124	051
Desconozco	023	009
TOTAL	246	100

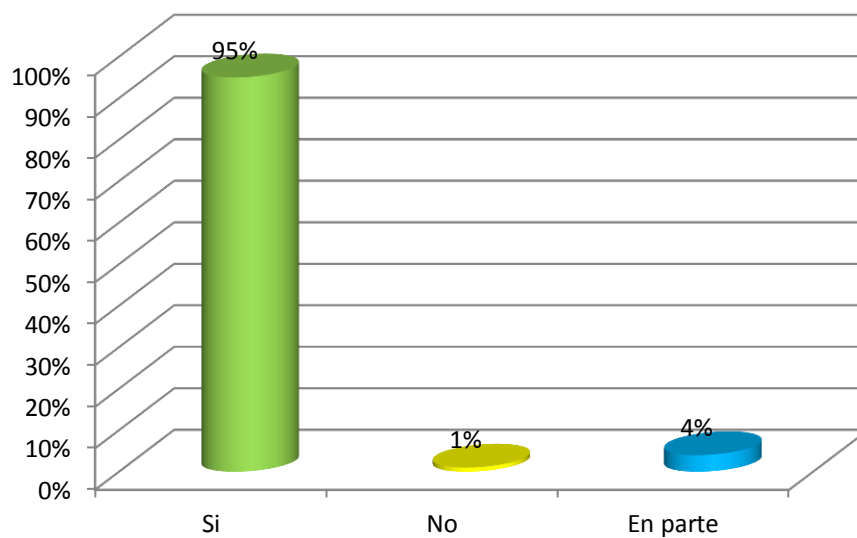
Fuente: Encuestas, Junio del 2011
 Elaboración: Diana Camacho y Rosa Novoa



Las personas que hacen turismo en Montalvo, de acuerdo al criterio de los encuestados provienen de: Guayaquil (28%), Milagro (5%), Vinces (7%), Babahoyo (51%), un 9% desconoce el origen de los turistas.

PREGUNTA 10	RESULTADOS	
Considera que el turismo contribuye al desarrollo socioeconómico del cantón Montalvo	Numero	Porcentaje
Si	235	095
No	002	001
En parte	009	004
TOTAL	246	100

Fuente: Encuestas, Junio del 2011
 Elaboración: Diana Camacho y Rosa Novoa

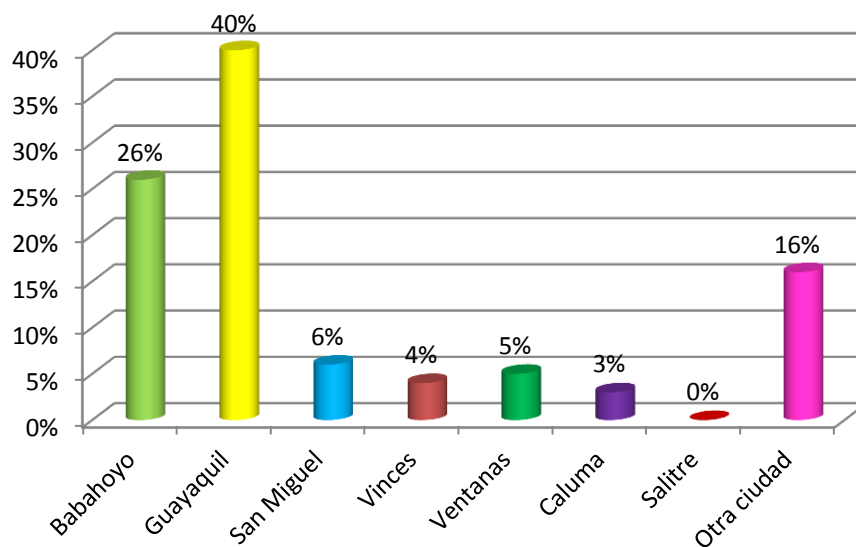


El 95% de los encuestados consideran que el turismo contribuye al desarrollo socioeconómico del cantón Montalvo, el 1% no lo cree y el 4% manifiesta que en parte.

3.3.4 Encuesta dirigida a los turistas que visitan el cantón Montalvo

PREGUNTA 1	RESULTADOS	
Su lugar de residencia habitual es:	Numero	Porcentaje
Babahoyo	065	026
Guayaquil	098	040
San Miguel	014	006
Vinces	010	004
Ventanas	012	005
Caluma	008	003
Salitre	000	000
Otra ciudad	039	016
TOTAL	246	100

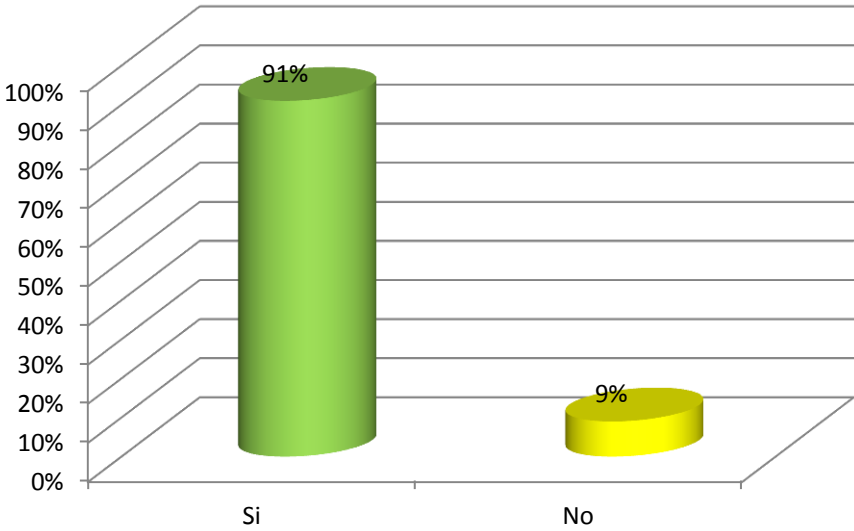
Fuente: Encuestas, Junio del 2011
 Elaboración: Diana Camacho y Rosa Novoa



Al consultar a los turistas su origen, las respuestas obtenidos son: 26% de Babahoyo, 40% de Guayaquil, 6% de San Miguel, 4% de Vinces, 5% de Ventanas, 3% de Caluma, 0% de Salitre, 16% de otra ciudad.

PREGUNTA 2	RESULTADOS	
Visita constantemente Montalvo	Numero	Porcentaje
Si	224	091
No	022	009
TOTAL	246	100

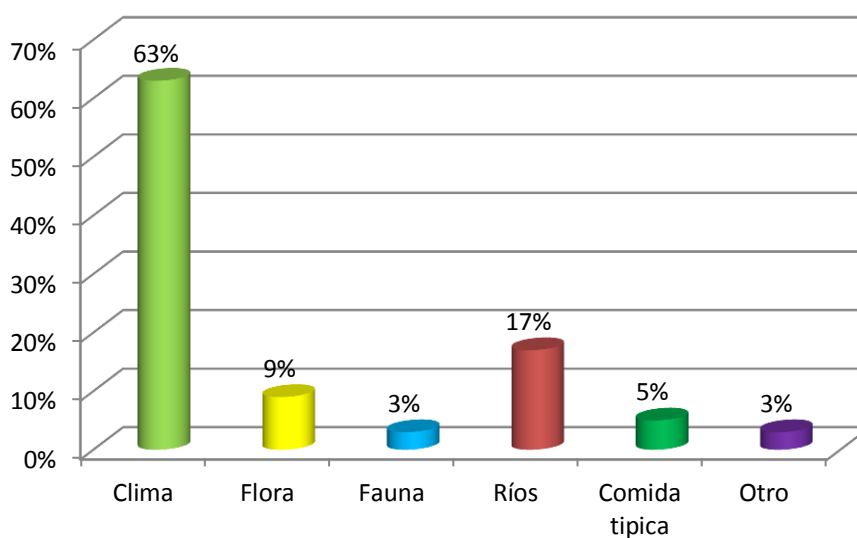
Fuente: Encuestas, Junio del 2011
 Elaboración: Diana Camacho y Rosa Novoa



El 91% de los encuestados manifiestan que visitan Montalvo con frecuencia, el 9% restando no lo hace.

PREGUNTA 3	RESULTADOS	
	Que le atrae de esta ciudad	Numero
Clima	156	063
Flora	022	009
Fauna	008	003
Ríos	041	017
Comida típica	011	005
Otro	008	003
TOTAL	246	100

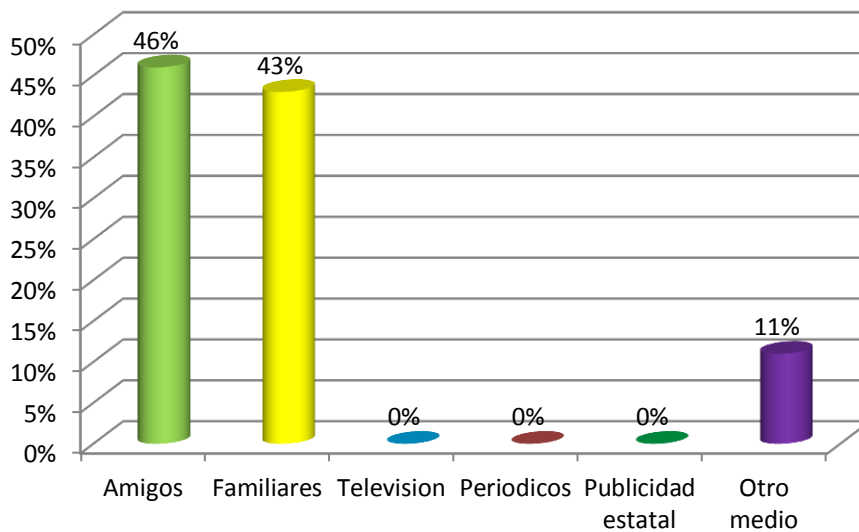
Fuente: Encuestas, Junio del 2011
 Elaboración: Diana Camacho y Rosa Novoa



Al 65% de los turistas de Montalvo les atrae el clima, al 9% la flora, al 3% la fauna, al 17% sus ríos, al 5% su comida típica, al 3% ninguno de estas alternativas.

