

Identificación de las capacidades de desarrollo turístico desde el eje estratégico financiero en el municipio de Guachucal, ubicado en la zona de frontera de Colombia Ecuador

Daniel Felipe Flórez Cuastumal y Yudi Melissa Rodríguez Valencia

Programa de Contaduría Pública, Facultad de Ciencias Administrativas y Contables,
Universidad CESMAG.

Nota del autor

El presente Trabajo de Grado tiene como propósito cumplir el requisito exigido para optar al título de pregrado como Contadores Públicos en la Universidad CESMAG. La correspondencia referente a este trabajo debe dirigirse al Programa de Contaduría Pública de la Universidad CESMAG. Correo electrónico: contaduria@unicesmag.edu.co

Identificación de las capacidades de desarrollo turístico desde el eje estratégico financiero en el municipio de Guachucal, ubicado en la zona de frontera de Colombia Ecuador

Daniel Felipe Flórez Cuastumal y Yudi Melissa Rodríguez Valencia

Programa de Contaduría Pública, Facultad de Ciencias Administrativas y Contables,
Universidad CESMAG.

Asesora: Mg. Marleny Cecilia Farinango Vivanco

4 de septiembre 2025

Nota de aceptación

Jurado

Jurado

10 de marzo de 2025

El pensamiento que se expresa en esta obra es responsabilidad exclusiva de los autores y no compromete la ideología de la Universidad CESMAG

Dedicatoria

Quiero dar gracias a Dios por darme la vida y guiar cada uno de mis pasos con su infinita sabiduría, a mi padre William Rodríguez por enseñarme el valor de la disciplina, responsabilidad y el compromiso y mi madre Olinder Valencia por su apoyo incondicional y constante; que han hecho posible cumplir esta meta, gracias por darme el legado más importante de amor y constancia fundamentales en mi crecimiento personal. Ustedes son mi soporte y mi sustento, nada de esto hubiese sido posible sin su apoyo incondicional y su esfuerzo desde que tengo memoria, el cual ha sido las alas que necesitaba para volar hacia mis sueños, a mi hermana Tatiana quien ha sido un apoyo gigante en este proceso con mi hija y mis padres y por su puesto conmigo eres mi ángel en esta tierra y mi hermano Andrés por su amor, hermandad y su amistad.

Este sueño va dedicado a ustedes mis hijos Valery e Isaac por ser mi mayor bendición y motivación son la luz que ilumina mi camino su vida es el regalo más preciado que Dios a podido darme son mi fuerza y el motor que me impulsa a luchar por cumplir mis anhelos y metas día a día gracias por ser mi curita para el alma; a mi compañero de vida Andrés por su amor, responsabilidad y compromiso con nuestro hogar.

sin ustedes este sueño no hubiera sido fácil de lograr, con su amor me han motivado para concluir con éxito un proyecto que en un inicio parecía titánico e inalcanzable,

Por un tiempo tuve que dejar este proceso profesional pero mis ganas de cumplir el sueño de ser un gran Contador Público me llevo a superar los obstáculos que se presentaron en el camino.

Esto es por ustedes y para ustedes mi familia Dios los bendiga y los amo con mi alma.

Yudi Melissa Rodríguez Valencia

Dedicatoria

Quisiera comenzar, agradeciendo todo este esfuerzo y dedicación a mi mamá y mis abuelos, ya que siempre estuvieron apoyándome constantemente y más cuando quise desistir y les agradezco mucho por su paciencia y brindarme tanto amor, eso hizo que logre culminar este trabajo de grado que es muy importante en mi carrera profesional.

Asimismo, quisiera expresar mi gratitud a todas las personas que contribuyeron con el desarrollo de mi investigación. Agradezco a todos los que me ayudaron a recopilar datos y a aquellos que dedicaron su tiempo a revisar mi trabajo. Los comentarios de mejora, las sugerencias de bibliografía, las entrevistas y sendas conversaciones para revisar conceptos, propuestas y análisis son la base de estas páginas. Esta tesis no sería la que es sin sus recomendaciones.

Daniel Felipe Flórez Cuastumal

Agradecimientos

De antemano queremos dar gracias:

A Dios por guiar cada paso a lo largo de nuestra carrera profesional y permitirnos llegar hasta el final y cumplir nuestro sueño.

A la Universidad CESMAG quien es la que nos formó profesionalmente haciéndonos parte de esta familia capuchina con su enseñanza y educación de calidad.

A todos los docentes los cuales a lo largo de esta carrera nos han llenado de conocimientos y sabiduría haciendo que creamos en nuestro potencial para poder ser unos grandes profesionales y llevar el nombre de la universidad en alto.

A nuestra asesora Marleny Farinango Vivanco quien ha sido una parte fundamental en el desarrollo de este proyecto ya que con sus aportes, conocimientos, experiencia e ideas nos ayudado a terminar con satisfacción nuestro trabajo de grado.

A nuestros jurados:

Docente: Ana Lucia Casanova Guerrero y Nayibe Arcos Castillo por su valioso tiempo y retroalimentación a nuestro trabajo.

A nuestra familia que siempre ha sido un apoyo incondicional en esto años, con su comprensión y acompañamiento, han sido la motivación para cumplir esta meta.

A los integrantes de este proyecto por su trabajo, dedicación, responsabilidad que a sido parte importante para el desarrollo de nuestro trabajo de grado.

Y a todos los que han hecho parte de este proceso tan importante para nuestras vidas en donde peses a los obstáculos que se han presentado hemos llegado al final con felicidad y satisfacción de todo lo aprendido.

Contenido

Introducción	21
1. Problema de investigación	22
1.1 Tema de investigación.....	22
1.2 Línea de investigación.....	22
1.3 Planteamiento del problema.....	22
1.3.1 Descripción del problema.....	22
1.4 Formulación del problema	25
1.5 Objetivos	25
1.5.1 Objetivo general	25
1.5.2 Objetivos específicos.....	25
1.6 Justificación.....	25
1.7 Viabilidad.....	28
1.8 Delimitación.....	28
2. Marco referencial	29
2.1 Antecedentes	29
2.1.1 Antecedentes internacionales	29
2.1.2 Antecedentes nacionales.....	30
2.1.3 Antecedentes regionales	31
2.2 Marco contextual.....	32
2.2.1 Macro contexto.....	32
2.2.2 Micro contexto	36
2.2.3 Reseña histórica del municipio de Guachucal.....	38
2.3 Marco legal.....	41
2.3.1 Constitución Política de Colombia.....	41
2.3.2 Leyes	42
2.3.3 Decretos.....	43
2.3.4 Acuerdos.....	45
2.4 Marco teórico	45
2.4.1 Turismo	45
2.4.2 Análisis financiero.....	49
2.4.3 Matrices de diagnóstico.....	52
2.4.4 Estrategia de mejoramiento financiero.....	52
2.5 Marco conceptual	53

3. Metodología	56
3.1 Paradigma.....	56
3.2 Enfoque	56
3.3 Método	56
3.4 Tipo de investigación	56
3.5 Población y muestra	57
3.5.1 Población.....	57
3.5.2 Muestra.....	57
3.6 Técnicas de recolección de información	57
4. Análisis de resultados	59
4.1 Caracterización de las capacidades turísticas del municipio de Guachucal.....	59
4.1.1 Análisis de encuestas.....	59
4.1.2 Resultados de encuesta dirigida a Frailejones Travel que ofrece los servicios de Agencias de Viajes del municipio de Guachucal-Nariño.....	59
4.1.3 Resultados de encuestas dirigida a Cootransguachucal y Taxis la sabana que ofrece los servicios de transporte del municipio de Guachucal Nariño	70
4.1.4 Resultados de encuestas dirigidas a empresarios que ofrecen servicios de alojamiento (hoteles o posadas) del municipio de Guachucal Nariño.	85
4.1.5 Resultados de encuestas dirigidas a empresarios que ofrecen servicios de restaurante del municipio de Guachucal Nariño	104
4.1.6 Matriz DOFA	127
4.1.6.1 Debilidades.	127
4.1.6.2 Oportunidades.....	128
4.1.6.3 Amenazas.....	128
4.1.7 Resumen de las capacidades turísticas	129
4.2 Reconocimiento de las condiciones financieras del turismo del municipio de Guachucal.....	130
4.2.1 Análisis financiero de la empresa Taxis la Sabana SA	130
4.2.1.1 Razones de liquidez.	137
4.2.1.2 Razones de rotación.	137
4.2.1.3 Razones de rentabilidad.	138
4.2.2 Análisis financiero de las empresas del sector Hotelero: Hotel Nalnoa real.....	139
4.2.2.1 Razones de liquidez.	145
4.2.2.2 Razones de rotación.	145

4.2.2.3 Razones de rentabilidad.....	146
4.2.3 Análisis financiero de las empresas del sector Hotelero: Panadería extrapan Guachucal.....	146
4.2.3.1 Razones de liquidez.....	151
4.2.3.2 Razones de rotación.....	151
4.2.3.3 Razones de rentabilidad.....	151
4.2.4 Análisis financiero de las empresas del sector Hotelero: Hotel Imperial Guachucal.....	152
4.2.5 Razones de liquidez Hotel Imperial Guachucal.....	156
4.2.5.1 Razones de rotación Hotel Imperial Guachucal.....	157
4.2.5.2 Razones de rentabilidad.....	158
4.2.6 Análisis financiero de las empresas del sector Hotelero: Hotel, restaurante y asadero Tayrona.....	159
4.2.6.1 Razones de liquidez.....	164
4.2.7 Razones de rotación.....	164
4.2.7.1 Razones de rentabilidad.....	165
4.2.8 Análisis financiero de las empresas del sector Hotelero: Hotel Suite colonial.....	165
4.2.8.1 Razones de liquidez.....	170
4.2.8.2 Razones de rotación.....	170
4.2.9 Razones de rentabilidad.....	171
4.2.10 Análisis financiero de las empresas del sector Hotelero: Hotel Nalnoa real.....	171
4.2.10.1 Razones de liquidez.....	176
4.2.10.2 Razones de Rotación.....	176
4.2.10.3 Razones de rentabilidad.....	177
4.2.11 Análisis financiero de las empresas del sector Hotelero: Wancha Wook 2.....	177
4.2.11.1 Razones de liquidez.....	182
4.2.11.2 Razones de rotación.....	182
4.2.11.3 Razones de Rentabilidad.....	183
4.2.12 Análisis financiero de las empresas del sector Hotelero: Aroma café restaurante y.....	184
4.2.12.1 Razones de liquidez.....	189
4.2.12.2 Razones de Rotación.....	189
4.2.13 3. Razones de Rentabilidad.....	190

4.3 Estrategias de mejoramiento financiero que permitan la articulación de los actores del turismo en el municipio de Guachucal.....	195
4.3.1 Identificación de Estrategias	195
4.3.2 Detalle de estrategias.....	195
4.3.3 Importancia de la unión de los actores turísticos y la comunidad.....	216
5. Conclusiones	217
6. Recomendaciones	220
Referencias.....	222
Anexos	229

Lista de tablas

Tabla 1. DOFA.....	126
Tabla 2. Balance general taxis la sabana	131
Tabla 3. Estado de situación financiera taxis la sabana.....	133
Tabla 4. Razones financieras de Taxis La Sabana.....	136
Tabla 5. Balance general del hotel Nalnoa real	140
Tabla 6. Razones financieras de hotel Nalnoa real	144
Tabla 7. Balance general la panadería extrapan Guachucal	147
Tabla 8. Situación financiera de panadería extrapan Guachucal	148
Tabla 9. Razones financieras de Panadería extrapan Guachucal.....	150
Tabla 10. Balance general hotel imperial Guachucal	153
Tabla 11. Estado de situación financiera hotel imperial Guachucal.....	154
Tabla 12. Razones financieras de hotel imperial Guachucal	156
Tabla 13. Balance general hotel, restaurante y asadero tayrona	160
Tabla 14. Situación financiera hotel, restaurante y asadero Tayrona	161
Tabla 15. Razones financieras de hotel, restaurante y asadero Tayrona	163
Tabla 16. Balance general hotel suite colonial	166
Tabla 17. Situación financiera hotel suite colonial.....	167
Tabla 18. Razones financieras de hotel, restaurante y asadero Tayrona	169
Tabla 19. Balance genera el espigal restaurante	172
Tabla 20. Situación financiera el espigal restaurante.....	173
Tabla 21. Razones financieras El espigal restaurante.....	175
Tabla 22. Balance general restaurante wancha wook 2	178
Tabla 23. Situación financiera restaurante wancha wook 2.....	179
Tabla 24. razones financieras El espigal restaurante	181
Tabla 25. Balance general aroma café restaurante y +	185
Tabla 26. Situación financiera empresa aroma café restaurante.....	186
Tabla 27. Razones financieras de Aroma café restaurante	188
Tabla 28. Estrategia número uno: Aprovechar las fiestas regionales, carnavales y la producción del producto lácteo como es la leche y papero para promover el turismo en el municipio ...	197
Tabla 29. Estrategia numero dos: gestionar capacitación al personal de hotelería, restaurante en cuanto a ofrecimiento de servicios en la parte turística e idiomas.....	198

Tabla 30. Estrategia número tres: Marketing digital que promocióne el ecoturismo, parques, reservas y los recursos naturales que posee el municipio de Guachucal	200
Tabla 31. Estrategia numero 4: Promover la creación de agencias de viajes definidas y en ellas la contratación de guías turísticos para que puedan brindar un servicio adecuado al visitante lleno de conocimiento de los lugares que ofrece el municipio de Guachucal	204
Tabla 32. Estrategia número 5: Mejoramiento de infraestructura en las principales vías de acceso de Guachucal Nariño	206
Tabla 33. Estrategia numero 6: Sensibilizar a dueños de los establecimientos de la importancia de establecer un sistema financiero y contable que les permita conocer realmente el estado económico en que se encuentra su negocio	209
Tabla 34. Estrategia numero 7: Vinculo de actores turísticos, academia y la comunidad del municipio de Guachucal realizando un trabajo en equipo para el desarrollo turístico local y regional	212
Tabla 35. Estrategia numero 8: Generar proyectos de inversión extranjera para la región que ayuden al crecimiento turístico	215

Lista de figuras

Figura 1. Clasificación de turismo	35
Figura 2. Pregunta No 1. ¿El establecimiento cuenta con medios de pago aceptados por operadores y prestadores de servicios turísticos?	60
Figura 3. Pregunta No. 2: ¿Los servicios que presta la agencia de Frailejones Travel son por todo el año?.....	60
Figura 4. Pregunta No. 3: ¿Los servicios que presta la agencia de Frailejones Travel involucran los diferentes tipos de turismo?.....	61
Figura 5. Pregunta No. 4: La agencia Frailejones Travel cuenta con servicios para el turista internacional, nacional y local.	62
Figura 6. Pregunta No. 5: ¿La agencia Frailejones Travel cuenta con programas de publicidad a través de todos los medios que generalmente usa el turista para su plan?	62
Figura 7. Pregunta No. 6: ¿La agencia Frailejones Travel cuenta con convenios y alianzas para la promoción y desarrollo de su actividad turística?.....	63
Figura 8. Pregunta No. 7: ¿La agencia Frailejones Travel identifica y gestiona de manera pertinente los recursos y destinos con que cuenta la región o municipio donde presta sus servicios turísticos?.....	63
Figura 9. Pregunta No. 8: ¿La agencia Frailejones Travel cumple con los requisitos formales y legales para la prestación de sus servicios turísticos?.....	64
Figura 10. Pregunta No. 9: ¿La agencia Frailejones Travel cuenta con reconocimiento y aceptabilidad en la prestación de servicios turísticos en la región?.....	64
Figura 11. Pregunta No. 10: ¿El establecimiento cuenta con un plan de emergencia (de desastres naturales, accidentes, aforo permitido, servicios públicos)?.....	65
Figura 12. Pregunta No. 11: ¿El establecimiento Frailejones Travel tiene plan de manejo ambiental?.....	65
Figura 13. Pregunta No. 12:¿La agencia de Frailejones cuenta con la señalización requerida por la aseguradora de riesgos profesionales ARP y SNGR, planos de evacuación detrás de las puertas, señalización de evacuación, salida de emergencia y puntos de encuentro?.....	66
Figura 14. Pregunta No. 13: ¿Tiene establecido un procedimiento para la recepción de pagos electrónicos?	66
Figura 15. Pregunta No. 14: ¿Cuenta con servicio de internet para sus clientes?	67
Figura 16. Pregunta No. 15: ¿Indique el número de personas que manejan un segundo idioma en su establecimiento?	67

Figura 17. Pregunta No. 16: ¿Realiza alguna acción para la fidelización de los clientes como promociones e incentivos?.....	68
Figura 18. Pregunta No. 17: ¿Realiza capacitaciones al personal?.....	68
Figura 19. Pregunta No. 18: ¿Si contestó sí qué tipo de capacitación?	69
Figura 20. Pregunta No. 19: ¿Qué estrategias de motivación tiene para el talento humano?..	69
Figura 21. Pregunta No. 20: ¿Realiza algún proceso de evaluación y seguimiento del servicio ofrecido a sus clientes?	70
Figura 22. Pregunta No.1: ¿Vehículo interior: en muy buen estado y limpio?	70
Figura 23. Pregunta No.2: ¿Vehículo exterior: bien pintado y protegido según las condiciones climáticas de la zona?	71
Figura 24. Pregunta No.3: ¿Decoración con motivos locales, nombre del vehículo, logos y letreros informativos?	72
Figura 25. Pregunta No.4: ¿Trato amable, cortés y servicial a los viajeros?.....	72
Figura 26. Pregunta No.5: ¿Respetar horarios, evitar retrasos y cumplir con el itinerario prometido al turista?	73
Figura 27. Pregunta No. 6: ¿Acceso a vehículos fácil y en buen estado, asientos sólidos confortables y tapizados?.....	73
Figura 28. Pregunta No.7: ¿Cabinas interiores con porta equipaje de mano?	74
Figura 29. Pregunta No. 8: ¿Ventilación, aire acondicionado o calefacción en vehículos cerrados?	74
Figura 30. Pregunta No. 9: ¿Cortinas protectoras en ventanas y lona en cubierta?.....	75
Figura 31. Pregunta No. 10: ¿Motor en perfecto funcionamiento; ruedas bien mantenidas; repuestos disponibles?	75
Figura 32. Pregunta No. 11: ¿Cinturones de seguridad en vehículos?	76
Figura 33. Pregunta No. 12: ¿ Faros adecuados para lluvia o neblina?.....	76
Figura 34. Pregunta No. 13: ¿Caja de herramientas completa y en buen estado para reparaciones mecánicas y eléctricas?	77
Figura 35. Pregunta No. 14: ¿En perfecta salud, bien alimentadas y con arneses adecuados (caballos, asnos, llamas)?.....	78
Figura 36. Pregunta No. 15: ¿Chofer con licencia profesional, conocimientos de mecánica y entrenamiento en emergencias del vehículo?	78
Figura 37. Pregunta No. 16: ¿Vehículo interior: en muy buen estado y limpio?	79
Figura 38. Pregunta No. 17:¿Vehículo exterior: bien pintado y protegido según las condiciones climáticas de la zona?	80

Figura 39. Pregunta No. 18: ¿Decoración con motivos locales, nombre del vehículo, logos y letreros informativos?	80
Figura 40. Pregunta No. 19: ¿Trato afable, cortés y servicial a los viajeros?.....	81
Figura 41. Pregunta No. 20: ¿Respetar horarios, evitar retrasos y cumplir con el itinerario prometido al turista?	81
Figura 42. Pregunta No. 21: ¿Indique el número de personas que manejan un segundo idioma en su establecimiento?	82
Figura 43. Pregunta No. 22: ¿Realiza alguna acción para la fidelización de los clientes como promociones e incentivos?.....	82
Figura 44. Pregunta No. 23: ¿Realiza capacitaciones al personal?.....	83
Figura 45. Pregunta No. 24: ¿Si contestó sí qué tipo de capacitación?	83
Figura 46. Pregunta No. 25: ¿Qué estrategias de motivación tiene para el talento humano?..	84
Figura 47. Pregunta No. 26; ¿Realiza algún proceso de evaluación y seguimiento del servicio ofrecido a sus clientes?	84
Figura 48. Pregunta No.1: ¿Estado de conservación de la estructura, pisos, paredes, cielo raso y techo?	85
Figura 49. Pregunta No.2: ¿Estado de conservación de elementos móviles: Puertas, ventanas?.....	86
Figura 50. Pregunta No. 3: ¿Espacios públicos organizados para facilitar el acceso y la circulación fluida de las personas?	87
Figura 51. Pregunta No. 4: ¿Hotel diseñado y construido de acuerdo al estilo de la cultura local con materiales sólidos de origen local en armonía con el entorno en función de las condiciones climáticas?.....	88
Figura 52. Pregunta No. 5: ¿Acorde con la categoría del alojamiento?	89
Figura 53. Pregunta No. 6: ¿Sólido, uso de materiales y diseños locales, según la categoría del negocio y su localización?	89
Figura 54. Pregunta No. 7: ¿Uso de materiales y diseños locales, según la categoría del negocio y su localización?.....	90
Figura 55. Pregunta No. 8: ¿En caso de ofrecer alimentos, se verifican mediante listas de chequeo las condiciones de manejo, preparación y servido de alimentos?	91
Figura 56. Pregunta No. 9: ¿En caso de ofrecer alimentos, los empleados que manipulan alimentos utilizan uniformes adecuados (gorra o malla, delantal de color claro) limpios y calzado cerrado?.....	92
Figura 57. Pregunta No. 10: ¿Acogedor, agradable y confortable?.....	92