PREGUNTA 4	RESULTADOS	
Usted conoció la existencia de Montalvo, por medio de:	Numero	Porcentaje
Amigos	112	046
Familiares	106	043
Televisión	000	000
Periódicos	000	000
Publicidad estatal	000	000
Otro medio	028	011
TOTAL	246	100

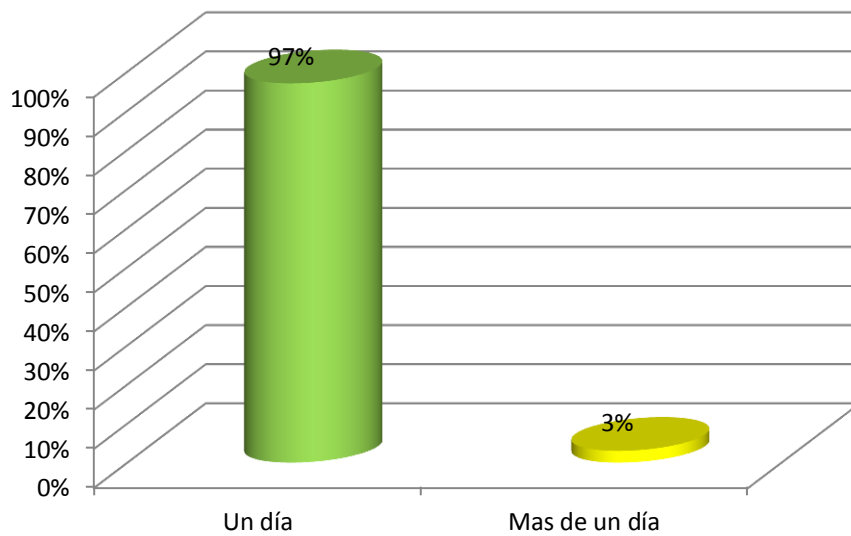
Fuente: Encuestas, Junio del 2011
 Elaboración: Diana Camacho y Rosa Novoa



El 46% de los visitantes conoció Montalvo por amigos, el 43% por familiares, el 11% por otro medio, ninguno de ellos por medios de comunicación.

PREGUNTA 5	RESULTADOS	
Sus visitas a Montalvo, las hace por:	Numero	Porcentaje
Un día	238	097
Más de un día	008	003
TOTAL	246	100

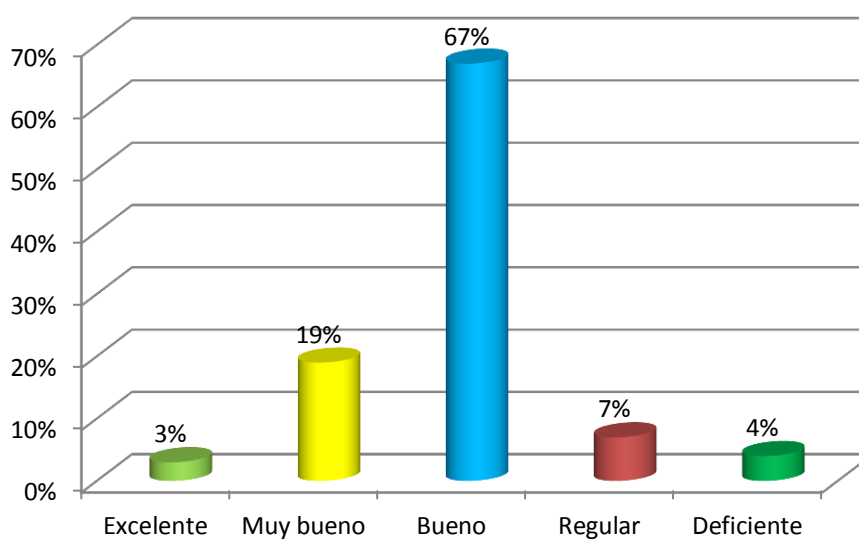
Fuente: Encuestas, Junio del 2011
 Elaboración: Diana Camacho y Rosa Novoa



El 97% de los turistas que visitan Montalvo lo hacen por un día, el 3% por más de un día.

PREGUNTA 6	RESULTADOS	
Considera que los servicios turísticos que ofrece Montalvo, es:	Numero	Porcentaje
Excelente	008	003
Muy bueno	046	019
Bueno	166	067
Regular	017	007
Deficiente	009	004
TOTAL	246	100

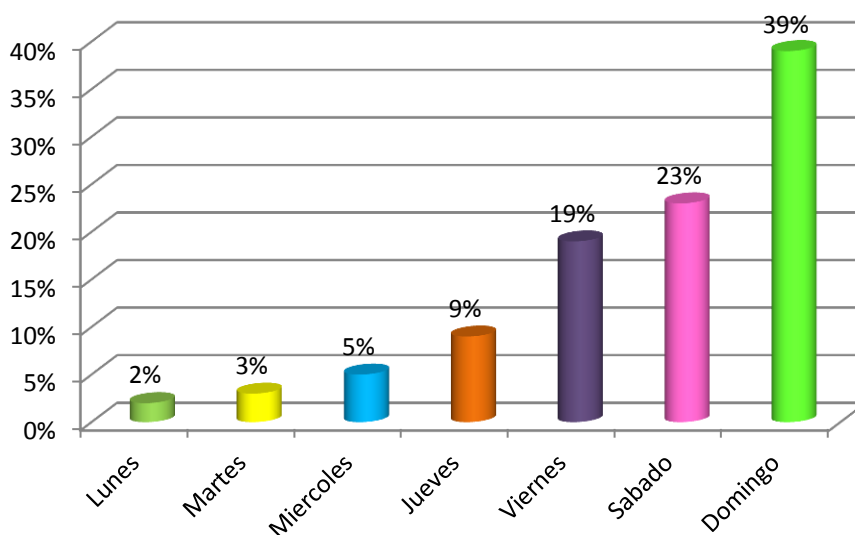
Fuente: Encuestas, Junio del 2011
 Elaboración: Diana Camacho y Rosa Novoa



El criterio sobre los servicios turísticos que ofrece Montalvo, el un 3% dice que es excelente, el 19% muy bueno, el 67% bueno, el 7% regular, el 4% deficiente.

PREGUNTA 7	RESULTADOS	
Los días que visita Montalvo, es:	Numero	Porcentaje
Lunes	006	002
Martes	008	003
Miércoles	012	005
Jueves	023	009
Viernes	046	019
Sábado	056	023
Domingo	095	039
TOTAL	246	100

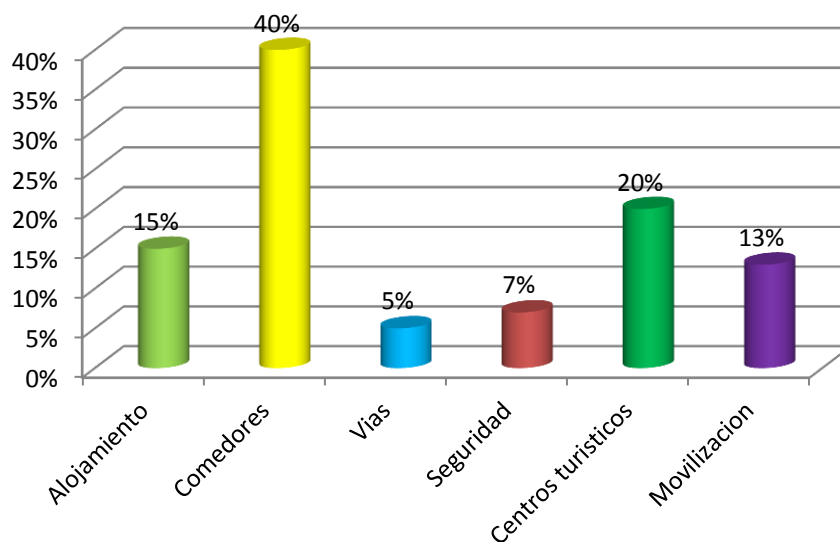
Fuente: Encuestas, Junio del 2011
 Elaboración: Diana Camacho y Rosa Novoa



Los días que visitan Montalvo es: el 2% lunes, 3% martes, 5% miércoles, 9% jueves, 19% viernes, 23% sábado, 39% domingo. El día de mayor afluencia es el domingo.

PREGUNTA 8	RESULTADOS	
Que áreas de apoyo turístico debe mejorarse	Numero	Porcentaje
Alojamiento	036	015
Comedores	098	040
Vías	012	005
Seguridad	018	007
Centros turísticos	048	020
Movilización	034	013
TOTAL	246	100

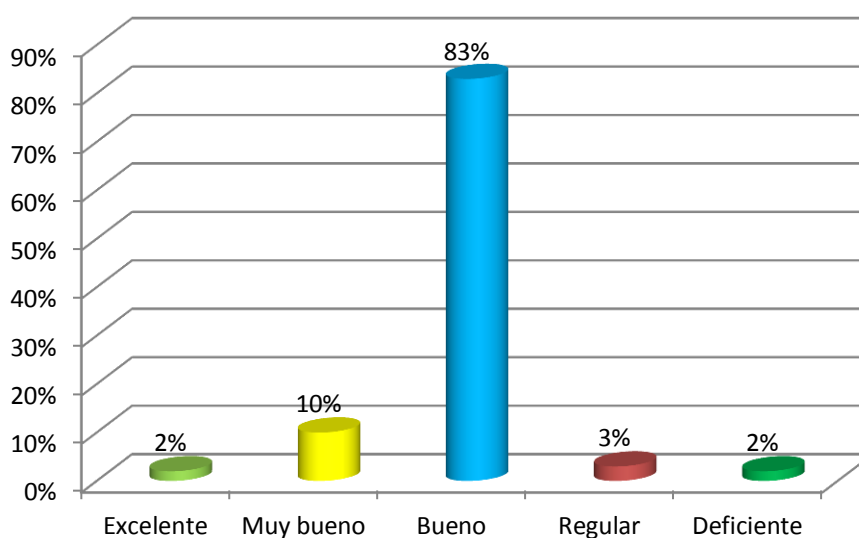
Fuente: Encuestas, Junio del 2011
 Elaboración: Diana Camacho y Rosa Novoa



Al consultar que áreas de apoyo turístico debe mejorarse, el 15% indica al alojamiento, el 40% los comedores, el 5% las vías, el 7% la seguridad, el 20% los centros turísticos, el 13% la movilización.

PREGUNTA 9	RESULTADOS	
La administración en los paradores turísticos, los considera:	Numero	Porcentaje
Excelente	005	002
Muy bueno	024	010
Bueno	205	083
Regular	008	003
Deficiente	004	002
TOTAL	246	100

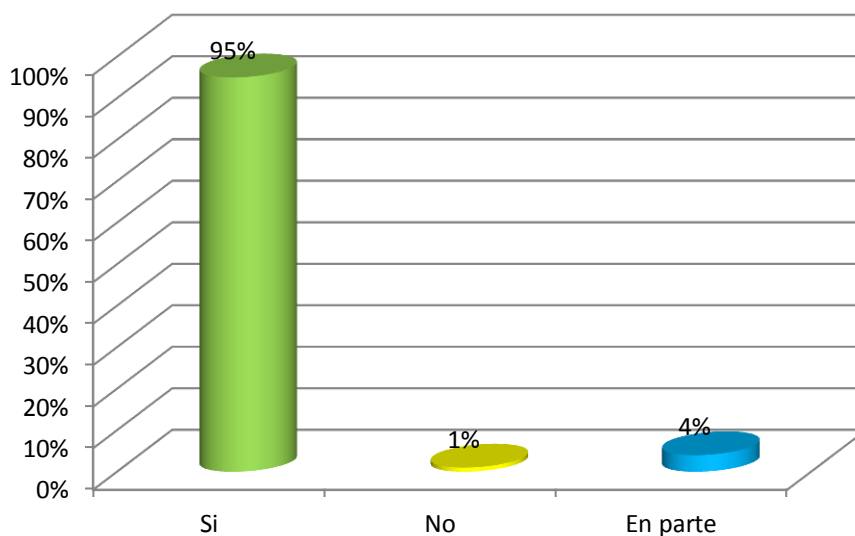
Fuente: Encuestas, Junio del 2011
 Elaboración: Diana Camacho y Rosa Novoa



De acuerdo a los turistas la administración en los paradores turísticos, consideran en un 2% que es excelente, el 10% muy buena, el 83% buena, el 3% regular y el 2% deficiente.

PREGUNTA 10	RESULTADOS	
Considera que el turismo contribuye al desarrollo socioeconómico del cantón Montalvo	Numero	Porcentaje
Si	235	095
No	002	001
En parte	009	004
TOTAL	246	100

Fuente: Encuestas, Junio del 2011
 Elaboración: Diana Camacho y Rosa Novoa



El 95 % de los encuestados consideran que el turismo contribuye al desarrollo socioeconómico del cantón Montalvo, el 1% dice que no y el 4% contribuye en parte.

3.4 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

3.4.1 CONCLUSIONES

De acuerdo a los resultados de la investigación, hemos obtenidos las siguientes conclusiones:

CONCLUSION GENERAL

El movimiento turístico desarrollada en el cantón Montalvo, influye en el desarrollo socioeconómico de sus habitantes, a pesar de falencias en la gestión administrativa, económica y financiera, por falta de apoyo de organismos públicos y privados vinculados a esta actividad.

CONCLUSIONES ESPECÍFICAS.

Los paradores turísticos son negocios familiares, dirigidos por sus dueños y la toma de decisiones es en base a la experiencia y criterio personal.

La actividad turística se ha constituido en el cantón Montalvo como una fuente directa de empleo para sus ciudadanos, a esto se agrega la actividad informal de sábados y domingos que engrosa los índices del subempleo.

Los pequeños negocios que existen en el cantón Montalvo vinculados de manera directa e indirecta a la actividad turística, mantienen una relación laboral con remuneraciones fijas sin considerar los beneficios de ley a que tiene derecho el trabajador.

En un 50% los pequeños empresarios de este cantón laboran con capital propio, el otro 50% con créditos de personas particulares a altos intereses, porque las entidades financieras del cantón no ofrecen programas de créditos para la actividad turística y negocios vinculados.

La formación académica de los propietarios y dueños de los paradores turísticos y negocios vinculados en el área administrativa-contable-financiera es deficiente, y no existen instituciones de educación superior que realicen capacitación dirigida a esta área de gestión.

Todos los actores de la actividad turística consideran que están contribuyendo al desarrollo socioeconómicos del cantón Montalvo, fomentando fuentes de trabajo.

CAPITULO IV.- PROPUESTA DE APLICACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Alternativa obtenida.

La presente propuesta se fundamenta en el análisis realizado a la actividad turística en el cantón Montalvo, en lo que respecta a la gestión administrativa, económica y financiera y su influencia en el desarrollo socioeconómico de sus habitantes, ante lo cual planteamos:

- ✚ Determinar la gestión en el área administrativa, económica y financiera de la actividad turística del cantón Montalvo.
- ✚ Describir los criterios de las personas involucradas en la actividad turística en este cantón.
- ✚ Identificar como influye el turismo en el desarrollo socioeconómico de los habitantes de Montalvo.
- ✚ Señalar los mecanismos técnicos para una verdadera gestión empresarial aplicada a la actividad turística.

4.2 Alcance de la Alternativa

El alcance de la presente propuesta resultante de la investigación realizada, es que los involucrados en la actividad turística en el cantón Montalvo , apliquen dentro de su organización los principios básicos de gestión empresarial, en los aspectos administrativos, económicos y financieros, lo cual va a permitir obtener mejores resultados de la inversión, además estar amparados en la ley, contribuyendo al desarrollo socioeconómico del cantón y del Ecuador por medio de fuentes de trabajo e impuestos.

4.3 Aspectos Básicos de la alternativa

4.3.1 Antecedentes.

La gestión administrativa, económica y financiera de la actividad turística en el cantón Montalvo de la Provincia de Los Ríos, es la instancia de mayor importancia en este renglón de servicios a la sociedad, la dirección científica de esta acción administrativa tiene importancia vital en los resultados favorables de la inversión, sino se aplica concepciones teóricas y prácticas los efectos que den al final del periodo contable no serán halagadores, para los inversores ni para los clientes cotidianos.

La investigación nos ha permitido determinar que la gestión administrativa es intuitiva y por experiencias, siendo necesario guíen a la misma en el aspecto de la administración desde el punto de vista científico, para lo cual un Manual de Gestión de esta actividad se constituye no en un recetario, pero si en un modelo a seguir que beneficiara

directamente al inversión, e indirectamente influye positivamente en lo socioeconómico del cantón.

Se demostró la importancia que tiene el impulso del turismo a nivel local a través de la acción municipal, así como que es necesario estructurar acciones y responsabilidades del municipio a través de un modelo de gestión adecuado a las competencias y posibilidades de su ámbito de gobierno.

4.3.2 Justificación.

El estudio de la gestión administrativa, económica y financiera de la actividad turística del cantón Montalvo, nos permite formular una propuesta que resuelve los problemas de:

- Falta de planificación estratégica
- Carencia de coordinación interna e interinstitucional
- No hay continuidad y sostenibilidad en la gestión turística local
- Deficiente capacitación a los operadores turísticos locales en lo referente a gestión administrativa.

El apoyo a la gestión turística es en base al manejo integral de un proceso de planificación. El control total del desenvolvimiento de sus componentes. Seguimiento de las actividades programadas. Medición del logro de objetivos propuestos. Readequación a las condiciones cambiantes, todo esto diseñado en un Manual

administrativo para la Gestión Turística, de acuerdo a las características específicas de los operadores del cantón Montalvo.

La propuesta incide en todas las áreas de gestión administrativa, en base a la dimensión del análisis realizado por Kaplan y Norton, se orienta al desempeño estratégico del negocio en cuatro perspectivas, estas son:

- Aprendizaje y Crecimiento Organizacional
- Procesos Internos
- Finanzas
- Clientes

Un Manual nos permite determinar los aspectos legales-mercantiles para la constitución de la empresa y selecciona de entre las diferentes formas jurídicas existentes, aquella que mejor se ajusta a los objetivos de la empresa.

4.3.3 Objetivos.

4.3.3.1. General.

Diseñar un manual administrativo de Gestión Turística como una herramienta básica de apoyo para los operadores de esta actividad en el cantón Montalvo

4.3.3.1. Específicos.

- Desarrollar una estructura administrativa adecuada para el control y planificación de la actividad turística.
- Describir los procesos operacionales y administrativos de la actividad turística.
- Detallar el trabajo propio de los directivos, con sus funciones, sus características y roles
- Especificar las funciones directivas secuenciales (planificar, organizar, dirigir y controlar) y continuas (analizar problemas, tomar decisiones y comunicar).

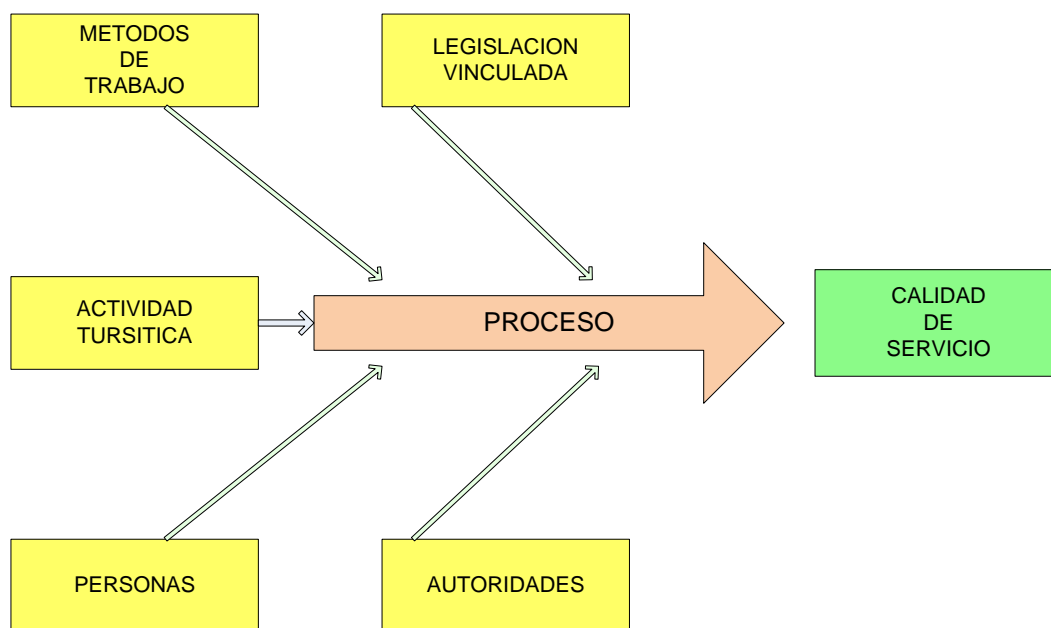
4.3.4 Estructura general de la propuesta

4.3.4.1 Título

Diseño de un manual administrativo de Gestión Turística como una herramienta básica de apoyo para los operadores de esta actividad en el cantón Montalvo

4.3.4.2 Componentes

La organización estructural de los Centros de Recreación Turística del Cantón Montalvo, se realiza considerando el proceso operativo de esta actividad, lo cual explicamos por medio del siguiente diagrama causa-efecto:



4.3.4.2.1 Sustento Legal

Es de vital importancia en el presente estudio realizar un análisis a la organización jurídica de acuerdo a nuestra legislación vigente, entre ellas:

1) Requisitos para crear una compañía limitada:

1.1.1 El nombre.- En esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías, o por la Secretaría General de la Intendencia de Compañías de Quito, o por el funcionario que para el efecto fuere designado en las intendencias de compañías de Cuenca, Ambato, Machala, Portoviejo y Loja (Art. 92 de la Ley de Compañías y Resolución N°. SC. SG. 2008.008 (R. O. 496 de 29 de diciembre de 2008)).