Figura 58. Pregunta No. 11: ¿Rápida y esmerada; trato afable, cortés y servicial del personal a todo cliente?.....	93
Figura 59. Pregunta No. 12: ¿Información y rótulos preventivos de riesgos y peligros en el uso diario de los equipos?.....	94
Figura 60. Pregunta No. 13: ¿Dispositivos de protección de rampas, pisos resbalosos y lugares con peligro de caídas?.....	95
Figura 61. Pregunta No. 14: ¿Personal bien entrenado para emergencias, equipo de primeros auxilios visible y accesible (Botiquín, incendios y catástrofes naturales), Vías de evacuación bien señalizadas, de fácil acceso y siempre despejadas; se cuenta con un plan de evacuación?.....	96
Figura 62. Pregunta No. 15: ¿Se cuenta con los equipos de protección personal en función de las actividades realizadas?	97
Figura 63. Pregunta No. 16: ¿Tiene establecido un procedimiento para la recepción de pagos electrónicos?	97
Figura 64. Pregunta No. 17: ¿El establecimiento presta servicios complementarios al de alojamiento? (estacionamiento, gimnasio, lavandería y otros)?	98
Figura 65. Pregunta No. 18: ¿Actitud acogedora y vestimenta adecuada del personal	99
Figura 66. Pregunta No. 19: ¿Mantenimiento regular de la red eléctrica, ambiental, sanitaria y grifería (evitar fugas)?.....	99
Figura 67. Pregunta No. 20: ¿Mantenimiento periódico de equipos electrónicos, gas, leña, energía solar o eólica?.....	100
Figura 68. Pregunta No. 21: ¿Indique el número de personas que manejan un segundo idioma en su establecimiento?	101
Figura 69. Pregunta No. 22: ¿Realiza alguna acción para la fidelización de los clientes como promociones e incentivos?.....	101
Figura 70. Pregunta No. 23: ¿Realiza capacitaciones al personal?.....	102
Figura 71. Pregunta No. 24: ¿Si contestó sí qué tipo de capacitación?	102
Figura 72. Pregunta No. 25: ¿Qué estrategias de motivación tiene para el talento humano?	103
Figura 73. Pregunta No. 26: ¿Realiza algún proceso de evaluación y seguimiento del servicio ofrecido a sus clientes?	103
Figura 74. Pregunta No. 27: ¿De acuerdo al número de habitaciones ofrecidas y de acuerdo al siguiente rango como se considera?.....	104
Figura 75. Pregunta No.1: ¿El establecimiento cuenta con manual de buenas prácticas de higiene e inocuidad de alimentos?	105

Figura 76. Pregunta No.2: ¿Los servicios sanitarios están separados por género?.....	106
Figura 77. Pregunta No.3: Los servicios sanitarios están debidamente equipados con implementos de aseo?	107
Figura 78. Pregunta No.4: ¿Se tiene programas de desinfección y limpieza?.....	108
Figura 79. Pregunta No.5: ¿Se tiene programa de control de plagas?.....	109
Figura 80. Pregunta No.6: ¿Cuenta con buena ventilación que permite la remoción de olores y calor?.....	110
Figura 81. Pregunta No.7: ¿Existen recipientes suficientes, adecuados y bien ubicados e identificados para la recolección de basuras?	111
Figura 82. Pregunta No.8: ¿Se verifican mediante listas de chequeo las condiciones de manejo, preparación y servido de alimentos?.....	112
Figura 83. Pregunta No.9: ¿Los empleados que manipulan alimentos utilizan uniformes adecuados y equipos de protección adecuados?	113
Figura 84. Pregunta No.10: ¿El establecimiento cuenta con un plan de emergencia (de desastres naturales, accidentes, aforo permitido, servicios públicos)?.....	114
Figura 85. Pregunta No.11: ¿El establecimiento tiene plan de manejo ambiental?.....	115
Figura 86. Pregunta No.12: ¿Cuenta con la señalización requerida por la aseguradora de riesgos profesionales ARP Y SNGR?	116
Figura 87. Pregunta No.13:¿Se cuenta con los equipos de protección personal en función de las actividades realizadas?.....	117
Figura 88. Pregunta No.14: ¿Tiene establecido un procedimiento para la recepción de pagos electrónicos?	118
Figura 89. Pregunta No.15: ¿Cuenta con servicios de internet para sus clientes?.....	119
Figura 90. Pregunta No.16: ¿Instalaciones adecuadas y seguras de la cocina y cafetería según normas vigentes?.....	120
Figura 91. Pregunta No.17: ¿Mantenimiento regular de la red eléctrica, ambiental, sanitaria y grifería (evitar fugas)?.....	121
Figura 92. Pregunta No.18: ¿Mantenimiento periódico de equipos electrónicos, a gas, energía solar o eólica?	122
Figura 93. Pregunta No.19: ¿Indique el número de personas que manejan un segundo idioma en su establecimiento?	122
Figura 94. Pregunta No.20: ¿Realiza alguna acción para la fidelización de los clientes como promociones e incentivos?.....	123
Figura 95. Pregunta No. 21: ¿Realiza capacitaciones al personal?.....	124

Figura 96. Pregunta No.22: ¿Información y rótulos preventivos de riesgo y peligros en el uso diario de los equipos?.....	124
Figura 97. Pregunta No.23: ¿Qué estrategias de motivación tiene para el talento humano?.	125
Figura 98. Pregunta No.24: ¿Realiza algún proceso de evaluación y seguimiento del servicio ofrecido a sus clientes?	126

Lista de anexos

Anexo A. Carta de certificación de con investigadores	229
Anexo B. Encuesta dirigida a empresarios que ofrecen servicios de alojamiento (hoteles o posadas turísticas) del municipio de Guachucal	230
Anexo C. Encuesta dirigida a empresarios que ofrecen servicios de restaurante del municipio de Guachucal.....	232
Anexo D. Encuesta dirigida a empresarios que ofrecen servicios de agencias de viajes del municipio de Guachucal.	234
Anexo E. Encuesta dirigida a empresarios que administran los recursos turísticos del municipio de Guachucal.....	237
Anexo F. Encuesta dirigida a empresarios que ofrecen servicios de transporte del municipio de Guachucal.....	240
Anexo G. Encuesta dirigida a guianza turística del municipio de Guachucal	242
Anexo H. Correo enviado por camara de comercio de Ipiales	242

Introducción

El presente trabajo de grado tiene como objetivo analizar el potencial turístico de Guachucal, Nariño, evaluando sus capacidades turísticas, infraestructura disponible y recursos naturales y culturales. A través de un diagnóstico, se identificarán las fortalezas y debilidades del sector, y se propondrán estrategias de mejoramiento basadas en el desarrollo de nuevos productos turísticos, la capacitación de los prestadores de servicios y la promoción del municipio a nivel regional. Además, se realizará un análisis financiero para evaluar la viabilidad de los proyectos propuestos, buscando fomentar un turismo sostenible que impulse el desarrollo económico y social de la región.

1. Problema de investigación

1.1 Tema de investigación

Identificación de las capacidades de desarrollo turístico desde el eje estratégico financiero en el municipio de Guachucal, ubicado en la zona de frontera de Colombia Ecuador.

1.2 Línea de investigación

Este estudio se adscribe a la línea de investigación: contabilidad y organizaciones, perteneciente al grupo de investigación:

Para Farinango et al. (2020) en la investigación contable se incorporan elementos científicos y prácticos esenciales para la búsqueda de soluciones a las necesidades y problemas de la comunidad para lograr la dinamización el desarrollo y crecimiento socio-económico de la comunidad, con el espíritu crítico frente a la realidad económica, contable y financiera de las organizaciones con el fin de elaborar y ejecutar proyectos de transformación del entorno socio-económico y organizacional.

Según Farinango et al. (2020) en la línea de investigación, se basa en la búsqueda de soluciones y necesidades que el municipio tenga.

1.3 Planteamiento del problema

1.3.1 Descripción del problema

El turismo desempeña un papel fundamental en el desarrollo económico y social del municipio, proporcionando empleo, generando ingresos y promoviendo la preservación cultural y ambiental. Sin embargo, cuando el turismo no se desarrolla adecuadamente, el impacto negativo se extiende por todo el tejido social y económico de la comunidad. En este sentido, es crucial examinar las problemáticas asociadas con el subdesarrollo turístico en un municipio y cómo afectan a su crecimiento y bienestar general.

El desarrollo turístico en un municipio conlleva una serie de consecuencias significativas que impactan en múltiples aspectos de la vida local. Desde una perspectiva económica, la falta de desarrollo turístico resulta en una pérdida de oportunidades laborales tanto directas como indirectas, ya que la creación de empleo en sectores relacionados con el turismo como la hostelería, el transporte y la artesanía local se ve obstaculizada. Esta limitación en la diversificación económica y la dependencia excesiva de unas pocas microempresas aumentan la vulnerabilidad del municipio ante crisis económicas y desafíos futuros.

Además, el subdesarrollo turístico se manifiesta en un estancamiento en el desarrollo local, ya que la falta de inversión en infraestructuras turísticas como carreteras, hoteles y servicios públicos impide la mejora de la calidad de vida de los residentes y dificulta la atracción de inversiones externas.

En el ámbito cultural, se observa un declive en la preservación del patrimonio local, con la posible negligencia y deterioro de monumentos históricos como el monumento a la perdiz, el monumento a Bolívar; tradiciones culturales y prácticas artesanales debido a la disminución del interés y la inversión en su conservación.

Por otro lado, el impacto ambiental negativo se intensifica, ya que la falta de regulación y gestión del turismo puede conducir a la sobreexplotación de recursos naturales y ecosistemas locales, exacerbando la degradación ambiental y la pérdida de biodiversidad. Además, el estancamiento en el desarrollo turístico impide el aprovechamiento de oportunidades para la integración social y el intercambio cultural, ya que se pierden las interacciones interculturales, el aprendizaje y la promoción de la tolerancia y la comprensión entre comunidades. Estas posibles consecuencias revelan la necesidad urgente de abordar el desarrollo turístico de manera integral y sostenible, reconociendo su potencial como motor de crecimiento económico, preservación cultural y conservación ambiental en el municipio.

Las fallas de coordinación institucional son identificadas como un desafío recurrente a la hora de aprovechar el potencial turístico de las regiones, donde esta situación no ha permitido que se resuelvan problemas básicos que afectan la competitividad de los destinos. La dotación de servicios públicos, seguridad, saneamiento, accesibilidad y conectividad, entre otras variables, dependen en gran medida de la gestión y articulación pública. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2018, p. 9)

La pandemia del COVID 19 dejó afectaciones a nivel país, como en todos los territorios afectando la parte económica, financiera, ecológica, cultural y religiosa perturbando en especial el desarrollo de la parte turística donde provocó el cierre de muchas empresas y microempresas, provocando una disminución de ingresos.

Según la alcaldía municipal de Guachucal no cuenta con programas técnicos y tecnológicos al servicio turístico de este, con publicidad de marketing digital en redes sociales de los atractivos turísticos, los espacios turísticos no poseen una infraestructura de buena calidad y por último los actores turísticos no cuentan con capacitaciones adecuadas. puesto que gran parte de los comerciantes de este municipio obtienen sus conocimientos de manera empírica, lo que dificulta llevar una contabilidad, administración adecuada y competente, a su vez desconocen la implementación de estrategias de comercialización, competitivas y corporativas.

Es así como este factor también influye al momento de fomentar el turismo de la región, debido a que no tienen herramientas necesarias para dar a conocer sus múltiples atributos, la

falta de alianzas estrategias con socios claves, como lo es la comunidad y el estado, que aporten económicamente al municipio.

Existe en la región capital intelectual poco calificado en la prestación del servicio, además de pocos emprendimientos en la parte turística como síntoma de bajo nivel de inversión en el turismo, todo ello redundando en la debilidad en la formación empresarial. La escasa capacidad asociativa en la comunidad y la deficiente formación en planeación estratégica es provocada por falta de conciencia de la población en la oportunidad de explotar el atractivo turístico para mejorar su calidad de vida de manera sostenible.

El turismo debe alinearse al propósito de incrementar la productividad nacional, cada vez que puede contribuir efectivamente a dinamizar el crecimiento económico, el desarrollo sostenible del país y las regiones, constituyéndose en una apuesta viable para fortalecer la equidad, vías de acceso, calidad en la salud y educación. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2018, p. 6).

Este municipio lo conforman diferentes comunidades indígenas como el resguardo de Guachucal que posee una gran dinámica comercial a diferencia de otros resguardos del pueblo de los pastos que en la actualidad presentan un problema ambiental notorio, la avanzada de la frontera agrícola y ganadera amenaza terriblemente la existencia del páramo conocido como Paja Blanca, siendo este el principal yacimiento de agua para la región y del cual se alimentan las principales poblaciones que están a su alrededor como son Guachucal, Contadero, Sapuyes, Iles, Gualmatan, Pupiales y parte del municipio de Aldana, es decir, este lugar es vital para la supervivencia de estos municipios, por lo que la productividad se ve afectada, tanto la parte económica como los atractivos turísticos locales y por ende la calidad de vida de sus habitantes.

Asimismo, Farinango et al. (2020) menciona que tanto a nivel nacional como regional se concibe el turismo sostenible como una gran potencialidad en el territorio, como una alternativa económica y social para dinamizar y promover la generación de ingresos, reducir la pobreza en el área urbana y rural, y mejorar la calidad de vida a través de la formulación de planes de turismo transnacionales, definición de rutas turísticas y capacitaciones para los emprendedores de productos y servicios turísticos, el desarrollo turístico insuficiente o mal gestionado en un municipio puede traer consigo una serie de problemáticas económicas, sociales, culturales y ambientales que afectan directamente a la comunidad local. Es fundamental implementar estrategias y políticas adecuadas para aprovechar los beneficios del turismo de manera sostenible y responsable.

1.4 Formulación del problema

¿Cuál es el análisis de las capacidades de desarrollo turístico ecológico, religioso y cultural desde los ejes estratégicos socio económicos y financieros en el municipio de Guachucal?

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo general

Identificar las capacidades de desarrollo turístico desde el eje estratégico financiero en el municipio de Guachucal ubicados en la zona de frontera de Colombia Ecuador

1.5.2 Objetivos específicos

- Caracterizar las capacidades turísticas del municipio de Guachucal.
- Identificar las condiciones financieras del turismo del municipio de Guachucal.
- Diseñar estrategias de mejoramiento financiero que permitan la articulación de los actores del turismo en el municipio de Guachucal.

1.6 Justificación

El fin de la presente investigación es dar a conocer el entorno turístico, cultural, gastronómico y religioso que hay en el municipio de Guachucal. En los últimos años el turismo ha cobrado gran relevancia ayudando al proceso de crecimiento continuo, aportando a la economía colombiana a través de las diferentes modalidades de turismo que se encuentran ubicados al sur oeste del país, especialmente en Guachucal. Siendo el turismo una actividad multidisciplinaria que requiere diferentes productos y servicios de la economía tales como restaurantes, hoteles, guías turísticos, entre otros, que potencializan por medio de coaliciones entre la comunidad, el estado y empresas del sector privado, donde se fomente el turismo cultural, ecoturismo, rutas gastronómicas o turismo de aventura.

De igual manera, Banco Mundial (como se citó en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2022), dice que una “forma de afrontar la pandemia para la humanidad, se ha derivado una serie de cambios en la demanda y oferta turística, que condicionan las actuaciones del sector frente a la nueva realidad” (p. 7). Es así como esta investigación tiene el objetivo de Identificar las capacidades de desarrollo turístico identificando la parte ecológica, cultural, religiosa y económica del municipio de Guachucal que permitan en la actualidad mejorar el desarrollo turístico y económico de la región puesto que en pandemia perdieron gran relevancia, trayendo grandes retos para la población.

A su vez, Ortiz y González (2018) realizaron una investigación del ecoturismo como generador de valor ambiental y patrimonial de las naciones, se ha convertido en un polo de fomento al turístico sostenible, que contribuye de manera significativa a desarrollar en las

comunidades el compromiso y la responsabilidad con los recursos naturales, el patrimonio histórico-artístico, las tradiciones y costumbres de las regiones. buscando la satisfacción de sus clientes, identificando la necesidad de estos de tener una visión más amigable con el medio ambiente.

Desde esa mirada para Ortiz y González (2018) han considerado que pueden conducir a un aumento de la calidad de vida y brindar más oportunidades de trabajo al municipio de Guachucal, aprovechando sus diferentes recursos y generando una voz a voz positivo de la región que atraiga cada día más visitante.

Para Sancho (como se citó en Chanquey et al., 2021):

El turismo es una actividad generadora de divisas que ayudan a equilibrar la balanza de pagos, aumenta los ingresos públicos, genera valor agregado y fomenta la actividad empresarial, debido a que las actividades del turismo no se limitan a hoteles y restaurantes si no que engloban una serie mucho más amplia de servicios y bienes de consumo. (p. 37)

Según lo mencionado, con el turismo se pueden fortalecer y crear nuevos emprendimientos para aumentar ingresos y esto a su vez, genera nuevas fuentes de empleo especialmente en los sectores relacionados con el turismo ya que esto abarca amplios servicios donde satisface todas las necesidades de los turistas que visitan estos lugares resaltando la flora y fauna del sector. También dice que entre más turístico sea el lugar más oportunidades económicas, culturales, religiosas tendrán. Puesto que esta actividad cuenta con diferentes beneficios a considerar en la comunidad y el ingreso que este puede tener en todo el país, cuyo negocio gira a través del entorno turístico donde mejora la calidad de vida de las personas que habitan estos municipios, un claro ejemplo es mejorar la infraestructura y vías de acceso atrayendo nuevos turistas, y desarrollando el crecimiento económico.

De acuerdo con, Caviedes y Olaya (2018) realizaron una investigación acerca de la utilidad económica que genera el ecoturismo contiene

Diversificación económica, del sector o zona de influencia, el desarrollo endógeno de las comunidades por la creación de empresa y generación de empleo, ya que emplea a los lugareños y beneficia la comunidad a través de una fuente constante de ingresos. (p. 317)

Así pues, como dice Caviedes y Olaya (2018) se puede analizar que el turismo se ha construido como una habilidad para orientar la economía y esto ha generado que muchas regiones de los municipios lo acojan de la mejor manera atrayendo consigo una idea de desarrollo de los bienes que producen y así invertirlos en algún tipo de negocio o

emprendimiento cultural para el propio bien de la comunidad. Entre ellos cabe mencionar, la curiosidad que motiva a los seres humanos a viajar y conocer nuevos lugares ya que adquieren nuevas experiencias, promoviendo el turismo regional, donde directa e indirectamente invierten en ellos para lograr una mejora en los servicios de turismo a futuro por medio de sugerencias a las necesidades individuales como implementar nuevas estrategias de senderos, caminatas turísticas, o llevar a cabo nuevos emprendimientos que favorezcan el turismo.

De igual manera, la importancia de esta investigación en el municipio de Guachucal, radica en su ubicación geográfica de frontera atrayendo muchos turistas a conocer parte de las costumbres y culturas que se encuentran en el municipio y así permitir el desarrollo sostenible para estas comunidades, para así aprovechar ventajas y obtener ganancias económicas, dando a conocer las antiguas tradiciones que aún se conservan en estas regiones como los juegos tradicionales y festividades religiosas que vienen a ser un patrimonio cultural de cada municipio.

Asimismo, Guachucal tiene una gran variedad de tradiciones culturales que permite aprender sobre sus costumbres únicas, teniendo experiencias y conocimientos de su identidad en su gastronomía, paisajes y diferentes actividades que ayuden a ofertar el turismo para poder obtener mayor demanda en todos los aspectos turísticos en los municipios aledaños. No menos importante es de mencionar que se obtendrán a nivel profesional grandes conocimientos que aportará de manera adecuada una serie de beneficios, donde se puede analizar el impacto socioeconómico que genera el turismo binacional y los beneficios que esto traerá al desarrollo de estos sectores, orientado a la toma de decisiones para los prestadores de estos servicios a través de capacitaciones para establecer estándares de calidad.

En ese orden de ideas, el turismo ha manejado de manera responsable y sostenible permitiendo que se minimice sus impactos negativos sobre el medioambiente y el patrimonio cultural que ofrece este municipio ya que tienen una gran ventaja por ser una zona rural, donde puede comercializar de una manera más eficaz el turismo diversificado la oferta y promoviendo ecoturismo por medio de senderos ecológicos dando a conocer las riquezas de flora y fauna de la región, motivando a más turistas.

En conclusión, la actividad del turismo es un factor importante para cada región siempre que se aproveche los diferentes atractivos, involucrando a toda la comunidad en general en este caso a los diferentes resguardos indígenas que pueden apoyar al turismo cultural, y ampliar la visión de turismo que implique que toda la comunidad genere ingresos de forma directa e indirecta, mejorando la calidad de vida de cada uno de los involucrados.

1.7 Viabilidad

Para el tema de investigación que se va tratar en este proyecto que va enfocado en la identificación de las capacidades de desarrollo turístico desde el eje estratégico financiero del municipio de Guachucal Nariño ubicado en la zona frontera de Colombia Ecuador sea viable para los estudiantes investigadores es necesario aplicar diferentes herramientas las cuales van a servir para el desarrollo de los objetivos propuestos.

Es por esto que se puede decir que la investigación que se va desarrollar es viable teniendo en cuenta que el municipio de Guachucal es de fácil acceso para los estudiantes investigadores para así requerir información debida , cabe mencionar que el grupo de estudiantes cuenta con los conocimientos básicos adquiridos en la parte académica basados en la parte financiera y contable y disposición necesaria para llevar acabo la indagación y así cumplir con la meta propuesta que es desarrollar los objetivos, acompañados de medios económicos , pedagógicos y académicos .

Para ello se cuenta con la asesoría y acompañamiento de la docente Marleny Farinango (ver anexo 1).

1.8 Delimitación

La actual investigación está encaminada en el turismo binacional entre Colombia y Ecuador en la zona frontera en el municipio de Guachucal el cual está ubicado al sur oeste de Colombia en el departamento de Nariño en donde se encuentra una gran variedad de naturaleza y lugares turísticos donde las personas pueden visitar.

El proyecto de grado está enfocado en conocer como los microempresarios que hacen parte de la prestación de servicio de turismo llevan su contabilidad y parte financiera ya que ellos por su falta de conocimientos y capacitación llevan sus cuentas de forma empírica , el lapso de tiempo que se va emplear en el desarrollo de esta investigación es segundo semestre del año 2023 y primer y segundo semestre del año 2024 en donde se pretende dar cumplimiento a los objetivos propuestos y así dar solución al planteamiento del problema del presente trabajo .

Cabe mencionar que quienes van a realizar esta investigación son los estudiantes investigadores de la universidad CESMAG Yudi Melissa Rodríguez y Daniel Felipe flores los cuales han recopilado información necesaria en la institución para realizar esta investigación con la asesoría de la docente Marleny Farinango.

2. Marco referencial

2.1 Antecedentes

Para la construcción de este referente se realizó el rastreo de información de distintos proyectos que se acercan y están relacionados al tema del turismo en Guachucal, tanto a nivel internacional, nacional, como regional, los cuales aportan elementos teóricos-conceptuales significativos, empleados para el desarrollo de este estudio.

2.1.1 Antecedentes internacionales

Título. El agroturismo como una alternativa de desarrollo sostenible para la comuna Loma Alta, de la Parroquia Colonche, Cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, año 2013–2018

Autores: Tnlga. Silvia Tomalá Tomalá

Fecha: 2018

Objetivo general. Determinar la incidencia de la organización en la diversificación de productos turístico de la comuna Loma Alta, que involucre a los principales actores a fin de definir un producto turístico. El Agroturismo como una alternativa de desarrollo sostenible para la comuna Loma Alta. (Tomalá, 2013, p. 10)

Objetivos específicos

- Determinar el grado de participación en la toma de decisiones turísticas en el destino turístico.
- Identificar las estrategias turísticas que pueden ser aplicadas a la realidad al destino.
- Determinar cómo incide el nivel de organización en la gestión de Loma Alta como destino turístico.
- Identificar los atractivos a fin de establecer el producto que se ofertara a los turistas.
- Determinar mediante revisión bibliográfica las estrategias para lograr la diversificación de un destino turístico.
- Diseñar una propuesta de agroturismo como una alternativa de desarrollo turístico para la comuna Loma Alta. (Tomalá, 2013, p. 11)

Universidad: Universidad Estatal Península de Santa Elena

Conclusiones:

Esta propuesta se presenta como un modelo piloto de agroturismo, en base a la realidad productiva del sector, por lo que al implantarse en La Comuna Loma Alta beneficiará directamente a gran parte de la población, y a futuro esta puede ser tomada como un

modelo a seguir por otras comunidades que posean características similares. (Tomalá, 2013, p. 205)

Las características generales que posee Loma Alta hacen de ella una de las poblaciones de la provincia de Santa Elena con suficientes recursos para emprender una nueva actividad, para el caso “agroturismo” un proyecto viable que ejecutado bajo las directrices que se plantean hacen posible el desarrollo de esta naciente actividad turística. (Tomalá, 2013, p. 205)

En este estudio la actuación y el trabajo mancomunado de los comuneros es primordial y la puesta en marcha de esta propuesta constituye una herramienta imprescindible para el progreso de la Comuna Loma Alta hacia un desarrollo turístico sostenible. En definitiva, se plantea un programa de capacitación en diversos ámbitos a fin de contribuir con este desarrollo. (Tomalá, 2013, p. 205)

Aportes: este trabajo de grado habla sobre el tema de turismo y la importancia en el Ecuador dando a conocer los diferentes problemas que se dan en esta comunidad y planteando que el turismo hace parte del desarrollo sostenible de este país es así como se pretende que el turismo en los municipios de Guachucal y Aldana genere un desarrollo económico para la región atrayendo turistas nacionales e internacionales, en este caso del país del Ecuador.

2.1.2 Antecedentes nacionales

Título. Planteamiento de estrategias prospectivas en torno a los guías de turismo para las futuras crisis, a partir de la COVID 19.

Autores: Fallón Daniela Díaz Monje Dagna Valentina Galindo Salamanca Lina María Granada Monroy.

Fecha: 24/11/2021

Objetivo general: “Plantear estrategias preventivas para momentos de crisis basadas en las afectaciones sociales y económicas de los guías de turismo de Bogotá frente a la COVID 19” (Díaz et al., 2021, p. 5).

Objetivos específicos:

1. Delimitar a los guías de turismo afectados por la covid-19 en Bogotá, que harán parte del estudio.
2. Establecer las afectaciones sociales y económicas en los guías de turismo de Bogotá a raíz de la pandemia.
3. Definir los mecanismos de prevención para mitigar los riesgos a los guías de turismo a futuras crisis. (Díaz et al., 2021, p. 5)

Universidad: Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca

Conclusiones:

El sector turístico, al igual que algunos otros sectores que prestan servicios, con la responsabilidad de asegurar, mantener y proteger la integridad de sus clientes y trabajadores; por esta razón, es importante tener claro el concepto de Seguridad Turística, este concepto es un referente importante en el proceso de investigación y se toma la definición por FONTUR (2020) seguridad turística comprende la protección de la vida, de la salud, de la integridad física, psicológica y económica de los visitantes, prestadores de servicios y miembros de las comunidades receptoras. (Díaz et al., 2021, p. 37)

Para establecer las afectaciones económicas y sociales de los guías de turismo de la ciudad de Bogotá, el grupo de investigación analizó las matrices de los impactos positivos y negativos y hace hincapié a la falta de visualización del gremio de guías de turismo, no solo en la COVID 19, sino años anteriores con los estudios de la estabilidad económica, entorno laboral, la relevancia de su participación en el sector turístico y el entorno personal de los guías de turismo. (Díaz et al., 2021, p. 65)

Las instituciones gubernamentales ejecutaron medidas de acción basadas en referentes internacionales, pues en el país no se habían generado estudios para la mitigación de las afectaciones en los sectores. Dentro de las acciones de las instituciones antes de la COVID 19, se resalta la falta de estudios en cuanto a guías de turismo, esto pudiendo resultar en la toma de 66 acciones sin el conocimiento de la situación anterior y actual, traduciéndose en medidas básicas, rápidas e ineficientes como fue mencionado por los mismos guías en las entrevistas y encuestas. (Díaz et al., 2021, p. 65)

Aportes. Esta investigación ayuda a determinar las diferentes afectaciones post COVID al sector turismo puesto que se limitó totalmente el desplazamiento de personas, lo que generó graves problemas económicos debido a que existen diferentes subsectores que dependen del turismo, como es el caso de restaurantes, hoteles, esta investigación se enfoca directamente a los guías turísticos que no contaban con un ingreso adicional, es así como se ratifica la importancia de este sector en la economía de una región.

2.1.3 Antecedentes regionales

Título. Formulación de un proyecto promotor de turismo comunitario en el corregimiento de la laguna del municipio de San Juan de Pasto – Nariño 2023

Autores: Leidy Nury Jojoa Maviso y Leidy Patricia Andrade Tutalcha

Fecha: 2023

Objetivo general. “Formular un proyecto promotor de turismo comunitario dentro del corregimiento la Laguna del municipio de San Juan de Pasto” (Jojoa y Andrade, 2023, p. 10)

Objetivos específicos:

1. Realizar un diagnóstico del entorno turístico en el corregimiento de la Laguna
2. Determinar las acciones necesarias para promover el turismo comunitario haciendo uso de matrices MEFE Y MEFI.
3. Diseñar un plan de acción que estimule el turismo comunitario en el corregimiento de La Laguna. (Jojoa y Andrade, 2023, p. 10)

Universidad: Corporación Universitaria Autónoma de Nariño

Conclusiones: Según la información obtenida en la investigación, se puede concluir que se dio cumplimiento al objetivo de realizar un diagnóstico del entorno turístico en el corregimiento de la Laguna. Se identificó un interés generalizado en el turismo comunitario, especialmente entre personas jóvenes y del género femenino, que pertenecen a estratos socioeconómicos bajos y tienen niveles educativos de educación secundaria completa y universitaria completa. Se encontró que la mayoría de los encuestados conocen alguna comunidad o corregimiento turístico en Pasto y que los aspectos más importantes para elegir un destino turístico son la cultura local, las comodidades y servicios, la accesibilidad, el precio, la seguridad y el paisaje.

Aportes. Este antecedente permite identificar la importancia de la parte turística en el departamento de Nariño sirviendo como guía para el desarrollo del proyecto de investigación que se está ejecutando, donde se da a conocer los gustos y preferencias de los clientes potenciales, en este caso se resalta la cultura, comodidades y servicios, la accesibilidad, el precio, la seguridad y el paisaje, es así, como Guachucal debe crear estrategias encaminadas al desarrollo de estos factores por medio de estándares de calidad.

2.2 Marco contextual

La presente investigación da a conocer, el turismo en el municipio de Guachucal, por medio de una observación, a la vez en el macro contexto se relaciona la economía enfocada en el turismo a nivel nacional y regional y una breve historia de Guachucal donde se evidenciarán la sobre los proyectos para la mejora del turismo.

2.2.1 Macro contexto

Teniendo en cuenta la investigación que se va tratar sobre el turismo binacional permite conocer que impacto tiene a nivel mundial y como aporta a nivel económico a los países convirtiéndose en un fenómeno económico y social según World Tourism Organization (2015):

Durante décadas, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo. El turismo mundial guarda una estrecha relación con el desarrollo y se inscriben en él un número creciente de nuevos destinos. Esta dinámica ha convertido al turismo en un motor clave del progreso socioeconómico. (párr. 1)

Hoy en día, el volumen de negocio del turismo iguala o incluso supera al de las exportaciones de petróleo, productos alimentarios o automóviles. El turismo se ha convertido en uno de los principales actores del comercio internacional, y representa al mismo tiempo una de las principales fuentes de ingresos de numerosos países en desarrollo. Este crecimiento va de la mano del aumento de la diversificación y de la competencia entre los destinos. (World Tourism Organization, 2015, párr. 2)

La expansión general del turismo en los países industrializados y desarrollados ha sido beneficiosa, en términos económicos y de empleo, para muchos sectores relacionados, desde la construcción hasta la agricultura o las telecomunicaciones. La contribución del turismo al bienestar económico depende de la calidad y de las rentas que el turismo ofrezca. La OMT ayuda a los destinos a posicionarse, de forma sostenible, en unos mercados nacionales e internacionales cada vez más complejos. Como organismo de las Naciones Unidas dedicado al turismo, la OMT insiste en que los países en desarrollo pueden beneficiarse especialmente del turismo sostenible y actúa para que así sea. (World Tourism Organization, 2015, párr. 4-5)

Según lo que dice la

Organización Mundial del Turismo (OMT), se registraron en todo el mundo cerca de 430 millones de llegadas de turistas internacionales, lo que si bien supuso un aumento con respecto al año anterior, se encuentra todavía muy lejos de las cifras registradas antes del inicio de la pandemia de COVID-19. Aun así, la importancia global del sector sigue siendo evidente. Y es que la industria turística es responsable de la creación de más de 280 millones de empleos, entre directos e indirectos. Además, su aportación al PIB mundial superó los 5,8 billones de dólares estadounidenses en el último año, como hizo público el Consejo Mundial del Viaje y el Turismo (WTTC, por sus siglas en inglés). La actividad generada por los sectores de la hostelería, las agencias de viaje, el transporte de pasajeros y del ocio en general consigue atraer, además, una importante inversión pública y de capital privado. (Orús, 2023, párr. 1)

Por otro lado, de acuerdo con World Tourism Organization (2023)

Según la OMT prevé lo siguiente teniendo a el turismo como referente, más de 900 millones de turistas realizaron viajes internacionales en 2022, el doble que, en 2021, aunque esa cifra se quede aún al 63% de los niveles anteriores a la pandemia. Todas las regiones del mundo registraron incrementos notables en las cifras de turistas internacionales. Oriente Medio disfrutó del mayor incremento relativo, ya que las llegadas ascendieron al 83% de las cifras prepandemias. Europa llegó casi al 80% de los niveles prepandémicos, con 585 millones de llegadas en 2022. África y las Américas recuperaron alrededor del 65% de los visitantes prepandémicos, mientras que la región de Asia y el Pacífico solo recuperó el 23%, al mantener medidas más estrictas en relación con la pandemia que solo en los últimos meses han empezado a eliminarse. El primer *Barómetro OMT del Turismo Mundial de 2023* analiza también el comportamiento por regiones y señala a los países con mejores resultados en 2022, incluidos varios destinos que ya han recuperado los niveles de 2019. (párr. 4)

El secretario general de la OMT, Zurab Pololikashvili, afirmó: "Un nuevo año trae nuevos motivos de optimismo para el turismo mundial. La OMT prevé un buen año para el sector, aun enfrentándonos a diversos retos, como la situación económica y la continua incertidumbre geopolítica. Diversos factores económicos pueden influir en el modo de viajar de las personas en 2023, y la OMT prevé que la demanda de viajes internos y regionales siga siendo fuerte y ayude a impulsar la recuperación más generalizada del sector. (World Tourism Organization, 2023, párr. 5)

En cuanto a Colombia,

En 2022, la contribución del PIB del sector de Viajes y Turismo creció un 97,2% en comparación con el año anterior, para sumar 14,9 mil millones de dólares, lo que representó el 4,5% de la economía colombiana. Además, rebasó las cifras de contribución reportadas en 2019, cuando el sector aportó 14,5 mil millones de dólares al país. (World Travel y Tourism Council, 2023, párr. 4)

Siendo hoy en día un sector de gran impacto económico generando empleo directa o indirectamente, entre los visitantes que más se destacan se encuentran son estadounidenses, los cuales prefieren visitar Parques Naturales, permitiendo que se beneficie el sector de alojamiento y servicios de comida.

Es así que la viceministra de Desarrollo Empresarial, aseguró que en lo que va corrido del 2023 se han aprobado \$423.000 millones para proyectos de infraestructura, competitividad y promoción turística, con el fin de apalancar a Colombia como El País de La Belleza. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2023, párr. 3)

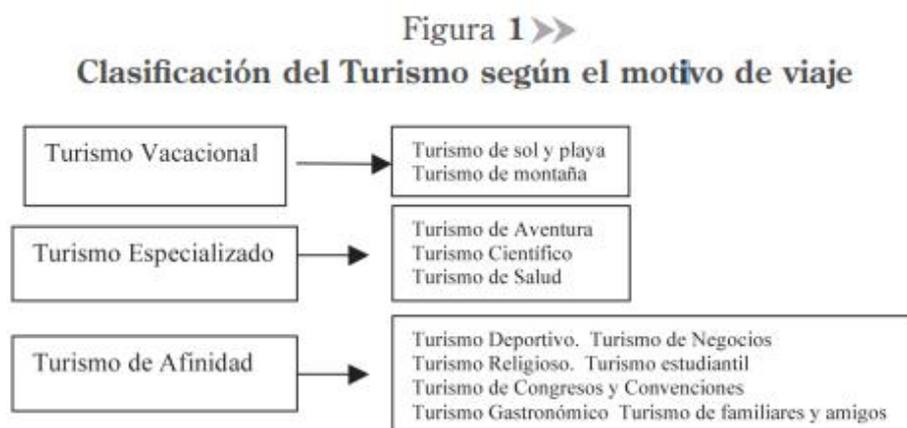
Donde predomine a paz, turismo responsable, ecológico y seguro, por medio de la articulación de diferentes entidades del sector público y privado que beneficie a más sectores, mejorando la calidad de vida, servicios básicos sociales, salud y educación para brindar un servicio de calidad.

Por otra parte, a nivel nacional, en especial en la frontera Colombo-ecuatoriana, “más de 136.000 viajes de turismo de ecuatorianos hacia Colombia se registran en los primeros nueve meses de 2022, según datos de la Subsecretaría de Migración. Se trata de un incremento de 663% frente al mismo período de 2021 (Coba, 2023, párr. 1) siendo un aspecto positivo para la región, resaltando que actualmente los países dolarizados cuentan con un alto poder adquisitivo, siendo así uno de los factores de mayor relevancia al momento de elegir un destino por parte de la población ecuatoriana.

Para Acerenza (2001) todos estos tipos de turismo corresponden a una clasificación que suele agruparse en tres categorías: turismo vacacional, especializado y de afinidad, los cuales se detallan a continuación (véase también la figura 1). (...) El turismo de vacaciones, conocido también como turismo de descanso, placer u ocio, es considerado por Cárdenas (2001) como una de las manifestaciones más generalizadas y según Ramírez (2006c), responde a la concepción primaria estrictamente apegada a la definición tradicional del turismo, relativa al cambio de ambiente durante el tiempo no trabajado. Asimismo, según el lugar visitado, en éste pudieran identificarse el turismo de playa, selva, montaña y rural; igualmente, se pudieran combinar con variables demográficas del visitante tales como la edad, ocupación, estado civil o lugar de origen. De hecho, muchos tipos de turismo como el cultural, estudiantil y de naturaleza, son combinados o encajan con el turismo vacacional. (Morillo, 2011, p. 137)

Figura 1

Clasificación de turismo



Nota. Figura tomada de la investigación de Morillo (2011)

En muchas partes del mundo se practica con éxito el ecoturismo, sea el caso de los EEUU, Canadá y Costa Rica dados sus diferentes climas y gran cantidad de animales y vegetación; Argentina por su variada pesca; África por sus zonas selváticas para los zafarís; las zonas del mediterráneo y en muchas otras regiones. Concuerdan Molina (2004) y Vidal (2004) al indicar que el ecoturismo es el practicado en ecosistemas o ambientes naturales, en espacios privados (granjas) o públicos (reservas de biosfera o parques nacionales) donde se ofrece al turista conocimientos sobre especies vegetales, fauna y recursos naturales, como una alternativa al turismo tradicional en masa, lo que coincide con el “turismo rural”.

2.2.2 *Micro contexto*

El turismo hoy en día es un eje fundamental para el desarrollo económico de las diferentes regiones a nivel mundial, Nariño es un departamento con una gran biodiversidad, que se ubica en la frontera al Ecuador. A tan solo 27 km se encuentra el municipio de Guachucal, el cual se destaca por su gastronomía y bebidas típicas de la región, entre los que se destaca el hervido de frutas, además de su economía enfocada en la ganadería, cuenta con espacios ecológicos como el páramo de la paja blanca, el morro yanguimbud, finca de recuperación de Simancas, chorro culebras, este municipio también cuenta con espacios de aventura como observaciones de aves, ciclo turismo y reservas naturales. (clúster). por otro lado, es un punto estratégico en el paso a otros municipios, entre los que se destacan municipios de la Costa pacífica Nariñense, Túquerres y Cumbal, sin embargo, son municipios que su participación en relación al turismo es baja. según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2018)

El municipio de Guachucal se encuentra ubicado al sur del departamento de Nariño y al suroccidente de la ciudad de San Juan de Pasto a una distancia de 99 kilómetros y a 27 kilómetros del municipio de Ipiales en el límite con el Ecuador y a 250 kilómetros del puerto marítimo de Tumaco, por carreteras pavimentadas. Por ende,

En Guachucal se tiene como fundador de este municipio a Don Pedro de Añasco, estimado el 7 de diciembre de 1535; su creación se realizó mediante ordenanza 033 de 1.892 por la Asamblea del Cauca, y se segregó del Municipio de Túquerres en el año de 1.771. (Calderón, 2023, párr. 4)

Guachucal es conocido por su historia indígena y sus festivales tradicionales. Aquí, los turistas pueden visitar el Museo Arqueológico de Guachucal para aprender sobre la cultura precolombina de la región. También se puede disfrutar de actividades al aire libre, como caminatas por los bosques cercanos y visitas a las lagunas sagradas. Este municipio ofrece una experiencia auténtica y auténticamente colombiana, donde los viajeros pueden sumergirse en

la belleza natural y la cultura vibrante de la región también se dice que este municipio es muy rico en flora y fauna.

Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT, como se citó en Gómez, 2020) El sector turismo es uno de los principales empleadores del mundo. De acuerdo con la Organización Internacional del Trabajo de Naciones Unidas, uno de cada diez empleos se asocia con la actividad turística. Además, esta contribución es de una importancia creciente. Uno de cada cinco empleos creados durante la última década fue generado por este sector. (párr. 1)

Dicho lo anterior el turismo es una parte fundamental para generar fuentes de empleo ya que brinda varias oportunidades para montar su propio negocio y así poder emprender y generar ganancias o donde también pueden surgir ideas de crear e innovar nuevos proyectos y vean ampliadas sus posibilidades de acceso al turismo, como consumidores y como productores que beneficien el turismo en el municipio de Guachucal para que así obtenga más turistas en su municipio y sea reconocido a nivel regional y nacional tanto de la parte cultural y gastronómica.