Las denominaciones sociales se rigen por los principios de “propiedad” y de “inconfundibilidad” o “peculiaridad”. (Art. 16 Ley de Compañías).

El “principio de propiedad” consiste en que el nombre de cada compañía es de su dominio de o propiedad y no puede ser adoptado por ninguna otra.

El “principio de inconfundibilidad o peculiaridad” consiste en que el nombre de cada compañía debe ser claramente distinguido del de cualquier otra sociedad sujeta al control y vigilancia de la Superintendencia de Compañías

De conformidad con lo prescrito en el Art. 293 de la Ley de Propiedad Intelectual, el titular de un derecho sobre marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales que constatare que la Superintendencia de Compañías hubiere aprobado uno o más nombres de las sociedades bajo su control que incluyan signos idénticos a dichas marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales, podrá solicitar al Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual –IEPI-, a través de los recursos correspondientes, la suspensión del uso de la referida denominación o razón social para eliminar todo riesgo de confusión o utilización indebida del signo protegido.

1.1.2 Solicitud de aprobación.- La presentación al Superintendente de Compañías o a su delegado de tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, a las que se adjuntará la solicitud, suscrita por abogado, requiriendo la aprobación del contrato constitutivo (Art. 136 de la Ley de Compañías).

1.1.3 Socios

1.1.3.1 Capacidad: Se requiere capacidad civil para contratar, no podrán hacerlo entre padres e hijos no emancipados ni entre cónyuges. Art. 99 de la Ley de Compañías

1.1.3.2 Números mínimo y máximo de socios.- La compañía se constituirá con dos socios, como mínimo, según el primer inciso del Artículo 92 de la Ley de Compañías, reformado por el Artículo 68 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada, publicada en el Registro Oficial No. 196 de 26 de enero del 2006, o con un máximo de quince, y si durante su existencia jurídica llegare a exceder este número deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse (Art. 95 de la Ley de Compañías).

1.1.4 Capital

1.1.4.1.- Capital mínimo.- La compañía de responsabilidad limitada se constituye con un capital mínimo de cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación. Las aportaciones pueden consistir en numerario (dinero) o en especies (bienes) muebles o inmuebles e intangibles, o incluso, en dinero y especies a la vez. En cualquier caso las especies deben corresponder a la actividad o actividades que integren el objeto de la compañía. Si la aportación fuere en especie, en la escritura respectiva se hará constar el bien en que consista, su valor, la transferencia de dominio a favor de la compañía y las participaciones que correspondan a los socios a cambio de las especies aportadas. Estas serán valuadas por los socios o por peritos por ellos

designados, y los avalúos incorporados al contrato. Los socios responderán solidariamente frente a la compañía y con respecto a terceros por el valor asignado a las especies aportadas. (Artículos 102 y 104 de la Ley de Compañías). Si como especie inmueble se aportare a la constitución de una compañía un piso, departamento o local sujeto al régimen de propiedad horizontal será necesario que se inserte en la escritura respectiva copia auténtica tanto de la correspondiente declaración municipal de propiedad horizontal cuanto del reglamento de copropiedad del inmueble al que perteneciese el departamento o local sometido a ese régimen. Tal dispone el Art. 19 de la Ley de Propiedad Horizontal (Codificación 2005-013. R. O. 119 del 6 de octubre de 2005). Asimismo, para que pueda realizarse la transferencia de dominio, vía aporte, de un piso, departamento o local, será requisito indispensable que el respectivo propietario pruebe estar al día en el pago de las expensas o cuotas de administración, conservación y reparación, así como el seguro. Al efecto, el notario autorizante exigirá como documento habilitante la certificación otorgada por el administrador, sin la cual no podrá celebrarse ninguna escritura. Así prescribe la Disposición General Primera del Reglamento a la Ley de Propiedad Horizontal, Decreto 1229, publicado en el R. O. 270 de 6 de septiembre de 1999, Reformado, Decreto 1759, publicado en el R. O. 396 de 23 de agosto de 2001

El aporte de intangibles, se fundamenta en los artículos 1 y 10 de la Ley de Compañías en concordancias con los artículos 1 y 2 de la Ley de Propiedad Intelectual y en el Artículo Primero, inciso tercero de la Decisión 291 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena y Artículos 12 y 14 de la Ley de Promoción y Garantía de las Inversiones.

En esta clase de compañías no es procedente establecer el capital autorizado. Y, conforme a lo dispuesto en el artículo 105 de la Ley de la materia, esta compañía tampoco puede constituirse mediante suscripción pública.

1.1.4.2. Participaciones.- Comprenden los aportes del capital, son iguales, acumulativas e indivisibles. La compañía entregará a cada socio un certificado de aportación en el que consta, necesariamente, su carácter de no negociable y el número de las participaciones que por su aporte le corresponde.

1.1.5 El objeto social: La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitida por la Ley, excepción, hecha de operaciones de banco, seguros, capitalización de ahorro. Artículo 94 de la Ley de Compañías

1.1.6 El origen de la Inversión:

Extranjera.- Si en la constitución de la compañía invierten personas naturales o jurídicas extranjeras es indispensable que declaren el tipo de inversión que realizan, esto es, extranjera directa, subregional o nacional, en los términos de la Decisión 291 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena, publicada en el Suplemento del R.O. 682 de 13 de mayo de 1991.

1.2) COMPAÑIAS ANONIMAS

Requisitos:

1.2.1 Son aplicables a esta compañía los requisitos precisados en los numerales 1.1.1, 1.1.2, 1.1.5 y 1.1.6, sobre los requisitos de la compañía de responsabilidad limitada. No obstante lo dicho, se aclara que la compañía anónima no puede tener por nombre una razón social, con las salvedades correspondientes, perfectamente identificadas.

1.2.2 Forma de constitución

1.2.2.1. Constitución simultánea.- Se constituye en un solo acto por convenio entre los que otorguen la escritura y suscriben las acciones, quienes serán los fundadores. Artículos 148 y 149 de la Ley de Compañías.

1.2.2.2. Constitución sucesiva.- Por suscripción pública de acciones, los iniciadores de la compañía que firmen la escritura de promoción serán promotores.

1.2.3. Accionistas

1.2.3.1. Capacidad: Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor (constitución sucesiva) o fundador (constitución simultánea) se requiere la capacidad civil para contratar. Sin embargo no podrán hacerlo entre cónyuges ni entre hijos no emancipados. Artículo 145 de la Ley de Compañías.

1.2.3.2. Números de accionistas.- La compañía deberá constituirse con dos o más accionistas, según lo dispuesto en el Artículo 147 de la Ley de Compañías, sustituido por el Artículo 68 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada. La compañía anónima no podrá subsistir con menos de dos accionistas, salvo las compañías cuyo capital total o mayoritario pertenezcan a una entidad del sector público.

1.2.3. Capital

1.2.3.1. Capital mínimo.- El capital suscrito mínimo de la compañía deberá ser de ochocientos dólares de los Estados Unidos de América. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse en al menos un 25% del valor nominal de cada acción. Dicho capital puede integrarse en numerario o en especies (bienes muebles e inmuebles) e intangibles, siempre que, en cualquier caso, correspondan al género de actividad de la compañía.

La sociedad anónima permite establecer un capital autorizado, que no es sino el cupo hasta el cual pueden llegar tanto el capital suscrito como el capital pagado. Ese cupo no podrá exceder del doble del importe del capital suscrito (Art. 160 de la Ley de Compañías). Lo expresado para el aporte y transferías de dominio de bienes tangibles e intangibles, así como aportes consistentes en inmuebles sometidos al régimen de propiedad horizontal descritos en la constitución de la compañía limitada, es válido para la constitución de la anónima.

1.2.3.2. Acciones.- La acción confiere a su titular legítimo la calidad de accionista y le atribuye, como mínimo, los derechos fundamentales que de ella derivan y se establecen

en la Ley. Las acciones pueden ser ordinarias o preferidas, según lo establezca el estatuto, artículo 170 de la Ley de Compañías, se pueden negociar libremente, conforme lo determina el artículo 191 de la misma Ley. La compañía podrá emitir certificados provisionales o títulos definitivos, artículo 168 de la susodicha Ley.

1.3) COMPAÑÍAS DE ECONOMÍA MIXTA

Requisitos:

1.3.1 Para constituir estas compañías es indispensable que contraten personas jurídicas de derecho público o personas jurídicas semipúblicas con personas jurídicas o naturales de derecho privado (Art. 308 de la Ley de Compañías).

1.3.2 En esta especie de compañías no puede faltar el órgano administrativo pluripersonal denominado directorio. Asimismo, en el estatuto, si el Estado o las entidades u organismos del sector público que participen en la compañía, así lo plantearan, se determinarán los requisitos y condiciones especiales que resultaren adecuados respecto a la transferencia de las acciones y a la participación en el aumento del capital suscrito de la compañía (Art. 312 de la Ley de Compañías).

1.3.3 En lo demás, para constituir estas compañías, se estará a lo normado en la Sección VIII de la Ley de Compañías, relativa a la sociedad anónima.