Según, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2019)

El turismo es un sector prioritario para el desarrollo sostenible de los territorios toda vez que se constituye en una fuente alternativa para la generación de divisas para el país; cuenta con potencial transformador en la productividad de la oferta de atractivos, servicios y actividades dada la variedad de industrias que lo componen, las cuales destacan por su intensidad del uso del conocimiento y del capital humano; incide positivamente en la generación de confianza en Colombia y su posicionamiento en los mercados internacionales, constituyéndose en una apuesta viable para fortalecer la equidad. (p. 6)

Por otra parte, se dice que fortalece las mesas de turismo interior de las comisiones regionales de competitividad e innovación ya que cada día pueden surgir nuevas ideas y estrategias de trabajo que favorezcan a todo el municipio o crear sociedades o proyectos de senderos ecológicos o guías turísticos que den a conocer todo lo que el municipio les pueda brindar con sus riquezas y testimonios de sus antiguos creadores o orígenes que estos hayan tenido de los antepasados con una gran cultura, religión, gastronomía y todo lo que este le puede ofrecer.

Para el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2019),

Construir y socializar la caja de herramientas del sector turismo a entes territoriales y demás actores, incluyendo aspectos de ordenamiento, gestión, competitividad,

infraestructura y promoción turística, oferta del ministerio de industria y turismo para el acompañamiento técnico al sector turismo, y mecanismos de financiación a proyectos del sector. Esta herramienta deberá incluirse como un componente de la caja de herramientas que será entregada a los nuevos gobernantes de los entes territoriales. (p. 14).

Los entes territoriales y demás actores son de suma importancia porque ayudan a la gestión de nuevos ingresos y así mismo promocionan la parte turística que este tiene, por medio del turismo se conoce el acompañamiento técnico que este debe de tener en su plan sectorial planificadas las actividades que se deben de llevar a cabo durante las jornadas que se estipulen durante el año correspondiente.

Según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2019), “crear una mesa permanente para la formalización turística. La mesa deberá identificar la normatividad que obstaculiza la actividad comercial de los prestadores de servicios turísticos, definir mecanismos de simplificación, incentivos para la formalización” (p. 18), y así mismo realizar campaña para que las Agencias de Viajes contrate a los prestadores de servicios turísticos legales y preferiblemente certificados, para incentivar la cultura de la formalidad.

Así mismo dice, Teruel (como se citó en Reyes y Casasola, 2021)

El turismo regenerativo se enfoca en una visión holística, ecológica del mundo y mantiene un enfoque integrado (aspectos sociales, culturales, ambientales, económicos, políticos y espirituales), entre los beneficios se encuentran: utilizar modelos de sistemas completos a través de la comprensión de relaciones de sistemas vivos, seres humanos y la naturaleza, quienes co-evolucionan; genera capacidades y el sentido de compartir; enfoca los recursos primarios y aspectos de la vida para producir tecnologías y resguardo; desarrolla el sentido de identidad de la comunidad; usa las particularidades del lugar como parámetros para determinar el tipo de ingeniería y soluciones de diseño apropiadas al lugar e involucrar a los actores sociales en los procesos de planeación. (Reyes y Casasola, 2021, p. 76)

Por otro lado, OMT (2023) entiende el turismo rural como:

Un tipo de actividad turística en el que la experiencia del visitante está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados por lo general con las actividades de naturaleza, la agricultura, las formas de vida y las culturas rurales, la pesca con caña y la visita a lugares de interés. (p. 1)

2.2.3 Reseña histórica del municipio de Guachucal

Fecha de fundación: 07 de diciembre de 1535

Nombre del fundador: Pedro de Añezco

Cuando los conquistadores españoles llegaron a este territorio, encontraron un asentamiento de indígenas que lo rodeaba un gran lago que se llamaba Nalnoa. Al parecer la degeneración de la palabra Guachucal, que para los indígenas significaba pueblo en el alto del agua, es el origen de su nombre Guachucal, y se tiene como fundador a Don Pedro de Añasco, estimado el 7 de diciembre de 1535; su creación se realizó mediante ordenanza 033 de 1.892 por la Asamblea del Cauca, y se segregó del Municipio de Túquerres en el año de 1.771. El nombre de Guachucal se deriva del Cacique Guachales; era importante a la llegada de los españoles, siendo la capital de la Provincia de los Pastos en donde residía un teniente que ayudaba al cacique que era por lo general el gobernador de indígenas. (Calderón, 2023, párr. 2-3)

Al parecer la degeneración de la palabra Guachucal, que para los indígenas significaba pueblo en el alto del agua, es el origen de su nombre Guachucal, y se tiene como fundador a Don Pedro de Añasco, estimado el 7 de diciembre de 1535; su creación se realizó mediante ordenanza 033 de 1.892 por la Asamblea del Cauca, y se segregó del Municipio de Túquerres en el año de 1.771. (Calderón, 2023, párr. 4)

El nombre de Guachucal se deriva del Cacique Guachales; era importante a la llegada de los españoles, siendo la capital de la Provincia de los Pastos en donde residía un teniente que ayudaba al Cacique que era por lo general el Gobernador de indígenas. En cuanto al nombre Monseñor Mejía y Mejía, informa que hasta a fines del siglo XVII era Guiochoacal y de que tenía que ver con la condición de pantanos de su territorio sumamente acuático, y que más tarde se pronunció Goachuacal y luego Guachucal. En sus comienzos era ajeno a la doctrina mercedaria de Mallama y luego a la de Cumbal y en, 1832 se erigió en parroquia. (Calderón, 2023, párr. 5)

“Existe la leyenda sobre la desaparición de este lago que se llama la leyenda del Dios Iboag. Este lugar había sido un asentamiento de hombres que hablaban una lengua melodiosa, creían en la inmortalidad del alma y detestaban la guerra” (Calderón, 2023, párr. 9).

Temían al Dios Iboag y lo adoraban en un templo situado en el Alto de Colimba, pero llegaron un día unos invasores negros y profanaron el templo del Dios Iboag. Iboag se fue hasta las alturas del Gualcalá y levantando sus chontas mágicas maldijo al pueblo invasor y ordenó a las aguas del lago que se vaciarán, el agua se despeño por el Chambú llevándose la raza invasora. (Calderón, 2023, párr. 10)

Fundación y desarrollo. “La leyenda popular dice que este pueblo fue fundado por el Cacique Guachales, sin embargo, el historiador Guillermo Narváez menciona que fue fundado el 7 de diciembre de 1535 por Pedro de Añazo” (Calderón, 2023, párr. 10).

Descripción física. Aspectos geomorfológicos, climatológicos, hidrográficos y de suelos. El municipio de Guachucal geomorfológicamente se caracteriza por presentar tres áreas bien diferenciadas: El piedemonte, las cadenas de montañas volcano sedimentarias y el macizo volcánico con volcanes y cuellos volcánicos. Lo anterior a conllevado a que el municipio presente diversos tipos de suelos entre los cuales sobresalen los andosoles, suelos con cenizas volcánicas, andesitas, láillis y materiales piroclásticos provenientes de los diferentes volcanes presentados en el área. De igual manera y teniendo en cuenta la composición química del suelo y profundidad de sus horizontes se encuentran hasta 25 unidades homogéneas o asociaciones distintas de suelos, señalándose un alto contenido de feldespatos, plagioclasas, en tanto que la presencia de cuarzo es muy reducida. (Calderón, 2023, párr. 11)

Los pisos térmicos determinados por la temperatura, están en relación directa con la altura sobre el nivel del mar, lo que le da al municipio la oportunidad de tener variedad de unidades ecológicas relacionadas principalmente con el factor orográfico que impone a los demás elementos climáticos, bióticos y fisiográficos una distribución altitudinal y diferentes precipitaciones que a lo largo del tiempo han oscilado entre 500 a 2000 milímetros/año, particularmente en las estribaciones del Cerro Colimba donde se ubica al nacimiento de la quebrada Cuasaquer, fuente del acueducto que alimenta la cabecera municipal. El municipio tiene dos períodos de lluvia perfectamente distinguibles, a saber: Época de lluvias, durante los meses de marzo, abril, mayo, octubre, noviembre y diciembre, en el cual se registran las máximas precipitaciones y Época Seca, en los meses de enero, febrero, junio, julio, agosto y septiembre. (Calderón, 2023, párr. 13-14)

“La precipitación mostrada por las estaciones de San Luis, Cumbal y Chiles, muestran un comportamiento de 857.79, 948.76 y 1.066,.34 milímetros anuales respectivamente, lo que nos daría un promedio de 957.63 milímetros al año” (Calderón, 2023, párr. 16)

La clasificación de la región en zonas de vida es fundamental debido a que dentro de cada una de ellas existen diversas condiciones específicas, las cuales hacen que los diferentes organismos tanto Municipio de Guachucal se determinan unidades ambientales definidas que, de acuerdo al sistema de zonas de vida natural de Holdridge. (Calderón, 2023, párr. 17)

En el municipio de Guachucal, se determinan la localización de zonas aptas para actividades agrícolas, ganaderas y de uso forestal considerándose un aporte valioso para el desarrollo agropecuario. Se presenta las zonas agroecológicas que conforman espacios geográficos homogéneos poco modificables a corto plazo, encontrándose los siguientes: Piso Térmico muy Frío, Zonas húmedas y Perhúmedas (Pc), Piso Térmico Zona Húmeda y Perhúmeda (Fg), y Piso Térmico Muy Frío, Zonas Húmedas y Perhúmedas. (Calderón, 2023, párr. 18)

Descripción geográfica. Se encuentra ubicado al sur occidente del Departamento de Nariño, límites: Norte, con los municipios de Sapuyes y Mallama, Sur, con Aldana y Carlosama, Oriente, con el municipio de Aldana y Occidente, parte de Mallama y municipio de Cumbal. Relieve: Ubicado dentro del nudo de los Pastos, sus principales accidentes geográficos son: El páramo Paja Blanca (Norte) y el Cerro de Colimba (Occidente), sus tierras corresponden al piso térmico páramo y son aptas especialmente para la agricultura y la ganadería, con una temperatura promedio de 10°C.

Economía: Su principal actividad económica la agricultura y la ganadería, un 80% de la población se dedica a estas dos actividades. El resto de ocupa en el transporte terrestre automotor y una pequeña parte a la industria de la leche y sus derivados.

2.3 Marco legal

2.3.1 Constitución Política de Colombia

Todas las personas tienen derecho a su intimidad personal y familiar y a su buen nombre, y el Estado debe respetarlos y hacerlos respetar. De igual modo, tienen derecho a conocer, actualizar y rectificar las informaciones que se hayan recogido sobre ellas en bancos de datos y en archivos de entidades públicas y privadas. (...) Sólo pueden ser interceptadas o registradas mediante orden judicial, en los casos y con las formalidades que establezca la ley. Para efectos tributarios o judiciales y para los casos de inspección, vigilancia e intervención del Estado podrá exigirse la presentación de libros de contabilidad y demás documentos privados, en los términos que señale la ley. (Constitución Política de Colombia 1991, Art. 15)

La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley. La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades. La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. El estado fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulará el desarrollo empresarial. El Estado, por mandato de ley, impedirá que se

obstruya o se restrinja la libertad económica y evitará y controlará cualquier abuso que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado nacional. La ley delimitará el alcance de la libertad económica cuando así lo exijan el interés social, el ambiente y el patrimonio cultural de la Nación. (Constitución Política de Colombia 1991, Art. 333)

2.3.2 Leyes

Ley 43 de 1990 emitida por el Congreso de Colombia (1990),

Es la reglamentaria de la profesión, y el estatuto orgánico para el contador público en el país, y se está comparando con el Código de Ética de la IFAC, organismo que recomienda las normas practicadas para la profesión de contador público a escala mundial. (Carvajal, 2002, p. 60)

La Ley 191 de 1994 promulgada por el Congreso de Colombia (1990), define las zonas de frontera como “aquellos municipios, corregimientos especiales de los Departamentos Fronterizos, colindantes con los límites de la República de Colombia, y aquéllos en cuyas actividades económicas y sociales se advierte la influencia directa del fenómeno fronterizo” (Art. 4).

Ley 1314 de 2009 publicada por el Congreso de Colombia (2009), menciona que se fundamenta en “regular los principios y normas de contabilidad e información financiera y de aseguramiento de información aceptados en Colombia, se señalan las autoridades competentes, el procedimiento para su expedición y se determinan las entidades responsables de vigilar su cumplimiento” (p. 1)

Objetivos de esta ley. Por mandato de esta ley, el Estado, bajo la dirección del Presidente la República y por intermedio de las entidades a que hace referencia la presente ley, intervendrá la economía, limitando la libertad económica, para expedir normas contables, de información financiera y de aseguramiento de la información, que conformen un sistema único y homogéneo de alta calidad, comprensible y de forzosa observancia, por cuya virtud los informes contables y, en particular, los estados financieros, brinden información financiera comprensible, transparente y comparable, pertinente y confiable, útil para la toma de decisiones económicas por parte del Estado, los propietarios, funcionarios y empleados de las empresas, los inversionistas actuales o potenciales y otras partes interesadas, para mejorar la productividad, la competitividad y el desarrollo armónico de la actividad empresarial de las personas naturales y jurídicas, nacionales o extranjeras. Con tal finalidad, en atención al interés público, expedirá normas de contabilidad, de información financiera y de

aseguramiento de información, en los términos establecidos en la presente ley. (Ley 1314 de 2009, 2009, Art. 1)

El documento Conpes 3805 de 2014 del Departamento Nacional de Planeación (DNP, 2014), denominado “Prosperidad Para Las Fronteras de Colombia”,

Contiene las bases y herramientas para la implementación de una política pública en materia fronteriza, dentro de las cuales, se tiene la Comisión Intersectorial para el Desarrollo y la Integración Fronteriza, cuyo objeto es, ser la instancia de coordinación, priorización y decisión de las políticas públicas territoriales, sectoriales y poblacionales para la convergencia nacional y el desarrollo fronterizo. (p. 5)

Ley 2068 de 2020 del Congreso de Colombia (2020) consagra el desarrollo sostenible como uno de los principios rectores de la actividad turística, estableciendo que el turismo es un derecho social de las personas que contribuye al bienestar del ser humano.

Es importante destacar la importancia que tienen estas leyes para el contador público teniendo en cuenta que rigen el comportamiento del profesional ante la sociedad por medio de las cuales este debe cumplir a cabalidad con el reglamento para así poder desempeñar esta profesión como es debido al momento de prestar el servicio ante quien lo requiera.

2.3.3 Decretos

Decreto 1074 de 2015 expedido por la Presidencia de la República (2015) “Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo” (p. 1).

Decreto 229 de 2017 emanado por la Presidencia de la República (2017):

Por el cual se establecen las condiciones y requisitos para la inscripción y actualización en el Registro Nacional de Turismo y se modifican en su integridad las Secciones 1, 2 y 3 del Capítulo 1 del Título 4 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto número 1074 de 2015, Decreto Único Reglamentario del sector Comercio, Industria y Turismo. (p. 1)

Decreto 1782 de 2007 de la Presidencia de la República (2007), “por medio del cual se reglamenta el Impuesto con destino al turismo” (p. 1).

Decreto 2125 de 2012 (2023) “Por el cual se reglamenta parcialmente el artículo 22 de la Ley 1558 de 2012” (p. 1). Este decreto dice que El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo entregará para la venta o administración al Fondo Nacional de Turismo - Fontur, aquellos bienes inmuebles que fueron de propiedad de la antigua Corporación Nacional de Turismo. El Fondo a su vez podrá administrar los bienes inmuebles celebrando contratos de concesión, arrendamiento, como dato, administración hotelera o cualquier otra modalidad contractual que sirva a los fines de aprovechamiento turístico.

Decreto 1531 de 2019 de la Presidencia de Colombia (2019):

Por el cual se amplía el plazo para la implementación de un software que permita el diligenciamiento de la Tarjeta de Registro Hotelero y se deroga el párrafo transitorio del artículo 2.2.4.4.12.3 del Decreto número 1074 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo. (p. 1)

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, en ejercicio de las facultades constitucionales y legales, en especial las conferidas por el numeral 11 del artículo 189 de la Constitución Política, el artículo 32 de la Ley 1558 de 2012, y considerando. (Decreto 1531 de 2019, p. 1)

Que el artículo 32 de la Ley 1558 de 2012, dispone que el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), es la entidad encargada de llevar el registro de las estadísticas relacionadas con el sector turístico y de reportar dicha información, según los diferentes renglones de la actividad que de común acuerdo se determine con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (Decreto 1531 de 2019, p. 1)

Estos decretos forman parte fundamental en el sector turismo ya que para poder prestar este servicio como es debido y de forma segura para los turistas es de vital importancia seguir a cabalidad los lineamientos establecidos con forma a la ley para así evitar posibles problemas para las personas que desarrollan esta parte económica que aporta en el desarrollo económico del país.

Decreto 2706 de 2012 de la Presidencia de Colombia (2012):

Que mediante la Ley 1314 de 2009, se regulan los principios y normas de contabilidad e información financiera y de aseguramiento de la información, aceptados en Colombia, se señalan las autoridades competentes, el procedimiento para su expedición y se determinan las entidades responsables de vigilar su cumplimiento. (p. 1)

Decreto 2650 de 1993 de la Presidencia de Colombia (1993), Objetivo. “El Plan Único de Cuentas busca la uniformidad en el registro de las operaciones económicas realizadas por los comerciantes con el fin de permitir la transparencia de la información contable y por consiguiente, su claridad, confiabilidad y comparabilidad” (Art. 1).

“contenido. El Plan Único de Cuentas está compuesto por un Catálogo de Cuentas y la descripción y dinámica para la aplicación de las mismas, las cuales deben observarse en el registro contable de todas las operaciones o transacciones económicas” (Decreto 2650 de 1993, 1993, Art, 2).

“Catálogo de cuentas. El Catálogo de Cuentas contiene la relación ordenada y clasificada de las clases, grupos, cuentas y subcuentas del Activo, Pasivo, Patrimonio, Ingresos,

Gastos, Costo de Ventas, Costos de Producción o de Operación y de Orden” (Decreto 2650 de 1993, 1993, Art. 3).

Decreto 2649 de 1993 de la Presidencia de Colombia (1993):

De conformidad con el artículo 6 de la ley 43 de 1990, se entiende por principios o normas de contabilidad generalmente aceptados en Colombia, el conjunto de conceptos básicos y de reglas que deben ser observados al registrar e informar contablemente sobre los asuntos y actividades de personas naturales o jurídicas. Apoyándose en ellos, la contabilidad permite identificar, medir, clasificar, registrar, interpretar, analizar, evaluar e informar, las operaciones de un ente económico, en forma clara, completa y fidedigna. (Art. 1)

2.3.4 Acuerdos

Acuerdo 022 del 2011 del Concejo de Bogotá (2011)

El turismo, según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, es definido de la siguiente manera: se considera Turismo a todas las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos. (p. 1)

2.4 Marco teórico

2.4.1 Turismo

Ibáñez y Cabrera (2011) realizan una investigación acerca de la temática, con el objeto de informar que,

Se entiende como el fenómeno que se presenta cuando uno o más individuos se trasladan a uno o más sitios diferentes de los de su residencia habitual por un periodo mayor a 24 horas y menor de 180 días, sin participar en los mercados de trabajo y capital de los sitios visitados. Los rasgos fundamentales del concepto anterior son los de traslado y estadía, sin tomar en cuenta el de motivación, debido a las características y modificaciones que frecuentemente vienen presentando en este aspecto los movimientos de viajeros. Además, como cualquier otra actividad económica, será la estructura de producción y de oferta la que finalmente habrá de definir al turismo dentro del contexto macroeconómico ya que, en el momento en que un individuo consume bienes o servicios de carácter turístico en una economía, pasa a formar parte de la demanda propia de esta rama, independientemente de su motivación para hacerlo. (p. 32)

De acuerdo con Mahecha et al. (2021)

La Organización Mundial del Turismo (OMT) señala que, a nivel global, el turismo ha tenido un crecimiento exponencial y ha logrado ser un sector clave en la economía mundial; en efecto, en 2018 “representó 10 % del PIB y uno de cada 10 empleos en el mundo” (OMT, 2018a, p. 4). Por su parte, Colombia no ha sido ajena a esta dinámica, y en 2019 recibió más de cuatro millones de visitantes no residentes, lo que representa un crecimiento de 3 % con respecto al año anterior (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo [MinCIT], 2020). A partir de dicho contexto, este documento reflexiona en qué medida el turismo de naturaleza puede ser una alternativa de desarrollo para Colombia desde una perspectiva de desarrollo sostenible. (p. 265)

Capacidades turísticas. El concepto de capacidad de carga ha atraído una gran cantidad de definiciones en el contexto de la recreación al aire libre. Todas las definiciones de capacidad de carga recreativa incorporan dos aspectos centrales: primero, el componente biofísico relacionado con la integridad de la base de recursos que implica un cierto umbral o nivel de tolerancia, después del cual una mayor explotación o uso puede imponer tensiones en el ecosistema natural; y segundo, el comportamiento, componente que refleja la calidad de la experiencia recreativa (Mitchell, 1979; Wall, 1982, p.191). El concepto de capacidad de carga recreativa se ha difundido en estudios de turismo debido a la creciente preocupación por los impactos negativos del turismo y la comprensión de que las áreas de destino muestran ciclos de popularidad y declive. O'Reilly (1986) describe dos escuelas de pensamiento. (Mestanza et al., 2019, pp. 4-5)

La primera de pensamiento contempla la capacidad turística como la capacidad del área de destino para absorber el turismo antes de que la comunidad receptora sienta los impactos negativos del turismo. (Young, 1973). La segunda considera la capacidad turística como el nivel más allá del cual los flujos turísticos disminuirán debido a que ciertas capacidades, tal como las perciben los propios turistas, se han excedido, por lo tanto, las áreas de destino dejan de satisfacerlas y atraerlas, de ahí que busquen destinos alternativos. Con lo expuesto, el establecimiento de la capacidad de carga se basa en el concepto de mantener un nivel de desarrollo y uso que no resulte en un deterioro ambiental o sociocultural, o que los turistas consideren que se deprecian su disfrute y apreciación (Getz, 1987). Sin embargo, medir actitudes es muy difícil y no se puede realizar objetivamente. Además, es probable que las actitudes de la población de acogida cambien con el tiempo a través de un proceso de adaptación (Dogan, 1989) o debido a la rotación de la población (Cheng, 1980). (Mestanza et al., 2019, p. 5).

El desarrollo turístico exitoso del municipio depende en gran medida de sus capacidades turísticas, es decir, los recursos y habilidades con los que cuenta para atraer y atender a los visitantes. Estas capacidades abarcan diversos aspectos, como la riqueza de sus atractivos naturales y culturales, la infraestructura turística disponible (hoteles, restaurantes, transporte, etc.), la accesibilidad y conectividad con otros lugares, la calidad de los servicios ofrecidos, la promoción y comercialización efectiva, la formación del capital humano especializado, y la gestión adecuada de los recursos económicos, ambientales y socioculturales. Asimismo, es fundamental contar con políticas y regulaciones que fomenten un turismo sostenible, así como con la participación activa de la comunidad local en la planificación y desarrollo de esta actividad. En conjunto, estas capacidades turísticas determinan la competitividad y el atractivo de un destino en el mercado global del turismo.

El desarrollo de capacidades turísticas en un municipio requiere una planificación integral que abarque desde la identificación de recursos hasta la diversificación de la oferta, pasando por la mejora de infraestructuras, la capacitación de personal y la promoción efectiva del destino. Al combinar estas estrategias de manera coordinada y sostenible, el municipio puede posicionarse como un destino atractivo y competitivo en el mercado turístico, generando beneficios para la comunidad local y ofreciendo experiencias enriquecedoras y memorables para los visitantes.

Turismo rural. Según Jean-Philippe Le Moigne (como se citó en Ledhesma, 2018) “en referencia al resto del mundo, los países que están liderando el turismo son Australia, Nueva Zelanda y Canadá. En Latinoamérica específicamente son países destacados, Perú, Bolivia, Colombia y Ecuador” (p. 137).

El turismo rural es un tipo de turismo ligado, tal como lo dice su definición, a la ruralidad, y tiene que ver también con que el ciudadano o la típica persona que vive en las grandes ciudades se quiere acercar al mundo rural a través de sus costumbres, también poder compartir algunas actividades con la gente campesina, pero por sobre ligado a la cultura y al patrimonio cultural, que dentro de eso entran varios tipos de actividades económicas típicas que ellos desarrollan, en este aspecto, está muy ligado al mundo indígena. Hoy en día ya no se habla de turismo rural, sino más bien se habla de turismo comunitario, y dentro del turismo comunitario, se viven actividades de comunidades que no son indígenas y del mundo indígena también. (Ledhesma, 2018, p. 37)

Turismo religioso. Calderón (2023). el turismo religioso puede comprender como aquel que envuelve las actividades realizadas por los individuos para conocer y participar en

territorios en los que se celebran actividades relacionadas con la religión. Estas actividades pueden ocurrir en determinados momentos, a partir de motivaciones religiosas e inquietudes por las vivencias, tradiciones, contextos, escenarios y manifestaciones de índole religioso que en estos se desarrollan. Entre las actividades se destacan las romerías, las peregrinaciones, las visitas a santuarios y recorridos poblacionales, enmarcados en la cultura tradicional de los escenarios de religiosidad de cada población.

Ecoturismo. Los términos conservación y sustentabilidad se han convertido en términos populares y de moda para la gestión de los recursos naturales (Gómez, 2020). De manera igual, el origen y la adopción del concepto “ecoturismo” se ha vinculado a la evolución semántica de los dos términos. Por un lado, el desarrollo sustentable surgió durante la década de los 80 como el enlace integral e inevitable entre el sistema natural y el desarrollo.

Sin embargo, su implementación ha sido un reto muy serio sobre todo para los países en vías de desarrollo. Actualmente, es difícil hablar de la sustentabilidad turística con las desigualdades inherentes al funcionamiento práctico del sector (Jamal y Camargo, 2014).

Por otro lado, Blamey (2001) describe la evolución del término “conservación” a través de dos etapas: la primera se basa en la idea de que la conservación debe implicar el mantenimiento de la armonía entre la humanidad y la naturaleza, y la segunda, en que la conservación se relaciona con el uso eficiente de los recursos, y la percepción final fue que la conservación y la preservación podrían idealmente ser abordadas desde el punto de vista de la religión y la espiritualidad. La idea de integrar el turismo con la conservación, probablemente ha existido desde la creación de los parques nacionales en el siglo XIX (Adams y McShane, 1992). (Obombo y Velarde, 2019, p. 99)

Es evidente que, a fin de evitar o al menos minimizar los efectos adversos y aprovechar al máximo los beneficios potenciales del turismo en áreas naturales, se requiere de un enfoque más efectivo y ambientalmente responsable a nivel mundial. Este nuevo enfoque se conoce ya universalmente como turismo ecológico o ecoturismo. No hay un acuerdo general sobre quién inventó o utilizó por primera vez el término “ecoturismo”, sólo se infiere que, en el año 1976, Budowski (1976) utilizó los principios de ecoturismo para describir sus pensamientos en sus trabajos, que vinculan conservación con desarrollo socioeconómico, aunque no mencionó la palabra ecoturismo. El término apareció por primera vez en una publicación realizada durante los años 80 (Blamey, 2001). Ceballos Lascuráin, a quien se le atribuye el mérito de haber sido el primero en utilizar el término ecoturismo en 1980, definió el término así: es aquella modalidad

turística ambientalmente responsable consistente en viajar o visitar áreas naturales [...] con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado) que puedan encontrarse ahí, a través de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural y [...] constituye un beneficio social y económico para las poblaciones locales. (Ceballos Lascuráin, 1996: p. 150). (Obombo y Velarde, 2019, p. 99)

El estado de situación financiera. Antes denominado balance general, se puede preservar localmente, y su proceso de elaboración y presentación no cambia; lo que cambia son los conceptos de las cuentas y los requerimientos en el reconocimiento de un elemento del estado de situación financiera, la medición inicial y posterior, la baja en cuenta y la presentación y revelación. (Fierro, 2016, p. 45)

2.4.2 Análisis financiero

Para que un municipio pueda desarrollar el turismo de manera efectiva, es fundamental contar con ciertas condiciones financieras que respalden las iniciativas y proyectos turísticos. Algunas de estas condiciones incluyen:

Presupuesto adecuado: El municipio debe asignar recursos financieros suficientes específicamente destinados al desarrollo y promoción del turismo. Esto puede implicar la creación de partidas presupuestarias específicas o la asignación de fondos dentro del presupuesto general.

Inversión en infraestructura: Es necesario disponer de fondos para mejorar y mantener la infraestructura turística, incluyendo carreteras, aeropuertos, puertos, transporte público, hoteles, restaurantes, centros de visitantes y servicios básicos como agua y electricidad.

Financiamiento para proyectos turísticos: El municipio puede buscar financiamiento a través de programas gubernamentales, préstamos internacionales, asociaciones público-privadas, o fondos de desarrollo turístico para llevar a cabo proyectos específicos, como la construcción de atracciones turísticas, la restauración de sitios históricos, o la implementación de programas de capacitación y promoción.

Promoción turística: Se deben destinar fondos para la promoción y marketing del destino, incluyendo la participación en ferias turísticas, campañas publicitarias, producción de material promocional, presencia en redes sociales y colaboraciones con agencias de viajes y medios de comunicación.

Apoyo a emprendedores locales: El municipio puede ofrecer incentivos financieros, como subvenciones, préstamos a bajo interés o exenciones fiscales, para fomentar el desarrollo

de pequeñas empresas turísticas locales, como alojamientos, restaurantes, agencias de turismo, artesanías y actividades recreativas.

Desarrollo de capacidades: Destinar recursos para la formación y capacitación de profesionales del sector turístico, así como para la implementación de programas de educación ambiental y cultural dirigidos tanto a la población local como a los visitantes.

Estados financieros

Estado de flujo de efectivo: de acuerdo a Franco (1998):

El estado de flujo de efectivo reporta información referente a los ingresos y salidas de efectivo de una empresa durante un determinado período. Los cambios de efectivo son explicados en el estado de flujo de efectivo, de acuerdo con las diferentes actividades: operación, financiamiento e inversión. (p. 122)

Fornero (2018) informa que:

El análisis financiero proporciona a los directivos y propietarios una medida del efecto esperado que tienen las decisiones estratégicas y de gestión en el valor de la empresa. Los inversores y prestamistas también usan el análisis financiero para evaluar el grado en que podrán alcanzar sus objetivos con las decisiones que tomen. Los inversores de capital examinan la conveniencia de aportar dinero a una empresa (por ejemplo, comprando sus acciones). Por ello, están interesados en interpretar correctamente las ganancias actuales de la empresa y las perspectivas de ganancias futuras y de los fondos que estarán disponibles para dividendos. (p. 10)

Por otra parte, Lorenzana (2023) señala que “el análisis financiero es un conjunto de técnicas y procedimientos que permiten analizar los estados financieros de una empresa para conocer su realidad económica y como se espera que evolucione en un futuro” (párr. 1)

El Banco Pichincha (como se citó en López et al., 2021) informa que

Existen recomendaciones que se aconseja seguir antes de endeudarse como por ejemplo: a) realizar un presupuesto de ingresos y gastos, b) determinar si la deuda es realmente necesaria, es decir, mejora la capacidad del negocio (expansión, adquisición de maquinaria), c) las entidades financieras cuentan con plataformas en su páginas web de simulación de crédito donde calculan la cuota mensual para la comparación respectiva, y d) la capacidad de endeudamiento debe ser máximo el 40% de los ingresos netos. (Banco Pichincha, 2021). Ahora bien, si el emprendedor toma el préstamo y los invierte en el negocio se debe analizar con indicadores financieros como el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR) el resultado sus flujos de entradas (ingresos) y salidas (gastos). (p. 503)

Si bien, la importancia del análisis financiero radica en que permite identificar los aspectos económicos y financieros que muestran las condiciones en que opera la empresa con respecto al nivel de liquidez, solvencia, endeudamiento, eficiencia, rendimiento y rentabilidad, facilitando la toma de decisiones gerenciales, económicas y financieras en la actividad empresarial. (Nava, 2009, p. 607)

Es por esto que Nava (2009), resalta que

El análisis financiero permite medir la eficiencia con la cual una organización utiliza sus activos y otros recursos, mediante los denominados indicadores de eficiencia o actividad; los mismos están enfocados básicamente a determinar la celeridad con la que cuentas específicas se transforman en ventas o efectivo; es decir, son valores que muestran que tan efectivamente son manejados los activos totales, activos fijos, inventarios, cuentas por cobrar, el proceso de cobranzas y cuentas por pagar. (p. 615)

Como también se pueden encontrar diferentes tipos de análisis como el vertical, análisis horizontal, análisis por tendencia, ratios de liquidez entre otros.

Normas Internacionales de Contabilidad. “el objetivo principal de las NIIF o IFRS es establecer pautas de acción de uso consistente en la preparación de los estados financieros, de manera de otorgar un marco de referencia internacional para que los inversionistas puedan interpretar y tomar decisiones sobre la información contenida en estos. (Filgueira, 2017, p. 90)

Clasificación de los grupos de empresas

En el caso colombiano, el direccionamiento estratégico del Consejo Técnico de la Contaduría definió los grupos de empresas así:

- Grupo 1: emisores de valores y entidades de interés público.
- Grupo 2: empresas de tamaño grande y mediano que no sean emisores de valores ni entidades de interés público, según la clasificación legal (planta de personal entre 11 y 200 trabajadores, activos totales por valor entre 500 a 30.000 salarios mínimos mensuales legales vigentes).
- Grupo 3: pequeña y microempresa con planta de personal no superior de 10 trabajadores y activos totales, excluida la vivienda, por valor inferior a 500 salarios mínimos mensuales legales vigentes. (Fierro, 2016, p. 38)

Contabilidad administrativa. La contabilidad administrativa se encarga de las operaciones al interior de la empresa. Todas las actividades contables que se realicen y sean verificadas para llevar una gestión interna adecuada. Esta contabilidad se encarga

de proporcionar la información contable necesaria para la administración de la empresa. (Siigo, 2018, párr. 17)

Contabilidad financiera. “La contabilidad financiera es la información contable que verifican entes externos. Quiere decir que esta contabilidad se encarga de que los movimientos económicos de conocimiento “público” estén bien preparados” (Siigo, 2018, párr. 18).

2.4.3 Matrices de diagnóstico

Matriz DOFA

La matriz de las amenazas, oportunidades, debilidades y fortalezas (FODA) es una herramienta de ajuste importante que ayuda a los gerentes a crear cuatro tipos de estrategias: estrategias de fortalezas y oportunidades (FO), estrategias de debilidades y oportunidades (DO), estrategias de fortalezas y amenazas (FA) y estrategias de debilidades y amenazas (DA). El ajuste de los factores externos e internos es la parte más difícil de desarrollar en una matriz FODA y requiere un criterio acertado que la primera, segunda, tercera y cuarta estrategias son estrategias FO, DO, FA y DA, respectivamente. (David, 2003, p. 234)

Definición. Según Guerrero et al. (2014):

Es una técnica auxiliar de la Economía, cuya finalidad es apoyar los procesos en la administración de una empresa de manera de aportarle eficiencia. La información que entrega sirve a los ejecutivos para orientar la Toma de Decisiones con respecto al futuro de la organización. Es el arte de registrar, clasificar y sintetizar en forma significativa expresándolos en dinero los actos y las operaciones que tengan, aunque sea parcialmente características financieras y de interpretar sus resultados. (p. 110)

2.4.4 Estrategia de mejoramiento financiero

Algunas estrategias de mejoramiento financiero para el municipio de Guachucal son:

Identificar fuentes de financiamiento externas: Buscar oportunidades de financiamiento externo a través de programas gubernamentales, préstamos internacionales, fondos de desarrollo turístico, asociaciones público-privadas o donaciones de organizaciones sin fines de lucro interesadas en el desarrollo turístico local.

Aumentar ingresos locales: Explorar formas de aumentar los ingresos locales, como la revisión de impuestos y tasas específicas relacionadas con el turismo, como los impuestos de alojamiento o las tarifas de entrada a atracciones turísticas. Estos ingresos adicionales pueden destinarse luego al desarrollo y promoción turística.

Crear asociaciones público-privadas: Establecer alianzas estratégicas con empresas privadas del sector turístico para cofinanciar proyectos de desarrollo turístico. Esto puede

incluir la construcción de infraestructura, la promoción conjunta del destino y la creación de paquetes turísticos integrados.

Optimizar la gestión de recursos: Mejorar la eficiencia en la gestión de los recursos municipales mediante la identificación y eliminación de gastos innecesarios o duplicados, así como la implementación de prácticas de gestión financiera más eficaces y transparentes.

Captar inversiones locales: Fomentar la inversión privada local en proyectos turísticos ofreciendo incentivos fiscales, facilitando los trámites burocráticos y proporcionando apoyo técnico y financiero a los emprendedores locales interesados en desarrollar negocios turísticos.

Desarrollar programas de recaudación de fondos: Organizar eventos turísticos especiales, subastas, conciertos u otras actividades que generen ingresos adicionales para financiar proyectos turísticos específicos.

Promover el turismo de eventos y convenciones: Atraer eventos y convenciones de gran envergadura que generen ingresos adicionales a través de la venta de entradas, patrocinios y acuerdos comerciales con proveedores locales.

Implementar políticas de desarrollo económico orientadas al turismo: Diseñar políticas públicas que promuevan el desarrollo económico a través del turismo, incentivando la creación de empleo en el sector y la diversificación de la economía local.

2.5 Marco conceptual

Articulación. Como lo afirman Molano et al. (2018)

La articulación territorial puede definirse como el proceso mediante el cual distintos niveles de la administración y la acción gubernamental se relacionan para atender los fines esenciales del Estado en cada una de las unidades político administrativas que integran el territorio nacional. (párr. 1)

Capacidad de carga turística en palabras de Liu (2003) “son el acomodo de un número de visitantes sin que haya un deterioro excesivo en el entorno o un declive excesivo de la satisfacción del visitante” (p. 460).

Competitividad. Según Haguenaer (como se citó en Medeiros et al. 2019) “el concepto de eficiencia, la competitividad se define como la capacidad de un país de producir un determinado bien en mejores o iguales condiciones en comparación con otras economías” (p. 9).

Contabilidad turística. Como lo dice Siggma (2019)

Llevar al día la contabilidad del negocio turístico permite tener visibilidad acerca de lo que está sucediendo en el negocio, lo cual supone una ventaja para la agencia ya que

permite tomar mejores decisiones en un futuro, así como prever posibles altas y bajas, disminuyendo así la incertidumbre. (párr. 2)

Desarrollo sostenible. Como lo afirma el Gobierno de La Pampa (2020) “es la capacidad de una sociedad para cubrir las necesidades básicas de las personas sin perjudicar el ecosistema ni ocasionar daños en el medio ambiente” (p. 1).

Estados financieros: Según Elizalde (2019) “los estados financieros reflejan las operaciones o transacciones diarias que demuestra una empresa en sus actividades, siendo resumidas en la estructura exhibida como estado financiero” (p. 219)

Estrategia. Mena (2021) “la implementación de estrategias en el sector turístico es un proceso continuo vital de planificación estratégica, táctica y una delegación adecuada de tareas acompañada de mecanismos de evaluación y monitoreo que garantice una ejecución efectiva y eficiente de estas” (párr. 1).

Finanzas: Como lo dice El Economista (2023):

Finanzas es el área de la economía que estudia el funcionamiento de los mercados de dinero y capitales, las instituciones que operan en ellos, las políticas de captación de recursos, el valor del dinero en el tiempo y el coste del capital. (El Economista, 2023, párr. 1)

Frontera. Como afirma Diccionario Panhispánico del Español Jurídico (2023):

Es la línea que marca el límite exterior de un estado, entendido como el espacio terrestre, marítimo, y aéreo sobre lo que ejerce su soberanía, lo que permite hablar de fronteras terrestres, marítimas y aéreas en función de la naturaleza física del espacio delimitado. (párr. 1)

Microempresa: Como lo afirma Monterrosa (2020)

Las microempresas son las que cuentan con un personal no superior a 10 trabajadores y con activos totales inferiores a 501 salarios mínimos mensuales legales vigentes (smmlv). Las pequeñas empresas son las que tienen entre 11 y 50 trabajadores, y activos totales mayores a 501 smmlv y menores a 5.001 smmlv. (párr. 3)

Turismo: Como lo dice la World Tourism Organization (2008)

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico. (párr. 1)

Toma de decisiones: como lo menciona Camellón et al. **Fuente especificada no válida.** “la toma de decisiones en el turismo está muy ligada a los principios del desarrollo sostenible del turismo y debe orientar acciones estratégicas dirigidas a lograr un desarrollo turístico sustentable” (p. 9).

3. Metodología

3.1 Paradigma

Para el desarrollo de esta investigación se llevará a cabo el paradigma positivista también denominado como cuantitativo, empírico analítico racionalista,

Se caracteriza por el alto interés por la verificación del conocimiento a través de predicciones. Algunos lo llaman el “paradigma prediccióncita”, ya que lo importante es plantearse una serie de suposición como predecir que algo va a suceder y luego verificarlo o comprobarlo. En las ciencias exactas y naturales es en donde tiene mayor aplicación. (Ballina, 2013, p. 3)

Con la investigación, observación y recolección de información se obtiene una serie de resultados que con lleva a la verificación de lo planteado.

3.2 Enfoque

Enfoque cuantitativo se parte de identificar y formular un problema científico, y a seguidas una revisión de la literatura afín al tema, con la que se construye un marco teórico-referencial; posteriormente y sobre la base de esos dos aspectos se formulan hipótesis de investigación; en estas últimas se precisan las variables fundamentales de la investigación, las que son definidas conceptual y operacionalmente. (Torres, 2016, p. 2)

En este trabajo de investigación se realiza bajo el enfoque estratégico financiero, relacionado con el sector turístico en el municipio de Guachucal del departamento de Nariño, donde se realizará la investigación de la problemática de este sector y conjuntamente con la comunidad se pretende mejorar el servicio a los visitantes en los lugares de interés por medio de objetivos a largo plazo, planes de acción que con lleve a prever dichas necesidades y generar una actividad sostenible.