1.4) COMPAÑÍAS EN COMANDITA POR ACCIONES

Requisitos:

Los mismos que la Ley exige para la constitución de las compañías anónimas, con las modificaciones propias de esta especie que constan en la Sección VII de la Ley de Compañías, esto es, en los artículos 301 a 304 del indicado cuerpo de leyes.

1.5) LAS ASOCIACIONES O CUENTAS EN PARTICIPACION

Requisitos:

1.5.1. La asociación o cuentas en participación es aquella en que un comerciante da a una o más personas participación en las utilidades o pérdidas de una o más operaciones o de todo su comercio. Puede también tener lugar en operaciones mercantiles hechas por no comerciantes.

1.5.2. La asociación o compañía accidental se rige por las convenciones de las partes y está exenta de las formalidades establecidas para las compañías con personalidad jurídica. No obstante, deberá tenerse en cuenta lo dispuesto en la Sección XV de la Ley de Compañías, es decir, en los artículos 423 a 428 de ese cuerpo normativo.

1.5.2.1.1. Lo señalado para las compañías de responsabilidad limitada en los numerales 1.1.1, 1.1.2, 1.1.3, 1.1.4, 1.1.5 y 1.1.6, así como lo previsto en los numerales 1.2.1,

1.2.2, y 1.2.3 de este instructivo para las compañías anónimas, no rige para esta clase de compañías, que, como se ha indicado ya, carecen de personalidad jurídica.

AUMENTOS DE CAPITAL Y OTROS ACTOS SOCIETARIOS POSTERIORES

1.6) AUMENTOS DE CAPITAL Y OTROS ACTOS SOCIETARIOS POSTERIORES

Requisitos:

1.6.1 Al otorgamiento de la escritura pública de cualquiera de los actos señalados en el Art. 33 de la Ley de Compañías: establecimiento de sucursal, aumento o disminución de capital, prórroga de plazo de duración, transformación, fusión, escisión, cambio de nombre o de domicilio, convalidación, reactivación de la compañía en proceso de liquidación y disolución anticipada, así como todos los convenios y resoluciones que alteren las cláusulas que se registren y publiquen, que reduzcan la duración de la compañía o excluyan a alguno de sus miembros, deben comparecer el o los representantes legales que, en cada caso, señale el estatuto respectivo.

1.6.2 Se presentará en la Superintendencia de Compañías tres copias certificadas de la escritura que contenga el acta de junta general en que aparezcan las bases de la operación, esto es, del aumento de capital u otro u otros actos societarios previstos en el Art. 33 de la Ley de Compañías y la consiguiente reforma del estatuto, ya sea de acuerdo con el Art. 140 de la Ley de Compañías, si la sociedad es de responsabilidad limitada, o ya de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 183 de la misma Ley, si la

compañía es anónima, o en fin, de conformidad con este último artículo y el artículo 312 de la Ley de Compañías, si se trata de una de economía mixta.

1.6.3 En todo trámite de aumento de capital o de cualquier otro acto societario posterior previsto en el Art. 33 de la Ley de Compañías y que tenga incidencia en el capital o en el patrimonio sociales, se tomará en cuenta lo dispuesto en la Resolución No. 00.Q.IJ.008, publicada en el R.O. 69 de 3 de mayo del 2000, que contiene las normas de aplicación de las reformas a la Ley de Compañías, introducidas en la Ley para la Transformación Económica del Ecuador.

1.6.4 Si la compañía que estuviere en el caso de aumentar su capital o implementar un acto cualquiera de los señalados en el Art. 33 de la Ley de Compañías, se hallare sujeta al control total de esta Superintendencia, la exactitud de los rubros del incremento de capital será verificada mediante una inspección, de acuerdo con lo dispuesto en la Resolución No. 93.1.1.3.011 de 27 de agosto de 1993, publicada en el R. O. 269 de 6 de septiembre del mismo año.

Si la compañía que aumenta el capital estuviere sometida al control parcial de la Entidad, corresponde a su representante legal declarar, bajo juramento, que la suscripción e integración del capital materia del aumento son correctas. Así lo exige el Art. 11 de la Resolución citada en el párrafo anterior.

Para la aprobación de todos los actos determinados en el artículo 33 de la Ley de Compañías, todas las compañías deben estar día en el cumplimiento de sus obligaciones

para con la Superintendencia de Compañías (Artículos 20 y 449 de la Ley de Compañías).

1.6.5. El aumento de capital suscrito dentro del cupo autorizado será resuelto por la Junta de Accionistas, y en cuanto a su trámite se estará a lo dispuesto en el Capítulo III del Reglamento de Aumento del Capital Suscrito dentro del Autorizado en las Compañías Anónimas y de Economía Mixta contenido en la Resolución No. 99.1.1.3.06 de 2 de agosto de 1999, publicada en la R. O. 252 de 11 de los mismos mes y año, reformada mediante Resolución No.00.Q. IJ.006 de 17 de abril del 2000, publicada en el R. O. 65 de 26 de abril del 2000.

1.6.6 Si la junta general de una compañía acordare modificaciones en el objeto social, se estará a lo señalado en los numerales 1.1.5.1, 1.1.5.2 y 1.1.5.3 de este análisis, para todo cuanto se refiera al informe previo favorable, al tener objeto exclusivo, a capitales mínimos así como a la inversión constante en el numeral 1.1.6.

TRANSFORMACION, FUSION Y ESCISION DE COMPAÑIAS

1.7) TRANSFORMACION, FUSION Y ESCISION DE COMPAÑIAS

1.7.1 TRANSFORMACION:

Para la transformación de una compañía, esto es para la adopción de una figura jurídica distinta, sin que en la compañía opere su disolución ni pierda su personalidad jurídica, debe tomarse en cuenta las normas prescritas en los artículos 330 a 336 de la Ley de

Compañías y la Disposición Transitoria de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada. Ley 2005-27, publicada en el R. O. 196 del 26 de enero de 2006.

Requisitos:

1.7.1.1 Los exigidos por la Ley para la constitución de la compañía cuya forma se adopte.

1.7.1.2 Si fuere del caso, la lista de los accionistas o socios que hayan hecho uso del derecho de separarse de la compañía por haber manifestado su disidencia con su transformación.

1.7.1.3 El balance final de la compañía cerrado al día anterior al del otorgamiento de la escritura y elaborado como si se tratara de un balance para la liquidación de la compañía.

1.7.1.4 El señalado en el numeral 1.6.4 de este análisis.

1.7.2 FUSION:

Para la fusión de compañías, es decir para que dos o más de ellas se unan a fin de formar una nueva que suceda en los derechos y obligaciones de aquellas; o, para que

una o más compañías sean absorbidas por otra que continúa existiendo, debe observarse lo dispuesto en los artículos 337 al 344 de la Ley de Compañías.

Requisitos:

1.7.2.1 De ser procedente, el señalado en el numeral 1.7.1.2 de este instructivo, así como el previsto en el numeral 1.6.4 del mismo documento.

1.7.2.2 Los balances finales de las compañías que se fusionen y el consolidado de la compañía resultante de la fusión, todos cerrados al día anterior al del otorgamiento de la escritura de fusión; o los balances de las compañías absorbente y absorbida o absorbidas, así como el correspondiente balance consolidado, también cerrado al día anterior al del otorgamiento de la escritura de absorción. Tales balances se expresarán en dólares de los Estados Unidos de América, conforme se dispone en los artículos 15 y 16 de la Resolución No. 00.Q. ICI.010 de 31 de mayo del 2000, publicada en el R. O. 95 de 9 de junio del mismo año.

1.8) ESCISION:

Para la escisión de una compañía, esto es la división de ella en dos o más sociedades, debe estarse a lo prescrito en los artículos 345 a 352 de la Ley de Compañías.

Requisitos:

1.8.1 El indicado en el numeral 1.7.2.1. de este análisis.

1.8.2 El balance de la compañía escindida, que refleje su situación anterior a la escisión, así como el que exprese tal situación después de dicho acto, y el balance inicial de cada una de las compañías resultantes de la escisión, todos cerrados al día anterior al del otorgamiento de la escritura de escisión, y expresados en dólares de los Estados Unidos de América, según dispone el artículo 17 de la Resolución No. 00.Q. ICI.010 del 31 de mayo del 2000, publicada en el R. O. 95 de 9 de junio del mismo año.

1.9) OPOSICION POR PARTE DE TERCEROS A LA INSCRIPCION DE LOS ACTOS SOCIETARIOS PUNTUALIZADOS EN EL INCISO SEGUNDO DEL ART. 33 DE LA LEY DE COMPAÑIAS

Para la eventual oposición de terceros a la inscripción de los actos societarios de, cambio de nombre, disolución anticipada, cambio de domicilio o convalidación, de las sociedades sometidas al control y vigilancia de la Superintendencia de Compañías, se estará a lo dispuesto en los artículos 87, 88, 89 y 90 de la Ley de Compañías, así como a lo normado en la Resolución No. 95.1.1.3.004 de 27 de septiembre de 1995, publicada en el Suplemento del R. O. 792 de 29 de los mismos mes y año.

Para los casos de disminución de capital, se procederá de acuerdo con lo previsto en el Art. 199 de la Ley de Compañías; es decir, se dispondrá la publicación del extracto por tres días consecutivos de la disminución de capital pretendida; publicación que se hará en uno de los periódicos de mayor circulación en el lugar o lugares en donde ejerza su actividad la compañía, a fin de que quienes se creyeren perjudicados puedan presentar su oposición a la autorización de la disminución del capital. De no haber oposición,

luego de transcurridos seis días desde la última publicación, el Superintendente podrá autorizar la disminución de capital respectiva.

INACTIVIDAD, DISOLUCION, REACTIVACION, LIQUIDACION Y CANCELACION DE COMPAÑIAS

1.10) INACTIVIDAD, DISOLUCION, REACTIVACION, LIQUIDACION Y CANCELACION DE COMPAÑIAS

Las compañías mercantiles de responsabilidad limitada, anónimas, de economía mixta y en comandita dividida por acciones, en lo que concierne a los trámites de inactividad, disolución, reactivación, liquidación y cancelación deben someterse a lo dispuesto en la Sección XII de la Ley de Compañías, es decir, a lo prescrito en los artículos 359 al 405 y del 411 al 414 de dicho cuerpo legal, así como al Reglamento sobre Inactividad, Disolución, Liquidación, Reactivación y Cancelación de Compañías Anónimas, de Economía Mixta, en Comandita por Acciones y de Responsabilidad Limitada, emitido mediante Resolución No. 91.1.03.006 de 18 de junio de 1991, publicada en el R. O. 715 de 28 de los mismos mes y año y a la Resolución No. 05.Q .IJ.001 de 25 de julio del 2005, publicada en el Registro Oficial No. 77 de 8 de agosto del mismo año, que permite un proceso de liquidación sumario.

4.3.4.2.2 Sustento Técnico

4.3.4.2.2.1 Organización administrativa

La organización administrativa la iniciamos por medio de una **representación gráfica** de la estructura de las organizaciones dedicadas a la actividad turística en el cantón

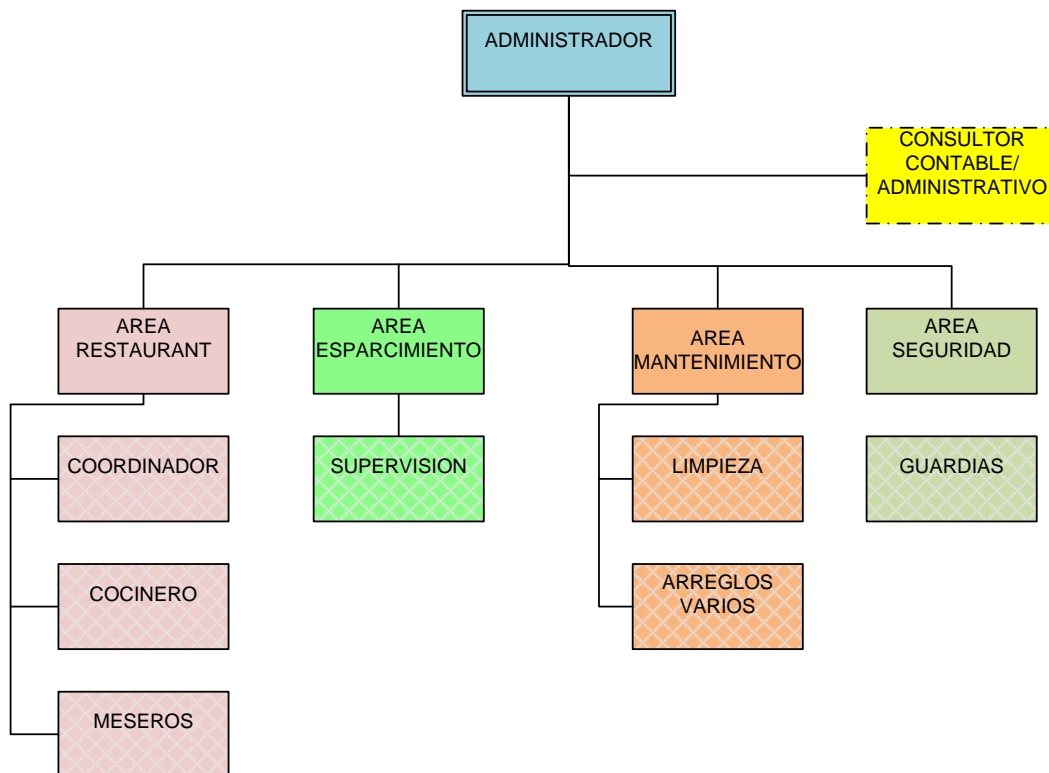
Montalvo, lo que permite conocer el orden y distribución de las unidades que la conforman, así como las distintas relaciones, dependencias y nexos que la integran.

Esta representación grafica comúnmente denominados **organigramas** y revelan, la información, que facilitan el reconocimiento del campo de acción y las interrelaciones existentes entre las unidades organizativas, tanto para la alta dirección como para los mandos medios. Para el personal de las propias dependencias constituye la manera más sencilla de enterarse de su posición en la entidad en donde labora, sus relaciones y líneas de mando directas.

Para el diseño y estudio de la investigación hemos considerado los siguientes aspectos fundamentales:

- 1) Identificación.- En todo organigrama debe hacerse constar, en la parte superior del mismo, tanto la clasificación que se propone como el nombre de la entidad o unidad representada. En la parte inferior, es necesario que conste el nombre de la repartición u oficina y de la persona que lo diseñó, la fecha de elaboración y el visto bueno del ejecutivo responsable de su diseño y confección.
- 2) Niveles jerárquicos.- Se determina con claridad los distintos niveles jerárquicos con que cuenta una organización dedicada al turismo.
- 3) Uso de líneas.- Las líneas representan la cadena de mando y las relaciones directas que existen entre las diferentes unidades organizativas.

Para una organización turística pequeña como las que existen en Montalvo, este organigrama puede ser aplicado:



MANUAL DE FUNCIONES ADMINISTRATIVO

01. ADMINISTRADOR

DEFINICION.

Es la persona que está a cargo de la parte general o globalizada de la empresa y es la encargada de tomar las decisiones más importantes en base a la información que le es entregada por sus subordinados.

OBJETIVOS.

Conducir la organización hacia el logro de las metas y objetivos trazados en el Plan de Desarrollo Institucional propugnando por la sostenibilidad de la empresa en el mercado

Garantizar que la organización desarrolle sus actividades y se le facilite su funcionamiento, brindando el soporte en la gestión de Recursos Humanos y servicios generales.

Asegurar que los recursos financieros se empleen de manera óptima de manera que permita garantizar la sostenibilidad del negocio en el Mercado

RESPONSABILIDADES BASICAS.

Planear, organizar, dirigir, evaluar y controlar la gestión de la administración del talento humano de la Organización.

Entregar apoyo logístico a las unidades funcionales para garantizar una adecuada labor frente al cumplimiento de las políticas, planes y estrategias de la Organización.

Planear, organizar, dirigir, evaluar y controlar la administración de los recursos físicos de la Organización.

Adquirir los recursos físicos y servicios generales necesarios acorde con lo presupuestado.

Hacer seguimiento a la ejecución del gasto administrativo y proponer lo ajustes necesarios.

Administra los recursos financieros que la organización capte con miras a atender las obligaciones con la red de prestadores de servicios de salud y proveedores en general.

Incorporar a la dinámica empresarial un pensamiento global sobre la innovación hacia el mejoramiento continuo, aumentar la eficiencia y la satisfacción del usuario.

02. CONSULTOR CONTABLE/ADMINISTRATIVO.-

DEFINICION

Es la persona responsable de asesorar en la planificación, dirección, supervisión y control de las operaciones contables/administrativas de la empresa.

OBJETIVOS

Asesorar para que:

Los recaudos se hagan efectivos dentro del periodo estipulado, de manera que el flujo con el que cuenta la Organización pueda cumplir con las obligaciones contraídas

.

FUNCIONES BASICAS

1. Planificar, organizar, dirigir, programar y controlar las actividades contables/administrativas.
2. Supervisar, evaluar y controlar la emisión de órdenes de pago.

3. Revisar reportes o estados financieros y demás documentos contables/administrativos resultados de la gestión.
4. Revisar conciliaciones bancarias y declaraciones de impuestos.
5. Sugerir implantar una estructura contable/administrativa que fortalezcan la actividad económica de la empresa.
6. Diseño e implantación de reportes gerenciales que faciliten la interpretación correcta de la información contable financiera.

03. AREA DE RESTAURANT

a. Coordinador

DEFINICION

Tiene la responsabilidad final del producto. Su misión no es cocinar, sino velar por el conjunto mismo, por la calidad y el funcionamiento del servicio (ritmo en la entrega, lectura de comandas, vigilancia del comedor, etc.). Debe tener dotes de mando, imagen, prestigio personal y respeto por las personas que trabajan en el área de alimentos..

OBJETIVOS

Administrar el área de alimentos, los cuales están destinados para satisfacer las necesidades alimentarias de los clientes (turistas).

Desarrollar una convivencia cordial, de colaboración y apoyo en el trabajo entre los componentes de la brigada y respeto hacia los tuyos.

FUNCIONES BASICAS

Estructurar y controlar la planilla de horarios del personal que labora en esta área.

Supervisar la limpieza, higiene y sanidad de la materia prima así como las diversas áreas de servicio

Controlar las porciones y supervisar que los platillos se preparen, presenten y sirvan de acuerdo a los estándares de calidad y cantidad establecidos

Conocer todo lo relacionado con la recepción de alimentos perecederos y no perecederos, revisando su frescura, madurez, calidad y presentación

b. Cocinero

Los cocineros deben conocer en profundidad qué componentes resultan necesarios para elaborar los diferentes platos y prestar atención a la calidad nutritiva y dietética (en función del valor alimenticio que proporciona, la posibilidad de evitar enfermedades y la conveniencia de las distintas comidas según el tipo de consumidor). A partir de estas destrezas, desarrollan una variada oferta gastronómica y pueden organizar empresas destinadas a prestar servicios de alimentación.

En consecuencia, desempeñan sus funciones en cualquier tipo de establecimiento, como un restaurante, un hospital o una empresa de *catering*.

c. Meseros

DEFINICION

Los meseros/as transforman en la imagen de la empresa ante el comensal. Su aspecto en todo momento tiene que ser pulcro y aseado.

OBJETIVOS

Mantener siempre una actitud positiva y atenta a las necesidades del cliente

Dar respuesta a consultas de los clientes y si no tiene una respuesta inmediata debe buscar ayuda o dirigirlo de forma cortés y adecuada

FUNCIONES

Durante sus labores no debe involucrarse ni opinar sobre conversaciones de los clientes.

04. RESPONSABLE AREA DE ESPARCIMIENTO

FUNCIONES BASICAS

Controlar las porciones y supervisar que los platillos se preparen, presenten y sirvan de acuerdo a los estándares de calidad y cantidad establecidos

Supervisar la limpieza, higiene y sanidad de la materia prima así como las diversas áreas de servicio

Conocer todo lo relacionado con la recepción de alimentos perecederos y no perecederos, revisando su frescura, madurez, calidad y presentación

MANUAL CONTABLE

INTRODUCCION

Desarrollo de la Ciencia y Tecnología del Estado Mérida, FUNDACITE Mérida permite obtener un mecanismo fundamental para la transparencia en la obtención de la información contable, la cual debe cumplir con ciertas características como lo son: La claridad, objetividad, verificabilidad, relevancia, imparcialidad, y utilidad para el usuario, quien es él que va a tomar decisiones, evaluando la situación y evolución financiera de la Fundación

Es por ello que con la uniformidad en el registro de las transacciones contables se logra una información financiera real de la situación patrimonial de la Fundación, lo cual permite la adopción de decisiones adecuadas y racionales, pues tienen como soporte un sistema de Contabilidad.