3.3 Método

El método que se aplica en esta investigación corresponde al empírico - analítico que consiste en comprender y explicar los fenómenos relacionados a la investigación, en este caso gustos y preferencias de un nicho de mercado enfocados en el turismo, se realiza una recopilación de datos a partir de una encuesta, buscando disminuir brechas al momento de llevar a cabo el objetivo de la investigación.

3.4 Tipo de investigación

Como lo afirma Muguira (2022) la investigación descriptiva:

Se encarga de puntualizar las características de la población que está estudiando. Esta metodología se centra más en el “qué”, en lugar del “por qué” del sujeto de investigación. En otras palabras, su objetivo es describir la naturaleza de un segmento

demográfico, sin centrarse en las razones por las que se produce un determinado fenómeno. Es decir, “describe” el tema de investigación, sin cubrir “por qué” ocurre. (párr. 1-2)

Basándose en la información dada por el autor Muguira (2022) se establece que para el actual proyecto del turismo binacional en el municipio de Guachucal se va aplicar el tipo de investigación descriptiva permitiendo conocer como los operadores turísticos del municipio prestan el servicio de turismo y cuáles son las falencias en este municipio, sirviendo como base para poder realizar el proyecto de grado.

3.5 Población y muestra

3.5.1 Población

Para la presente investigación se escoge como población Operadores logísticos, Empresas de turismo, restaurantes y empresas de transporte, teniendo en cuenta lo encontrado por parte de los investigadores en la visita de campo en el municipio de Guachucal Nariño, este cuenta con 3 hoteles real , imperial y Nariño ,8 restaurantes los cuales ofrecen platos típicos de la región y en el municipio opera una empresa de transporte vehicular y zona rural que cubre las rutas inter veredales, llamados tax lasabana y cootransguachucal ; por otra parte cuenta con 288 establecimientos de comercio mayoristas y minoristas dedicados que son potencial para la actividad turística. De acuerdo con Fracica (como se citó en Bernal, 2010) población es “el conjunto de todos los elementos a los cuales se refiere la investigación. Se puede definir también como el conjunto de todas las unidades de muestreo” (p. 160).

3.5.2 Muestra

Se tomará como fuente de información a los operarios turísticos los cuales por medio de una encuesta darán a conocer su forma de prestación del servicio en el sector turismo en el municipio de Guachucal. Es decir “es la parte de la población que se selecciona, de la cual realmente se obtiene la información para el desarrollo del estudio y sobre la cual se efectuarán la medición y la observación de las variables objeto de estudio” (Bernal, 2010, p. 177)

3.6 Técnicas de recolección de información

Es importante mencionar las técnicas de recolección de información las cuales permiten y proporcionan información adecuada del tema tratar en la investigación que se está llevando a cabo en la parte turística.

Para el desenlace de esta investigación se hace una indagación de diferentes aspectos entre ellos:

Elaboración de la información DOFA: en donde se determina un estudio de las debilidades, oportunidades y amenazas en la parte interna y externa en ámbito turístico el cual es objeto de investigación.

Encuesta: se aplicará una encuesta a los operarios turísticos el cual es tema de estudio.

“La encuesta es una técnica de adquisición de información de interés sociológico, mediante un cuestionario previamente elaborado, a través del cual se puede conocer la opinión o valoración del sujeto seleccionado en una muestra sobre un asunto dado” (Ramos, 2008, p. 21)

Mesa de trabajo: así lo afirma AETAPI (2023) “la mesa de trabajo es un punto de encuentro para el desarrollo de proyectos y lugar de intercambio de experiencias y conocimientos de los profesionales” (párr. 1).

Por consiguiente, es importante mencionar que se debe tener en cuenta las normas contables que están establecidas para el turismo las cuales es necesario estén vigentes así también documentos que hacen referencia al tema de investigación en donde hacen parte tesis, artículos, libros, etc.

4. Análisis de resultados

4.1 Caracterización de las capacidades turísticas del municipio de Guachucal

4.1.1 Análisis de encuestas

En el presente trabajo se realizó la aplicación de encuestas: las cuales se realizaron de la siguiente manera; una encuesta dirigida a empresarios que ofrecen servicios de agencias de viajes del municipio de Guachucal Nariño; dos encuestas dirigidas a empresarios que ofrecen servicios de transporte del municipio de Guachucal; tres encuestas a empresarios que ofrecen servicios de alojamiento (Hoteles o posadas turísticas) del municipio de Guachucal Nariño y ocho encuestas dirigidas a empresarios que ofrecen servicios de restaurante del municipio de Guachucal Nariño.

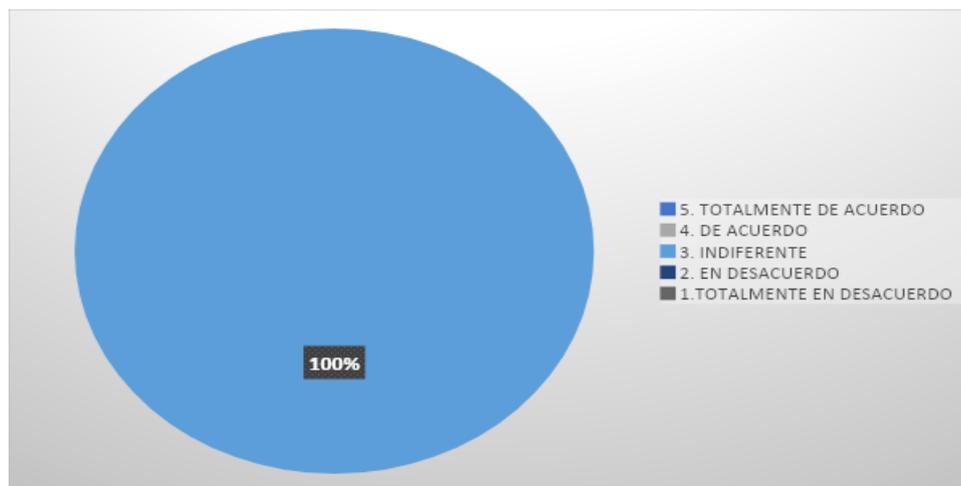
Las encuestas aplicadas a restaurantes, alojamientos, agencias de viajes y servicio de transporte arrojan un resultado de 5 totalmente de acuerdo, 4 de acuerdo, 3 indiferente, 2 en desacuerdo y 1 totalmente en desacuerdo, siendo esto lo que permiten identificar los porcentajes de cada pregunta aplicada en las encuestas.

4.1.2 Resultados de encuesta dirigida a Frailejones Travel que ofrece los servicios de Agencias de Viajes del municipio de Guachucal-Nariño

Según las encuestas realizadas se encuentra una única agencia de viaje, la cual respondió que era indiferente; esto refleja la falta de conocimiento sobre los medios de pago se sugiere que el establecimiento mejore sus esfuerzos de comunicación y educación sobre las opciones de pago disponibles. Podría incluir la promoción de los medios de pago aceptados en el establecimiento y la divulgación de información sobre cómo funcionan, esto contribuye al mejoramiento de las capacidades y la prestación de los servicios turísticos. A continuación, se indica la Figura 2, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 2

Pregunta No 1. ¿El establecimiento cuenta con medios de pago aceptados por operadores y prestadores de servicios turísticos?



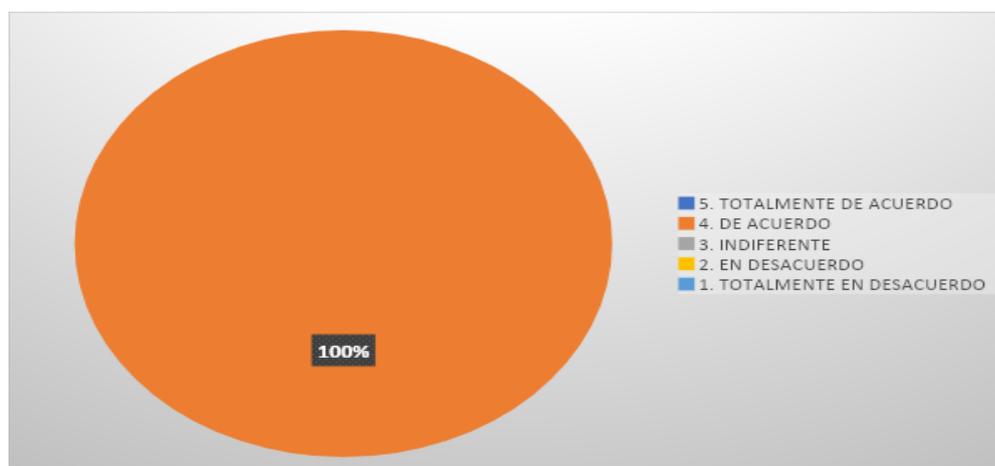
Fuente: Autoría propia

La confirmación de que la agencia presta servicios durante todo el año es una información importante para los turistas, ya que les proporciona la seguridad de que pueden planificar su viaje en cualquier momento sin preocuparse por la disponibilidad de la agencia.

Es un aspecto importante que puede influir en la experiencia y decisiones de viaje de los turistas, proporcionándoles confianza, flexibilidad y tranquilidad durante su viaje; dando como respuesta de acuerdo lo que da a conocer que la empresa de viajes Frailejones Travel presta sus servicios durante todo el año. A continuación, se indica la Figura 3, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 3

Pregunta No. 2: ¿Los servicios que presta la agencia de Frailejones Travel son por todo el año?



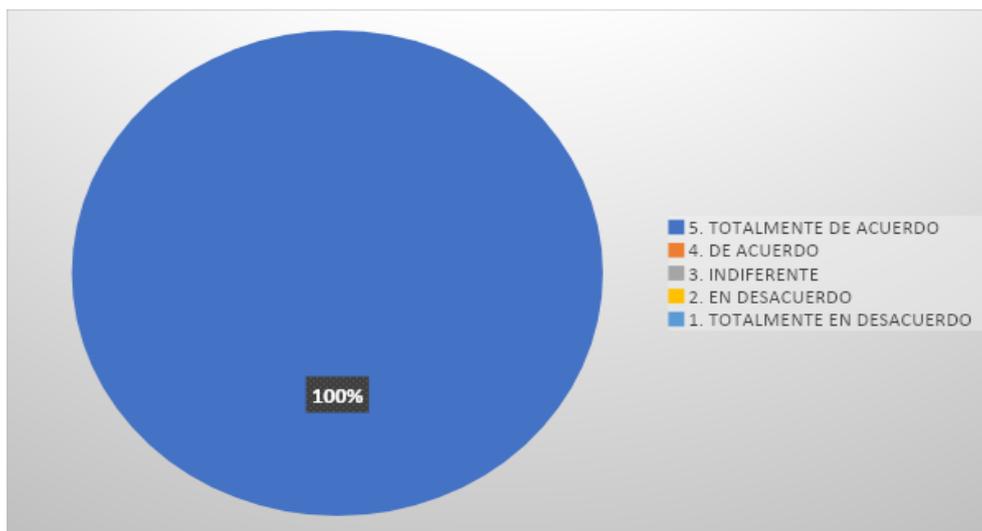
Fuente: Autoría propia

El hecho de que el 100% de los encuestados están totalmente de acuerdo en que la agencia ofrece diferentes tipos de turismo sugiere que la agencia ha diversificado con éxito su cartera de servicios para abarcar una amplia gama de intereses turísticos. Esto puede incluir turismo de aventura, turismo cultural, turismo gastronómico, turismo de naturaleza, entre otros.

Lo que contribuye a su competitividad, capacidad para satisfacer las necesidades diversificadas de los turistas y mejora la experiencia general del cliente. A continuación, se indica la Figura 4, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 4

Pregunta No. 3: ¿Los servicios que presta la agencia de Frailejones Travel involucran los diferentes tipos de turismo?

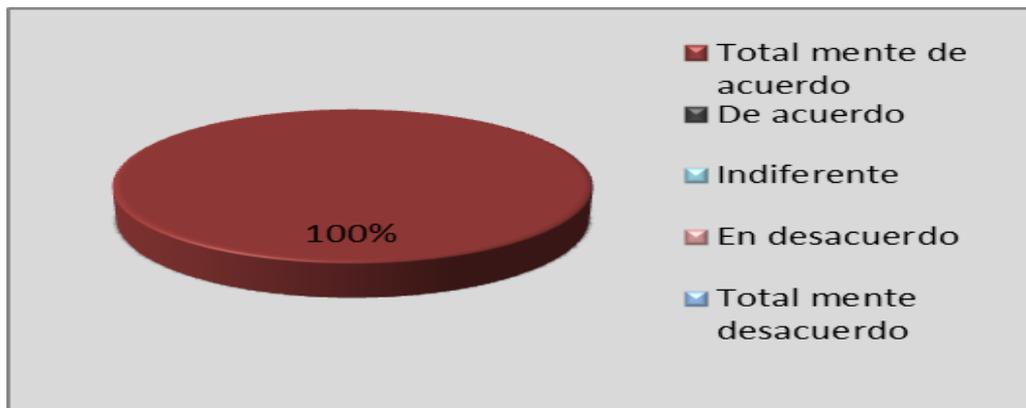


Fuente: Autoría propia

El hecho de que la agencia de viajes representando el cien por ciento indique que está totalmente de acuerdo en la prestación de servicios para los turistas nacionales, locales e internacionales nos refleja que si existe una diversificación para cada tipo de turista. A continuación, se indica la Figura 5, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 5

Pregunta No. 4: La agencia Frailejones Travel cuenta con servicios para el turista internacional, nacional y local.

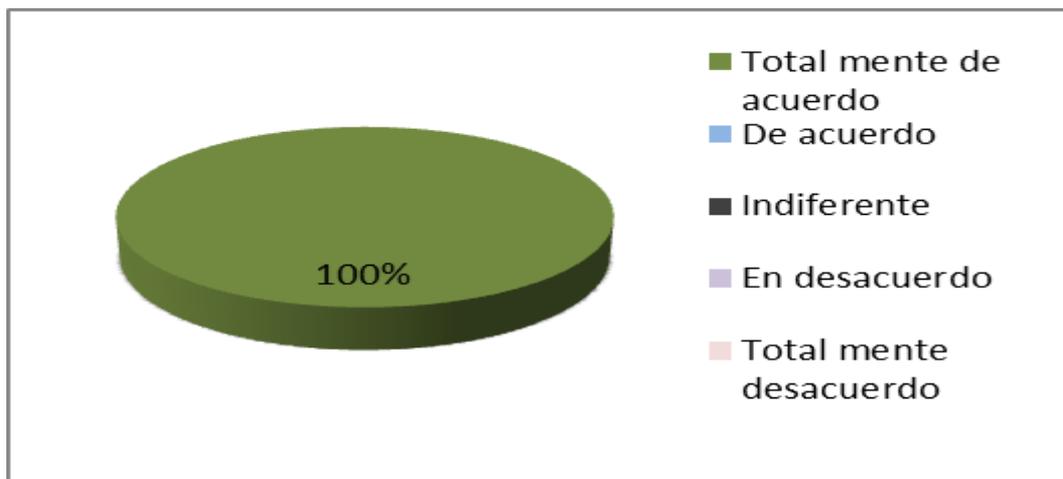


Fuente: Autoría propia

El 100% esté totalmente de acuerdo sugiere que los encuestados están altamente satisfechos con la estrategia de publicidad de la agencia. Esto indica que perciben que la agencia está utilizando eficazmente una amplia gama de medios para llegar a su audiencia objetivo. A continuación, se indica la Figura 6, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 6

Pregunta No. 5: ¿La agencia Frailejones Travel cuenta con programas de publicidad a través de todos los medios que generalmente usa el turista para su plan?

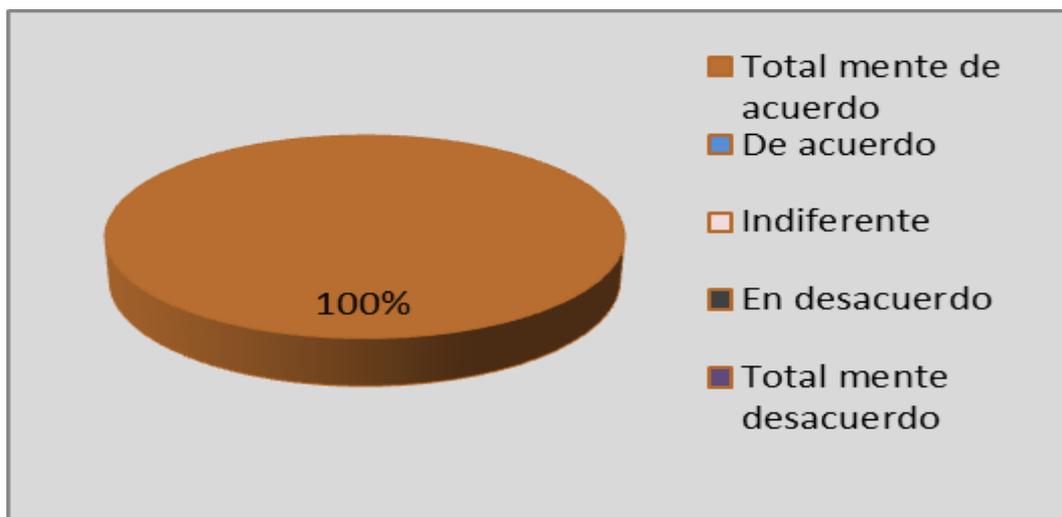


Fuente: Autoría propia

El 100% esté totalmente de acuerdo sugiere que los encuestados están altamente satisfechos con los convenios y alianzas de promoción y desarrollo que aplican como empresa para dar a conocer su actividad turística. Esto indica que perciben que la agencia está utilizando eficazmente sus convenios y alianzas. A continuación, se indica la Figura 7, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 7

Pregunta No. 6: ¿La agencia Frailejones Travel cuenta con convenios y alianzas para la promoción y desarrollo de su actividad turística?

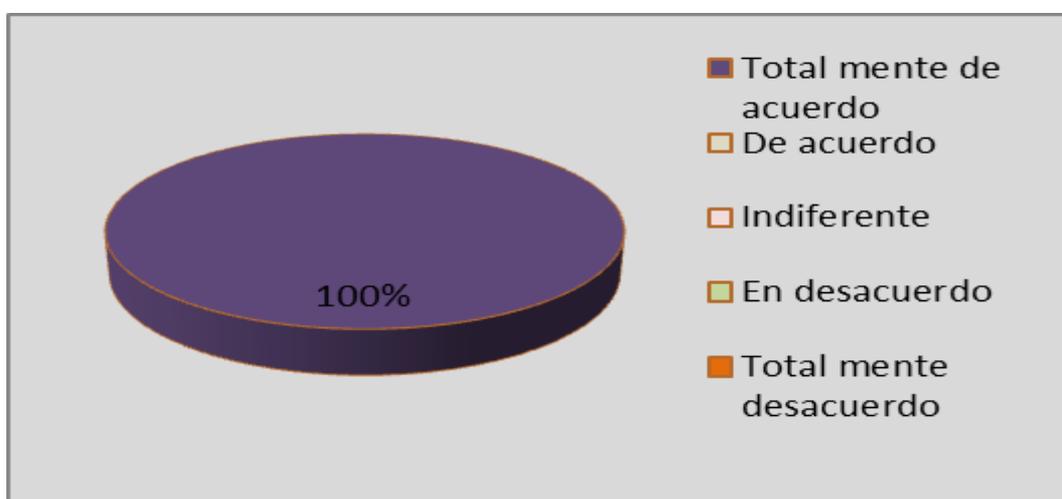


Fuente: Autoría propia

El 100% esté totalmente de acuerdo sugiere que identifican y gestionan de manera pertinente los recursos y destinos con que cuenta el municipio de Guachucal Nariño. Esto indica que perciben que la agencia está gestionando e identificando de manera eficaz. A continuación, se indica la Figura 8, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 8

Pregunta No. 7: ¿La agencia Frailejones Travel identifica y gestiona de manera pertinente los recursos y destinos con que cuenta la región o municipio donde presta sus servicios turísticos?



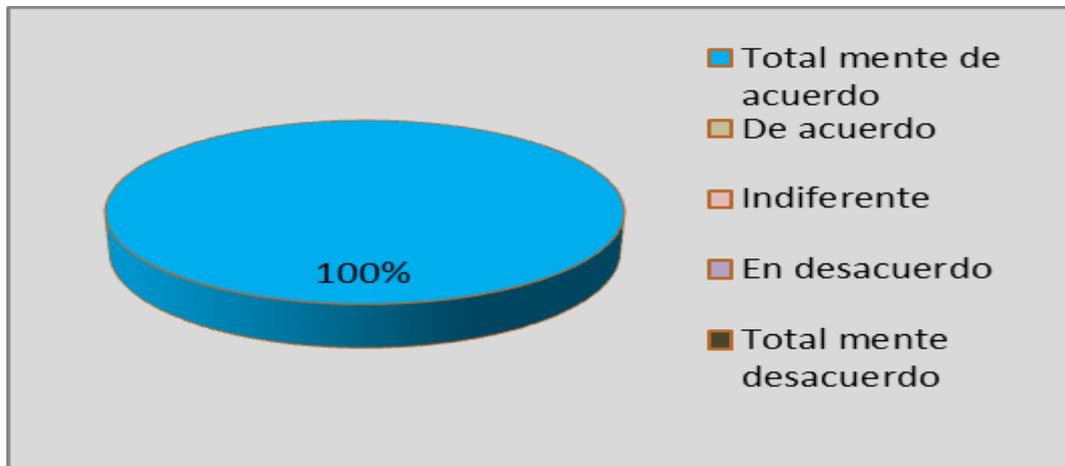
Fuente: Autoría propia

El 100% está totalmente de acuerdo con lo que sugiere que la agencia Frailejones travel cumple con los requisitos formales y legales para la prestación de servicios turísticos. Esto

indica que la agencia está dando el manejo legal adecuado para prestar su servicio. A continuación, se indica la Figura 9, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 9

Pregunta No. 8: ¿La agencia Frailejones Travel cumple con los requisitos formales y legales para la prestación de sus servicios turísticos?