OBJETIVOS DEL CATALOGO DE CUENTAS CONTABLES DE FUNDACITE MÉRIDA

General.-

Diseñar una Guía Descriptiva que permita determinar la función y uso de cada una de las Cuentas Contables que integran el Catálogo aplicado a la gestión turística del cantón Montalvo, que les facilite el desempeño de las actividades en forma eficiente y proporcione información financiera acertada para la toma de decisiones.

Específico.-

- ✚ Lograr el mejoramiento de los procesos contables.
- ✚ Crear una metodología de trabajo acorde a las necesidades y limitaciones de la organización.
- ✚ Revisar con periodicidad los procedimientos existentes, para su debida corrección y actualización.
- ✚ Unificar criterios de uso entre los distintos empleados para mantener registros contables coherentes y confiables.
- ✚ Facilitar el trabajo contable al consolidar cifras financieras.
- ✚ Satisfacer las necesidades de registro diario en las diferentes operaciones que se generan en la organización.

ALCANCES

Esta guía está diseñada en el área de Contabilidad de las PYMES de actividad turística del cantón Montalvo, lo cual involucra al personal que labora en esta área administrativa.

CAMPO DE APLICACIÓN Y USUARIOS.

Esta guía de funciones y usos serán aplicados en:

- 1) La rutina diaria de la transcripción de operaciones.
- 2) Cuando se desconozca la utilidad ó uso de alguna de las cuentas
- 3) Cuando se detecten fallas en el desarrollo de las actividades y/ó clasificación de las cuentas.
- 4) Cuando ingrese un personal nuevo a la organización, para su inducción, específicamente en el área contable

NORMAS DE USO Y DISPOSICIONES

La Normas de uso de este Catalogo de Cuentas Contables para PYMES de actividad turística del cantón Montalvo, identifica los procesos de contabilidad que maneja, específicamente las cuentas que integran los Reportes Contables emitidos por Asesoría de Contabilidad tales como: Balance General, Balance de Comprobación, Estado de Resultado, Estado de Movimiento del Flujo del Efectivo y demás reportes auxiliares que

estime conveniente la organización, además permite el desempeño eficiente de las funciones, así como a la Gerencia realizar los correctivos necesarios para el mejor desempeño y mayor confiabilidad en la toma de decisiones.

La guía de funciones y usos de las Cuentas Contables que integran el Catálogo para PYMES de actividad turística del cantón Montalvo se diseñó y elaboró de acuerdo a la normativa legal vigente.

Es flexible por cuanto se puede amoldar a las necesidades y exigencias que el entorno exige y la dinámica de las transacciones contables que en un futuro puedan surgir dentro de la gestión de las PYMES de actividad turística del cantón Montalvo

REVISIÓN Y CORRECCION.

El Catálogo de Cuentas se logró alcanzar a través de:

- 2) En una primera etapa describiendo y explicando las cuentas de Activos, Pasivos, Recursos, Egresos, Resultados y Capital – Patrimonio
- 3) Su revisión debe ser periódica, con el propósito de realizar las correcciones y/o actualizaciones necesarias de acuerdo a los cambios legales que se den en la República del Ecuador.

BIBLIOGRAFÍA

ACOSTA – FERNANDEZ – MOLLON en, Recursos Humanos en empresas de turismo y hotelería. Novena edición. Año 2002. Editorial Prentice Hall.

AYALA MOLINA JORGE en, Temas de finanzas. Edición 2002. Guayaquil – Ecuador.

BERNAL CESAR AUGUSTO en, Metodología de la Investigación para administración y economía. Editorial Prentice Hall. Segunda Edición. Año 2006.

CERTO C. Samuel en, Administración Moderna. Octava edición Editorial Prentice Hall. Colombia. 2001.

CUEVAS CARLOS FERNANDO en, Contabilidad de costos. Enfoque gerencial y de gestión. Segunda Edición. Año 2001. Editorial Prentice Hall.

DESSLER GARY en, Administración de recursos Humanos. Octava edición. Año 2001. Editorial Prentice Hall.

EPPEN –GOULD – SCHMIDT en, Investigación de operaciones en la ciencia administrativa. Quinta edición. Año 2006. Editorial Prentice Hall.

GITMAN LAWRENCE en, Administración Financiera. Onceava edición. Año 2007. Editorial Prentice Hall.

HEYEL Carl en, Enciclopedia de Management. Editorial Limusa. México. 1996.

JONSON – SCHOLEN en, Dirección estratégica. Séptima edición. Año 2006. Editorial Prentice Hall.

KOTLER – BOWEN – MAKENS en, Mercadotecnia para hotelería y turismo. Año 2004. Editorial Prentice Hall.

KRAJEWSKI – RITZMAN en, Administración de las operaciones. Quinta Edición. Año 2008. Editorial Prentice Hall.

MERCADO H. Salvador en, ¿Cómo hacer Tesis?. Editorial Limusa. México. 2004.

MEDIANO LUCIA en, Marketing en el turismo rural. Primera edición. Año 2004. Editorial Prentice Hall.

MOLINA DEL RIOS RAUL en, Control Gerencial. Instrumentos útiles para la toma de decisiones a nivel de gerencia. Edición 2002. Guayaquil – Ecuador.

RAYA VILCHEZ JOSÉ MARÍA EN, Estadística aplicada al turismo. Año 2004. Editorial Prentice Hall. México

SOSA DE LA CRUZ CLIFOR en, Como elaborar un proyecto de inversión turística. Editorial San marcos. Perú.

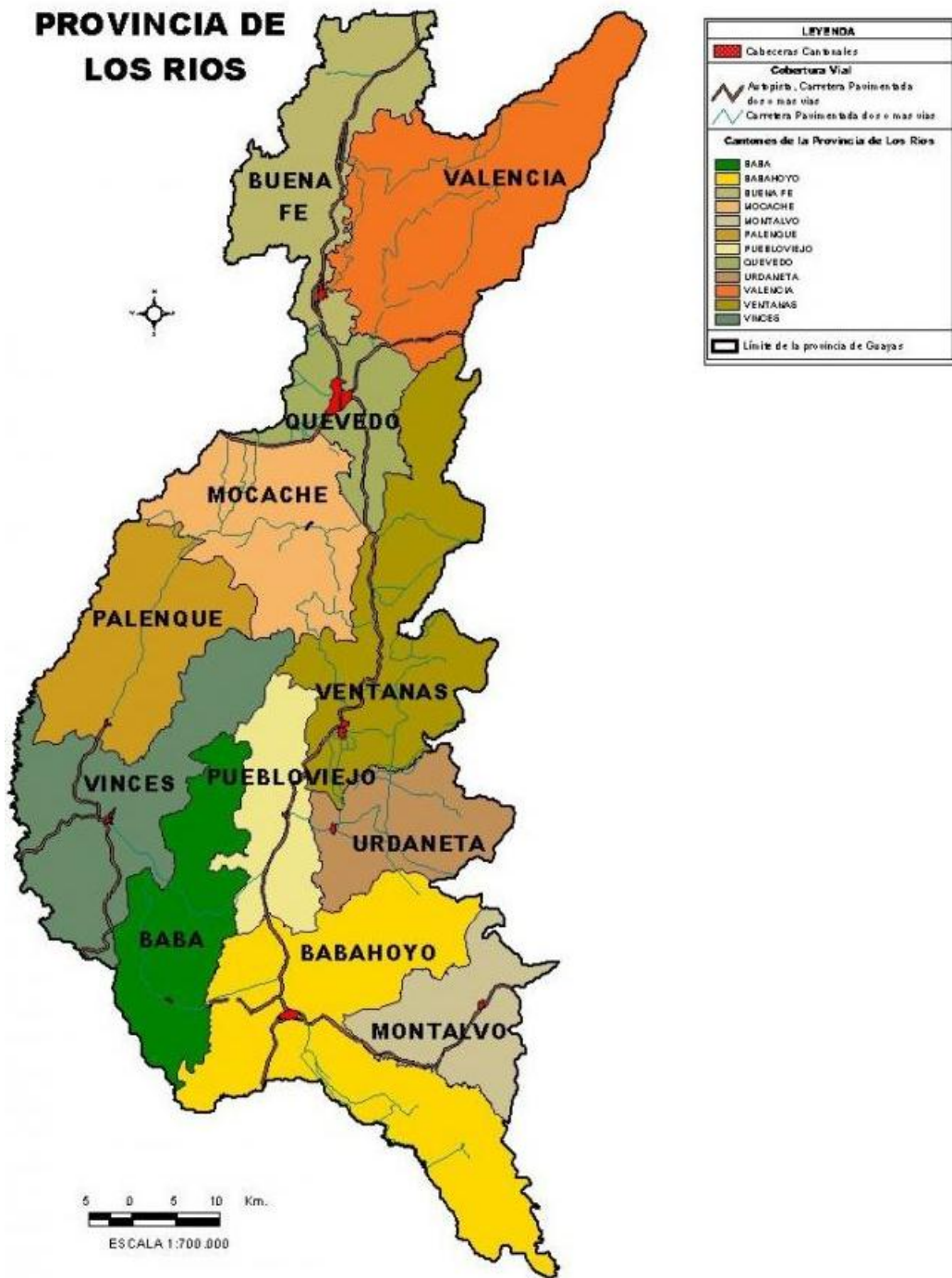
STONER – FREEMAN - GILBERT en, Administración. Sexta edición. Año 1996. Editorial Prentice Hall. México

VARELA RODRIGO en, Innovación empresarial. Arte ciencia en la creación de empresas. Segunda edición. Año 2001. Editorial Prentice Hall.

VELÁSQUEZ MANUEL en, Ética en los negocios. Sexta edición. Año 2006. Editorial Prentice Hall.