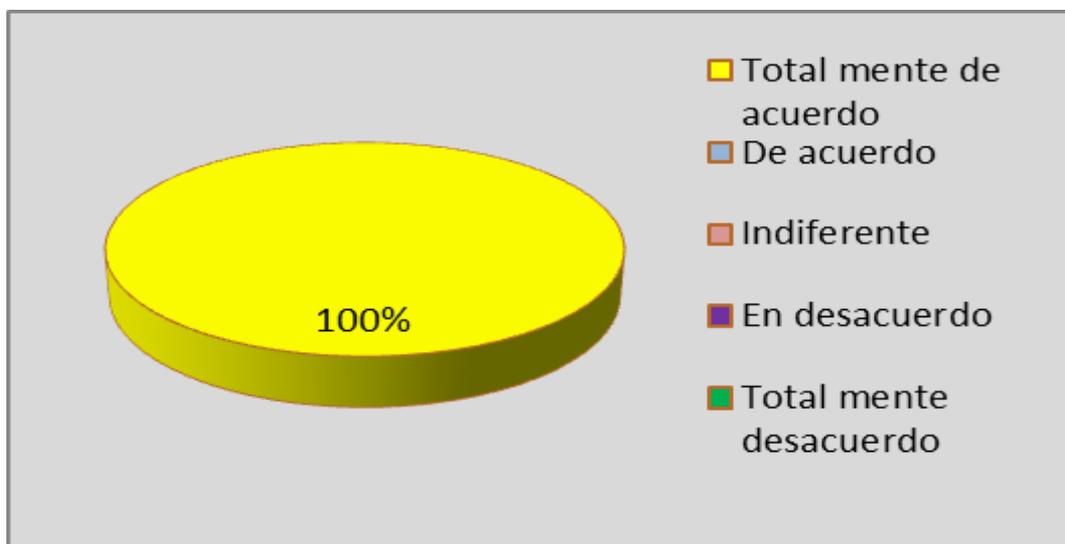


Fuente: Autoría propia

El 100% está totalmente de acuerdo con lo que sugiere que la agencia Frailejones travel cuenta con reconocimiento y aceptabilidad en la prestación de servicios turísticos en el municipio de Guachucal Nariño. Esto indica que la agencia está dando cumplimiento al manejo legal en su función de agencia de viajes. A continuación, se indica la Figura 10, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 10

Pregunta No. 9: ¿La agencia Frailejones Travel cuenta con reconocimiento y aceptabilidad en la prestación de servicios turísticos en la región?

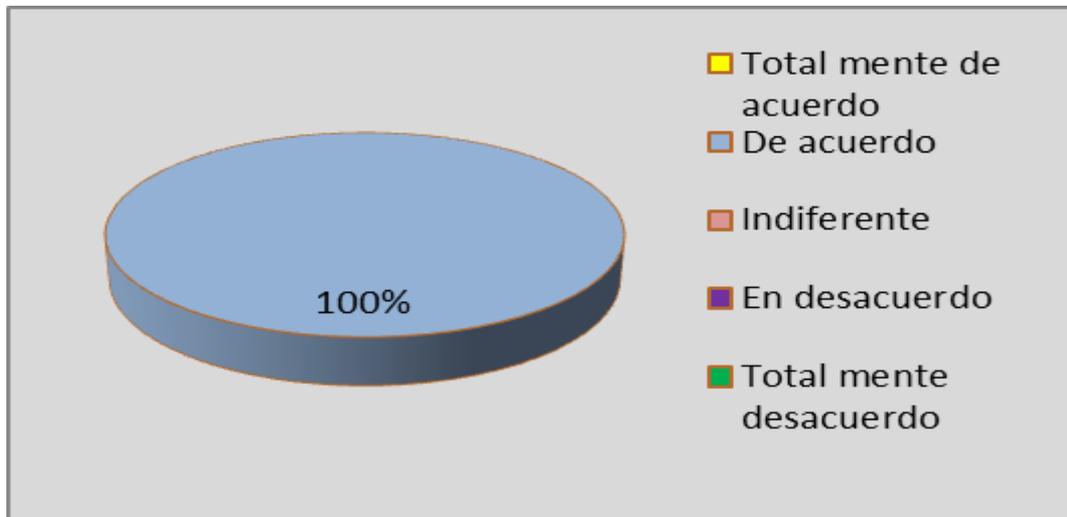


Fuente: Autoría propia

El 100% está de acuerdo con lo que sugiere que la agencia Frailejones travel cuenta con un plan de emergencia en donde se encaminan los desastres naturales, accidentes viales, el aforo permitido y servicios públicos. A continuación, se indica la Figura 11, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 11

Pregunta No. 10: ¿El establecimiento cuenta con un plan de emergencia (de desastres naturales, accidentes, aforo permitido, servicios públicos)?

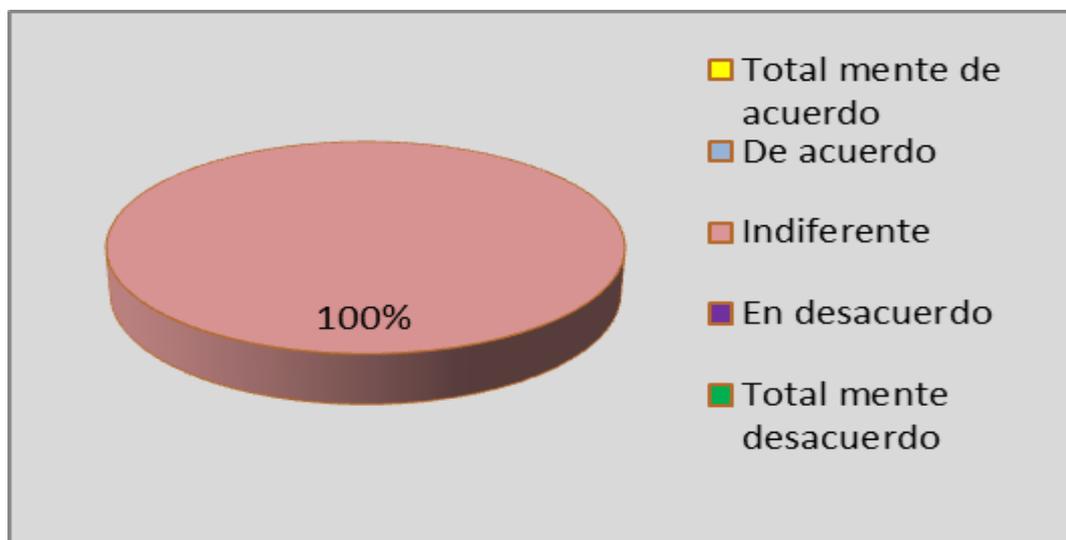


Fuente: Autoría propia

El 100% da como respuesta indiferente en cuanto al plan de manejo ambiental con lo que sugiere que la agencia Frailejones travel no cuenta con un plan de manejo ambiental. A continuación, se indica la Figura 12, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 12

Pregunta No. 11: ¿El establecimiento Frailejones Travel tiene plan de manejo ambiental?

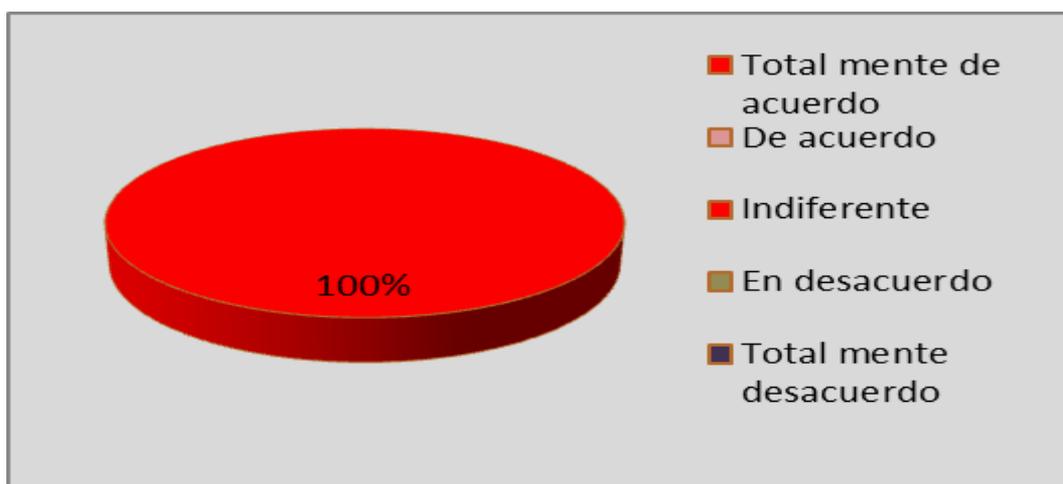


Fuente: Autoría propia

El 100% da como respuesta indiferente a la señalización requerida por la aseguradora de riesgos profesionales ARP y SNGR, la agencia Frailejones travel no cuenta con planos de evacuación detrás de las puertas, señalización de evacuación y salidas de emergencias con puntos de encuentro. En la Figura 13, se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 13

Pregunta No. 12: ¿La agencia de Frailejones cuenta con la señalización requerida por la aseguradora de riesgos profesionales ARP y SNGR, planos de evacuación detrás de las puertas, señalización de evacuación, salida de emergencia y puntos de encuentro?

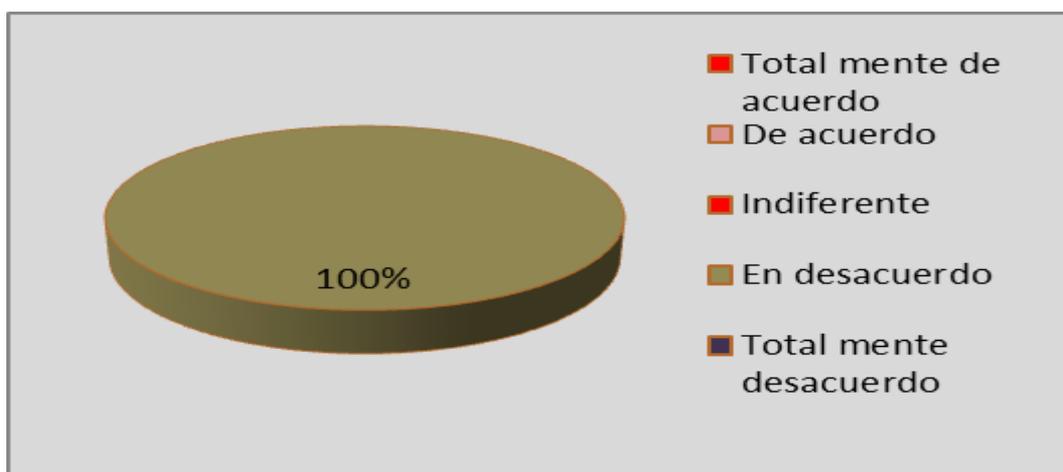


Fuente: Autoría propia

El 100% está en desacuerdo con el uso de un procedimiento para la recepción de pagos electrónicos, es decir, la agencia de Frailejones Travel no tiene uso de pagos electrónicos. A continuación, se indica la Figura 14, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 14

Pregunta No. 13: ¿Tiene establecido un procedimiento para la recepción de pagos electrónicos?

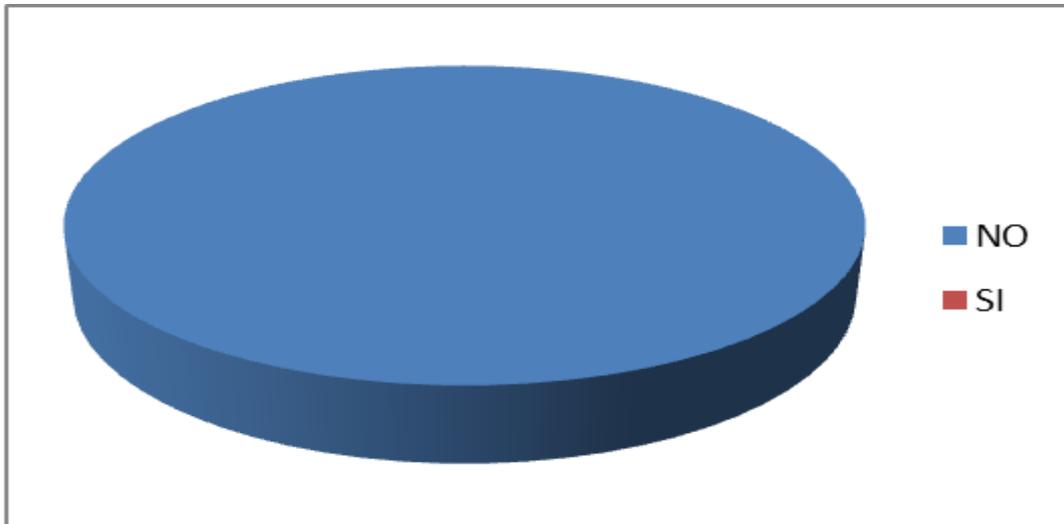


Fuente: Autoría propia

El 100% está en desacuerdo con la prestación de servicio de internet a sus clientes, lo que indica que la agencia de viajes Frailejones Travel no maneja el servicio de internet a sus clientes. A continuación, se indica la Figura 15, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 15

Pregunta No. 14: ¿Cuenta con servicio de internet para sus clientes?

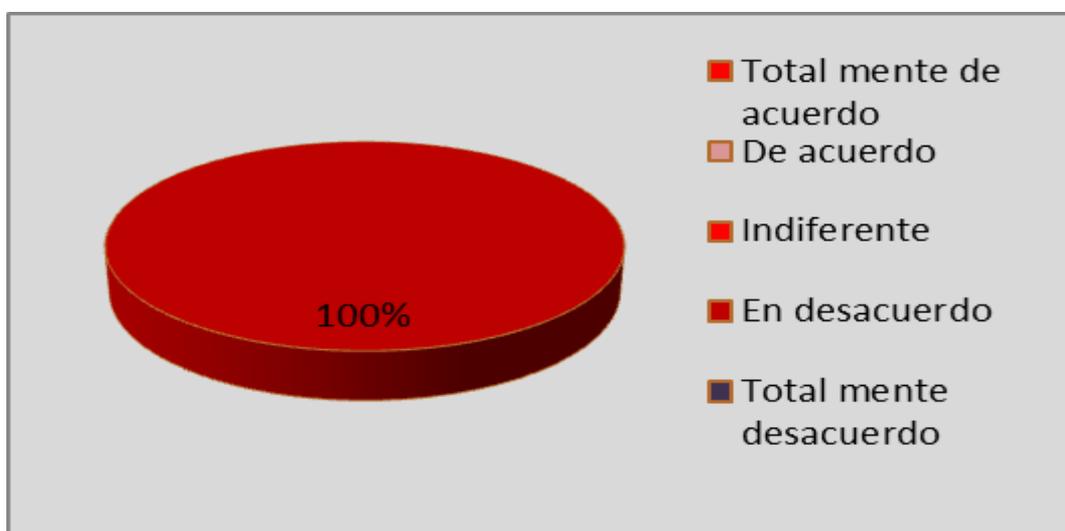


Fuente: Autoría propia

El 100% está en desacuerdo debido a que la agencia de viajes Frailejón Travel no cuenta con personal que maneje un segundo idioma. A continuación, se indica la Figura 16, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 16

Pregunta No. 15: ¿Indique el número de personas que manejan un segundo idioma en su establecimiento?

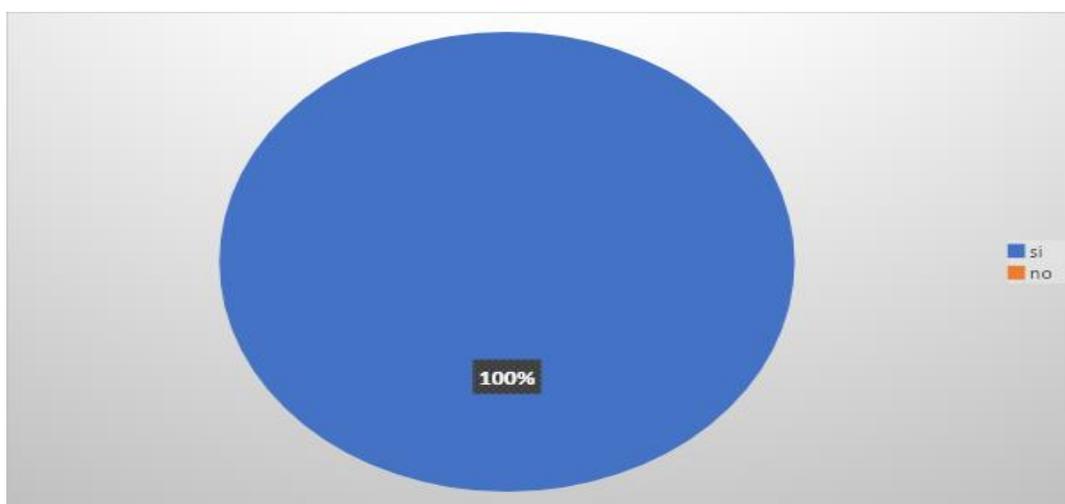


Fuente: Autoría propia

El 100% de respuesta que si se realizan acciones en la agencia de viajes Frailejones Travel en base a promociones e incentivos a la clientela y los turistas. A continuación, se indica la Figura 17, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 17

Pregunta No. 16: ¿Realiza alguna acción para la fidelización de los clientes como promociones e incentivos?

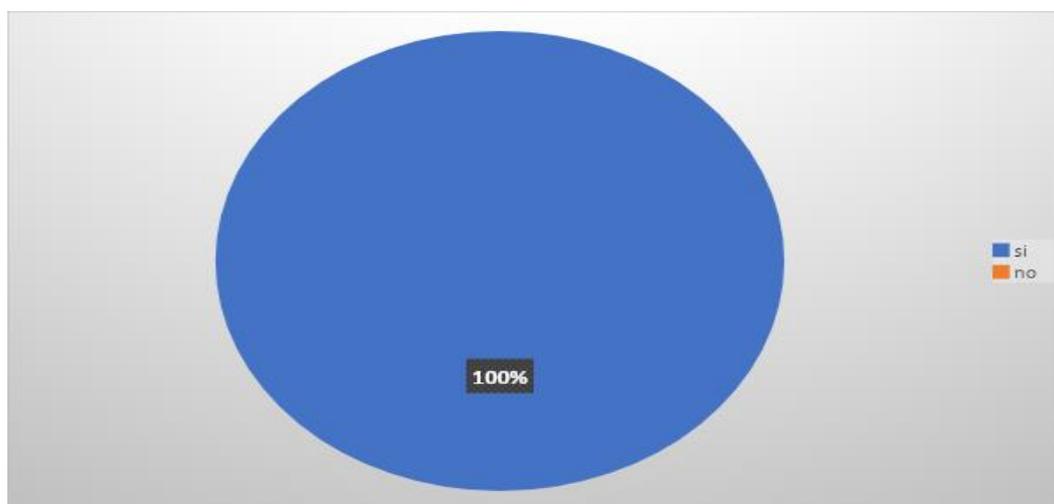


Fuente: Autoría propia

El 100% de respuesta que si se realizan capacitaciones a el personal de la agencia de viajes Frailejones Travel. En la Figura 18, se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 18

Pregunta No. 17: ¿Realiza capacitaciones al personal?

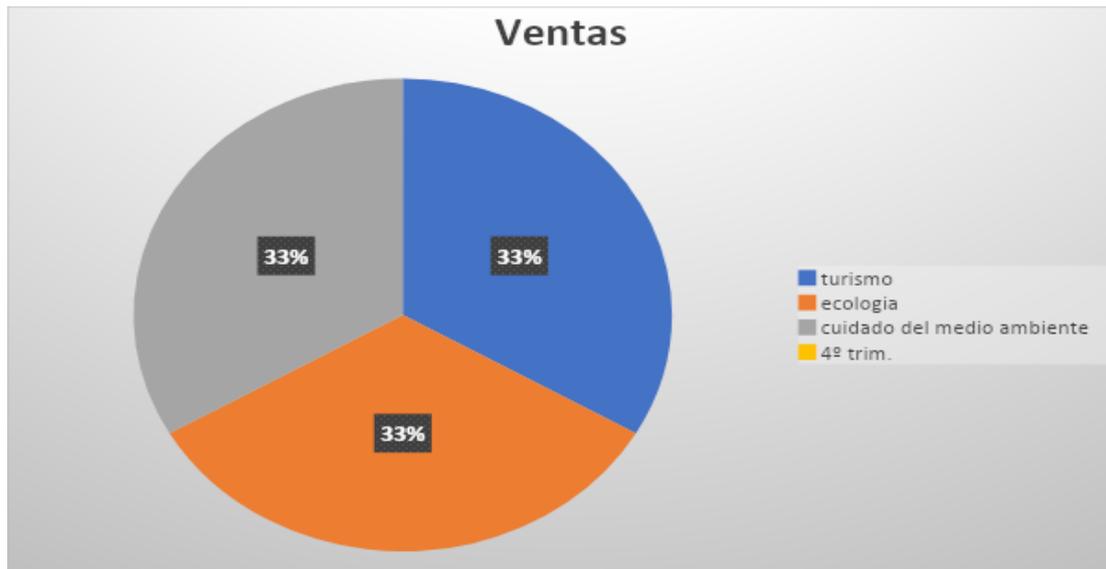


Fuente: Autoría propia

Se obtienen como respuestas el 33% en partes iguales en capacitaciones de turismo, ecología y cuidado del medio ambiente. A continuación, se indica la Figura 19, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 19

Pregunta No. 18: ¿Si contestó sí qué tipo de capacitación?