ANEXOS

Mapa de la Provincia de Los Ríos



Encuesta dirigida a los propietarios de los centros turísticos del cantón Montalvo.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE ADMINISTRACION, FINANZAS E INFORMATICA
ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PROPIETARIOS DE LOS CENTROS
TURISTICOS DEL CANTÓN MONTALVO

La presente encuesta tiene por finalidad conocer el manejo administrativo, económico y financiero de los centros turísticos del cantón Montalvo, con la finalidad de analizar las ventajas y desventajas de su gestión.

1. Su actividad vinculada al turismo la realiza como:

Negocio Familiar

Empresa

Propiedad individual

2. Posee licencia de Turismo

Si

No

En Tramite

3. Que instituciones capacitan en gestión turística:

Municipio

Gobierno provincial

Ministerio de Turismo

ONG

Ninguna

4. En su actividad laboran personas de:

Montalvo

Balzapamba

Babahoyo

Otro lugar

5. Del personal que labora, reciben los beneficios de ley:

Todos

Algunos

Ninguno

6. Los días de mayor afluencia turística son

Lunes Martes

Miércoles Jueves

Viernes Sábado

Domingo

7. Usted labora con:

Capital propio

Capital ajeno

Propio y ajeno

8. Que entidades financieras otorgan créditos para la actividad vinculadas al turismo

Pichincha Internacional

Guayaquil Bolivariano

Fomento Pio de Mora

San José Desconozco

9. Tiene conocimientos administrativos:

A nivel medio

A nivel superior

Ningún nivel

10. Gerencia su negocio utilizando concepciones científicas de administración
- Si
- No
- En parte
11. Utiliza asesoría externa en el área administrativa
- Si
- No
- A veces
12. El registro del movimiento económico, lo lleva por medio de:
- Registro Ingresos-Egresos
- Contabilidad
- Ningún registro
13. Al finalizar el año, conoce su utilidad o pérdida por medio de:
- Resta Ingresos-Egresos
- Estado de Resultados
- De ninguna forma
14. Existe control del SRI sobre su actividad.
- Si
- No
- A veces
15. Considera que contribuye al desarrollo socioeconómico del cantón Montalvo
- Si
- No
- En parte
- Si No

GRACIAS POR SU COLABORACION

Encuesta dirigida a los propietarios de negocios del cantón Montalvo.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE ADMINISTRACION, FINANZAS E INFORMATICA
ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PROPIETARIOS DE LOS NEGOCIOS DEL
CANTÓN MONTALVO

La presente encuesta tiene por finalidad conocer el manejo administrativo, económico y financiero de los negocios vinculados al sector turístico del cantón Montalvo, con la finalidad de analizar las ventajas y desventajas de su gestión.

1. Su actividad comercial, la realiza como:

- | | |
|----------------------|----------------------|
| Negocio Familiar | <input type="text"/> |
| Empresa | <input type="text"/> |
| Propiedad individual | <input type="text"/> |

2. La actividad turística del cantón aumenta sus ventas:

- | | |
|---------|----------------------|
| Si | <input type="text"/> |
| No | <input type="text"/> |
| A veces | <input type="text"/> |

3. Trabaja con:

- | | |
|----------------|----------------------|
| Capital propio | <input type="text"/> |
| Capital ajeno | <input type="text"/> |
| Propio y ajeno | <input type="text"/> |

4. Su actividad la ubica como:

- | | |
|----------------------|----------------------|
| Dispensa | <input type="text"/> |
| Comedor | <input type="text"/> |
| Bazar | <input type="text"/> |
| Comercio Ropa | <input type="text"/> |
| Otro tipo de negocio | <input type="text"/> |

5. Que instituciones capacitan en gestión micro empresarial:

Municipio

Gobierno provincial

U.T.B.

ONG

Ninguna

6. En su actividad laboran personas de:

Montalvo

Balzapamba

Babahoyo

Otro lugar

7. Del personal que labora, reciben los beneficios de ley:

Todos

Algunos

Ninguno

8. Los días de mayor actividad comercial son

Lunes Martes

Miércoles Jueves

Viernes Sábado

Domingo

9. Que entidades financieras otorgan créditos para su actividad micro empresarial

Pichincha Internacional

Guayaquil Bolivariano

	_____		_____
Fomento	<input type="text"/>	Pio de Mora	<input type="text"/>
San José	<input type="text"/>	Desconozco	<input type="text"/>

10. Tiene conocimientos administrativos:

A nivel medio	<input type="text"/>
A nivel superior	<input type="text"/>
Ningún nivel	<input type="text"/>

11. Gerencia su negocio utilizando concepciones científicas de administración

Si	<input type="text"/>
No	<input type="text"/>
En parte	<input type="text"/>

12. Utiliza asesoría externa en el área administrativa

Si	<input type="text"/>
No	<input type="text"/>
A veces	<input type="text"/>

13. El registro del movimiento económico, lo lleva por medio de:

Registro Ingresos-Egresos	<input type="text"/>
Contabilidad	<input type="text"/>
Ningún registro	<input type="text"/>

14. Al finalizar el año, conoce su utilidad o pérdida por medio de:

Resta Ingresos-Egresos	<input type="text"/>
Estado de Resultados	<input type="text"/>
De ninguna forma	<input type="text"/>

15. Existe control del SRI sobre su actividad.

Si

No

A veces

16. Considera que contribuye al desarrollo socioeconómico del cantón Montalvo

Si

No

En parte

Si

No

GRACIAS POR SU COLABORACION

Encuesta dirigida a los ciudadanos del cantón Montalvo.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE ADMINISTRACION, FINANZAS E INFORMATICA
ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CIUDADANOS DEL CANTÓN MONTALVO

La presente encuesta tiene por finalidad conocer el criterio de los ciudadanos del cantón Montalvo sobre la actividad turística y su contribución al desarrollo socioeconómico de sus habitantes.

1. El turismo aumenta la actividad comercial en el cantón

Si

No

Desconozco

2. Usted se beneficia de la actividad turística en Montalvo:

Si

No

A veces

3. Conoce si alguna de estas instituciones fomentan el turismo en Montalvo,

Municipio

Gobierno Provincial

Ministerio de Turismo

Desconozco

4. El transporte interno es:

Muy bueno

Bueno

Regular

5. Los días de mayor afluencia de turistas, es:

Lunes	<input type="text"/>	Martes	<input type="text"/>
Miércoles	<input type="text"/>	Jueves	<input type="text"/>
Viernes	<input type="text"/>	Sábado	<input type="text"/>
Domingo	<input type="text"/>		

6. Existe publicidad sobre la actividad turística de Montalvo en medios de comunicación, como:

Televisión	<input type="text"/>
Radio	<input type="text"/>
Periódicos	<input type="text"/>
Internet	<input type="text"/>
Ninguno	<input type="text"/>

7. Usted trata al turista, con:

Amabilidad	<input type="text"/>
Educación	<input type="text"/>
Indiferencia	<input type="text"/>

8. Personas allegadas a usted visitan Montalvo por Turismo, entre ellos:

Familiares	<input type="text"/>
Amigos	<input type="text"/>
Ninguno	<input type="text"/>

9. Las personas que hacen turismo en Montalvo, provienen de:

Guayaquil	<input type="text"/>
Milagro	<input type="text"/>

Vinces

Babahoyo

Ninguno

10. Considera que el turismo contribuye al desarrollo socioeconómico del cantón Montalvo

Si

No

En parte

GRACIAS POR SU COLABORACION

Encuesta dirigida a los turistas que visitan el cantón Montalvo.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE ADMINISTRACION, FINANZAS E INFORMATICA
ENCUESTA DIRIGIDA A LOS TURISTAS QUE VISITAN EL CANTÓN
MONTALVO

La presente encuesta tiene por finalidad conocer el manejo administrativo, económico y financiero de los centros turísticos del cantón Montalvo, con la finalidad de analizar las ventajas y desventajas de su gestión, buscando determinar su contribución al desarrollo socioeconómico de la ciudadanía.

1. Su lugar de residencia habitual es:

Babahoyo	<input type="checkbox"/>	Guayaquil	<input type="checkbox"/>
San Miguel	<input type="checkbox"/>	Vinces	<input type="checkbox"/>
Ventanas	<input type="checkbox"/>	Caluma	<input type="checkbox"/>
Salitre	<input type="checkbox"/>	Otra ciudad	<input type="checkbox"/>

2. Visita constantemente Montalvo

Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------	----	--------------------------

3. Que le atrae de esta ciudad

Clima	<input type="checkbox"/>	Flora	<input type="checkbox"/>
Fauna	<input type="checkbox"/>	Ríos	<input type="checkbox"/>
Comida típica	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>

4. Usted conoció la existencia de Montalvo, por medio de:

Amigos	<input type="checkbox"/>	Familiares	<input type="checkbox"/>
Televisión	<input type="checkbox"/>	Periódicos	<input type="checkbox"/>
Publicidad Estatal	<input type="checkbox"/>	Otro medio	<input type="checkbox"/>

5. Sus visitas a Montalvo, las hace por:

Un día	<input type="checkbox"/>	Más de un día	<input type="checkbox"/>
--------	--------------------------	---------------	--------------------------

6. Considera que los servicios turísticos que ofrece Montalvo, es:

Excelente	<input type="checkbox"/>	Muy buena	<input type="checkbox"/>
Buena	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>
Deficiente	<input type="checkbox"/>		

7. Los días que visita Montalvo, es:

Lunes	<input type="checkbox"/>	Martes	<input type="checkbox"/>
Miércoles	<input type="checkbox"/>	Jueves	<input type="checkbox"/>
Viernes	<input type="checkbox"/>	Sábado	<input type="checkbox"/>
Domingo	<input type="checkbox"/>		

8. Que áreas de apoyo turístico debe mejorarse

Alojamiento	<input type="checkbox"/>	Comedores	<input type="checkbox"/>
Vías	<input type="checkbox"/>	Seguridad	<input type="checkbox"/>
Centros turísticos	<input type="checkbox"/>	Movilización	<input type="checkbox"/>

9. La administración en los paradores turísticos, los considera:

Excelente	<input type="checkbox"/>	Muy buena	<input type="checkbox"/>
Buena	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>
Deficiente	<input type="checkbox"/>		

10. Considera que a actividad turística, contribuye al desarrollo socioeconómico del cantón Montalvo:

Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------	----	--------------------------

GRACIAS POR SU COLABORACION