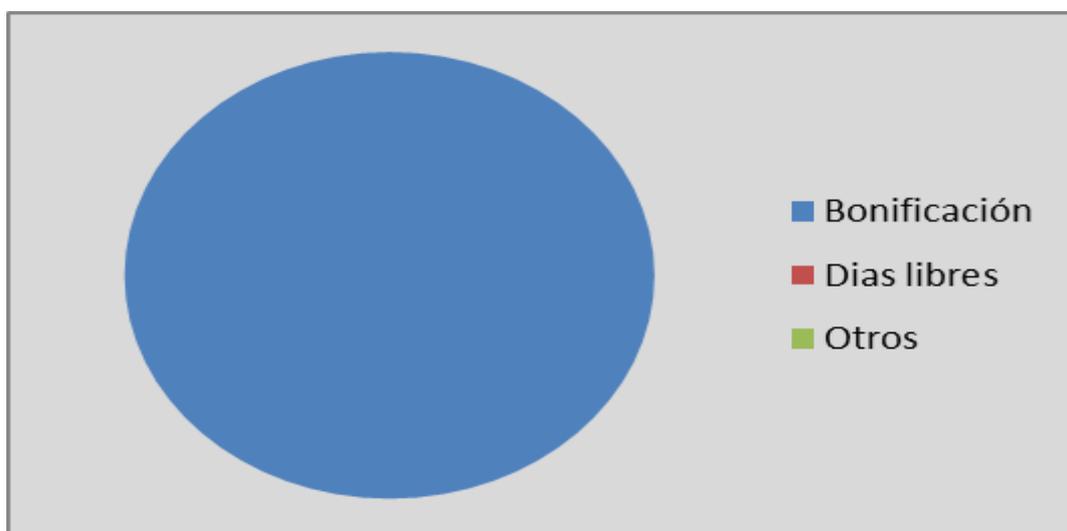


Fuente: Autoría propia

Se dan tres opciones de respuesta las cuales son Bonificación, días libres y otros, en donde la agencia de viajes Frailejones Travel da uso de motivación por medio de Bonificaciones a sus trabajadores. A continuación, se indica la Figura 20, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 20

Pregunta No. 19: ¿Qué estrategias de motivación tiene para el talento humano?

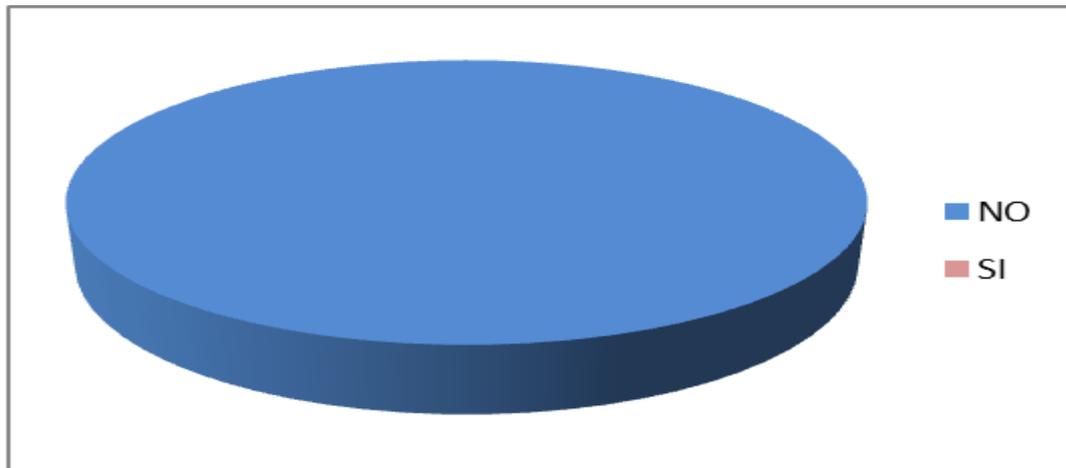


Fuente: Autoría propia

El 100% da respuesta a que la agencia de Frailejones Travel no da un seguimiento de evaluación del servicio ofrecido a sus clientes. A continuación, se indica la Figura 21, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 21

Pregunta No. 20: ¿Realiza algún proceso de evaluación y seguimiento del servicio ofrecido a sus clientes?



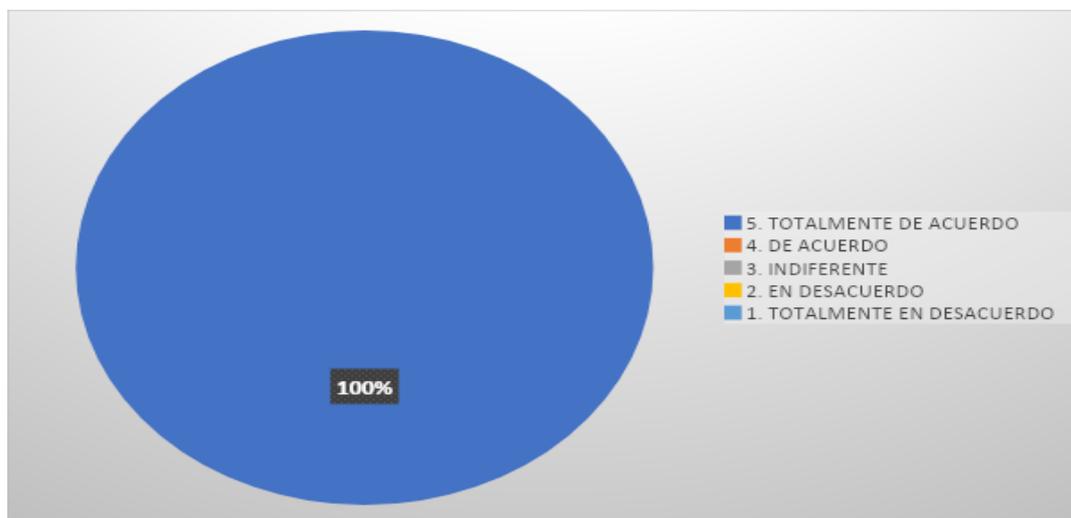
Fuente: Autoría propia

4.1.3 Resultados de encuestas dirigida a Coctransguachucal y Taxis la sabana que ofrece los servicios de transporte del municipio de Guachucal Nariño

Con la anterior información observamos que el cien por ciento de servicios de transporte de Coctransguachucal y Taxis la sabana tienen su vehículo interior en muy buen estado lo cual nos indica que los conductores se preocupan por mantener sus vehículos limpios para los turistas, y refleja un alto nivel de compromiso con la calidad del servicio y la satisfacción del cliente. A continuación, se indica la Figura 22, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 22

Pregunta No.1: ¿Vehículo interior: en muy buen estado y limpio?



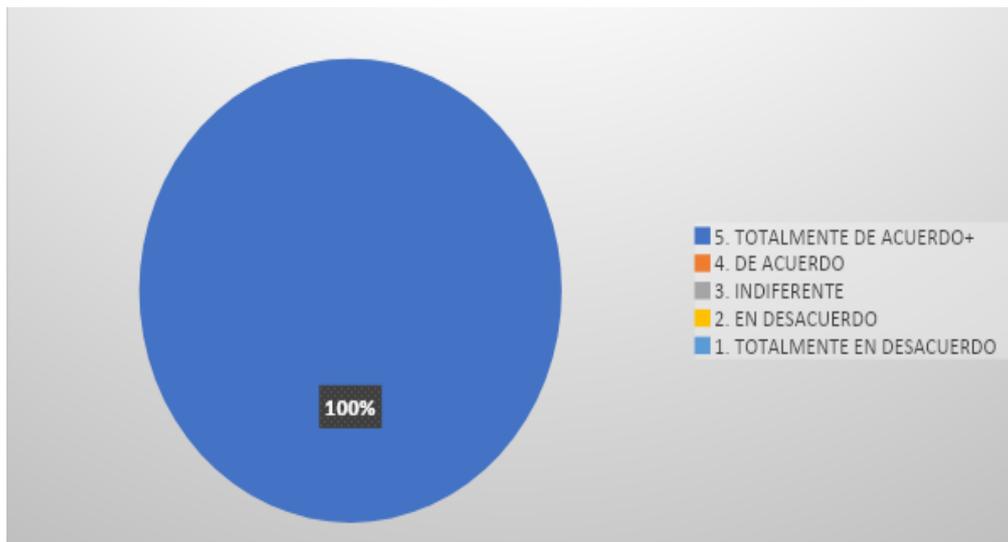
Fuente: Autoría propia

La confirmación de que todos los transportadores de Cootrnsguachucal y Taxis la sabana el 100% tienen sus vehículos exteriores bien pintados y protegidos según las condiciones climáticas locales puede influir positivamente en la percepción de los turistas sobre la calidad y el profesionalismo de los servicios de transporte en la zona. Los turistas podrían sentirse más seguros y cómodos al ver que los vehículos están bien mantenidos y cuidados. Saber que los transportadores se preocupan por el mantenimiento de sus vehículos podría generar confianza en la calidad y la fiabilidad del servicio de transporte.

A continuación, se indica la Figura 23, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 23

Pregunta No.2: ¿Vehículo exterior: bien pintado y protegido según las condiciones climáticas de la zona?

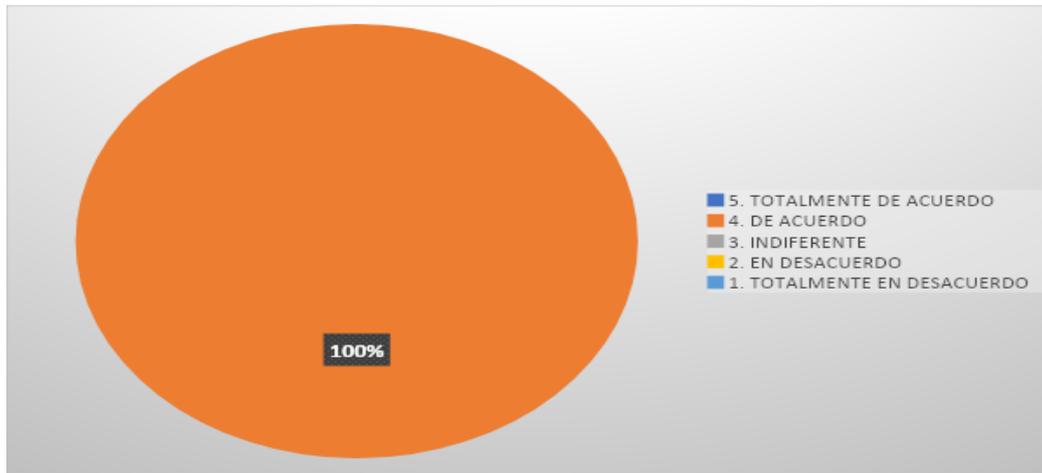


Fuente: Autoría propia

Los letreros informativos pueden ser útiles para proporcionar orientación y comunicación a los turistas, especialmente si contienen información relevante sobre destinos turísticos, puntos de interés, horarios de tours, etc. Esto facilita la navegación y la planificación del viaje para los turistas, mejorando su experiencia general. Teniendo en cuenta lo anterior se obtuvo como respuesta que el Cootransguachucal y Taxis la sabana están de acuerdo lo que da a conocer que los servicios de transporte del municipio de Guachucal cuentan con la decoración necesaria. A continuación, se indica la Figura 24, donde son condensadas las respuestas obtenidas.

Figura 24

Pregunta No.3: ¿Decoración con motivos locales, nombre del vehículo, logos y letreros informativos?

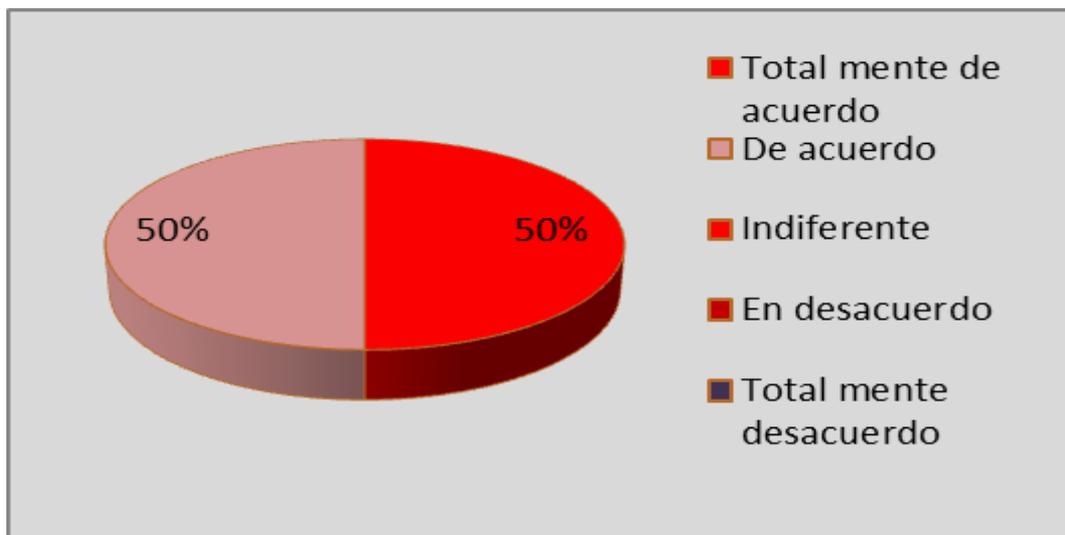


Fuente: Autoría propia

Según los servicios de transporte el cincuenta por ciento nos indica que está totalmente de acuerdo, y el otro cincuenta por ciento que está de acuerdo reflejando un buen trato para los viajeros por parte de Cotransguachucal y Taxis La Sabana. A continuación, se indica la Figura 25, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 25

Pregunta No.4: ¿Trato amable, cortés y servicial a los viajeros?



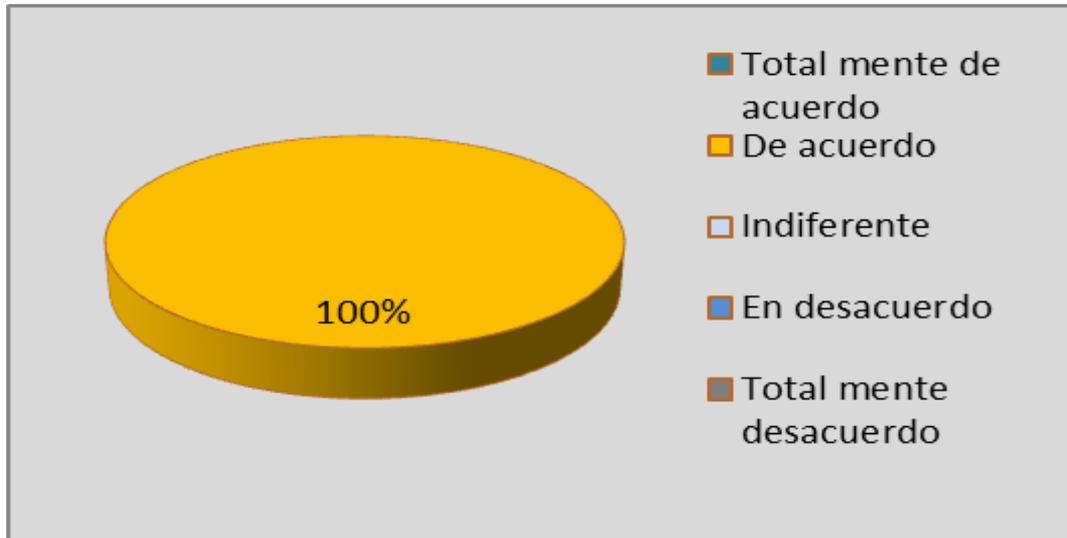
Fuente: Autoría propia

El hecho de que todos los encuestados estén de acuerdo puede reflejar una gran confianza en la capacidad de la agencia para organizar y ejecutar los viajes de manera efectiva y sin contratiempos. El cumplimiento de los horarios y del itinerario prometido contribuye significativamente a una experiencia de viaje más placentera y sin estrés para los turistas.

A continuación, se indica la Figura 26, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 26

Pregunta No.5: ¿Respetar horarios, evitar retrasos y cumplir con el itinerario prometido al turista?

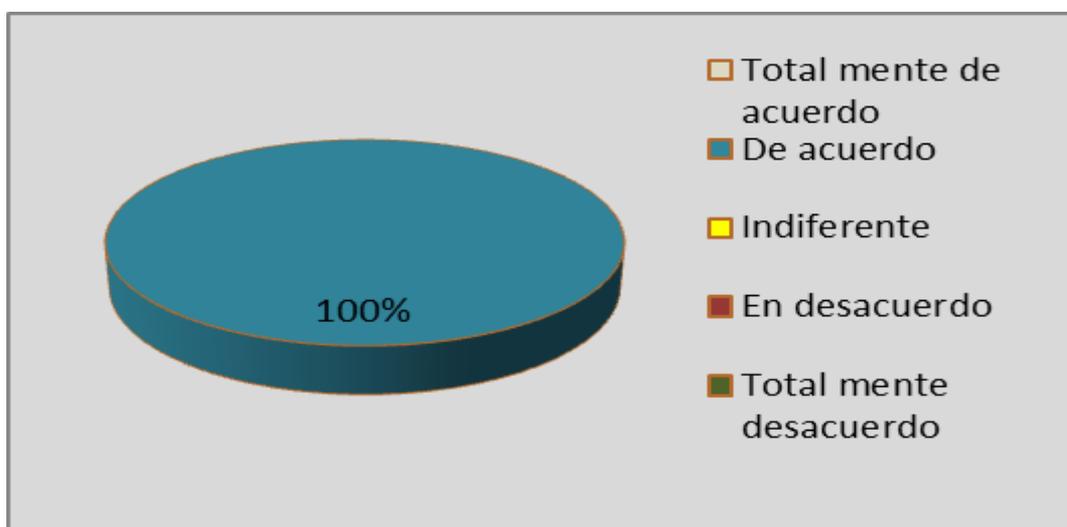


Fuente: Autoría propia

El hecho de que todos los encuestados estén de acuerdo refleja adecuado servicio en el acceso a los vehículos de parte de ambas empresas. El cumplimiento de los horarios y el buen estado de los asientos lleva a un prometido significativamente con una experiencia de viaje más placentera y sin estrés para los turistas. A continuación, se indica la Figura 27, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 27

Pregunta No. 6: ¿Acceso a vehículos fácil y en buen estado, asientos sólidos confortables y tapizados?

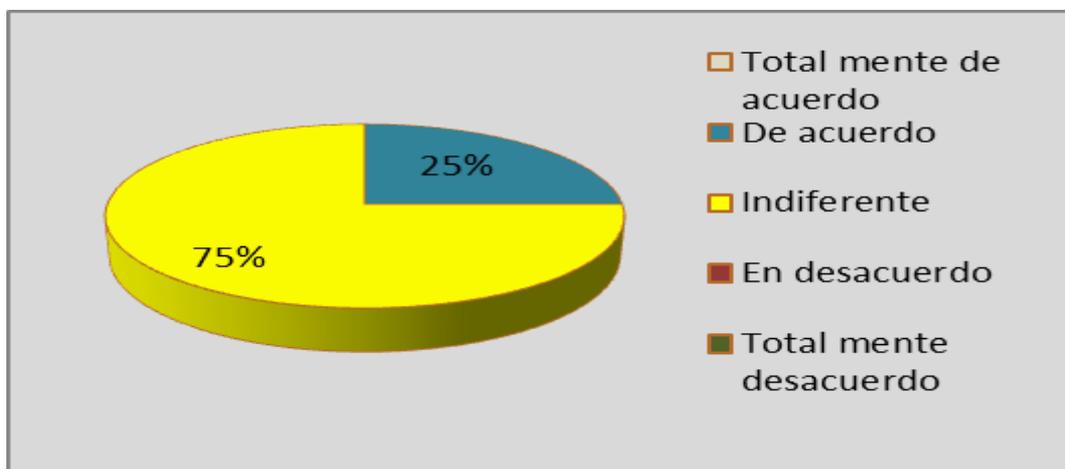


Fuente: Autoría propia

La confirmación de Coostranguachucal el cual dio a conocer que está de acuerdo con el uso adecuado de la cabina interior con porta equipaje de mano y se implementa, mientras que Taxis la sabana se muestra indiferente con respecto a la cabina interior con porta equipaje de mano. A continuación, se indica la Figura 28, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 28

Pregunta No.7: ¿Cabina interior con porta equipaje de mano?

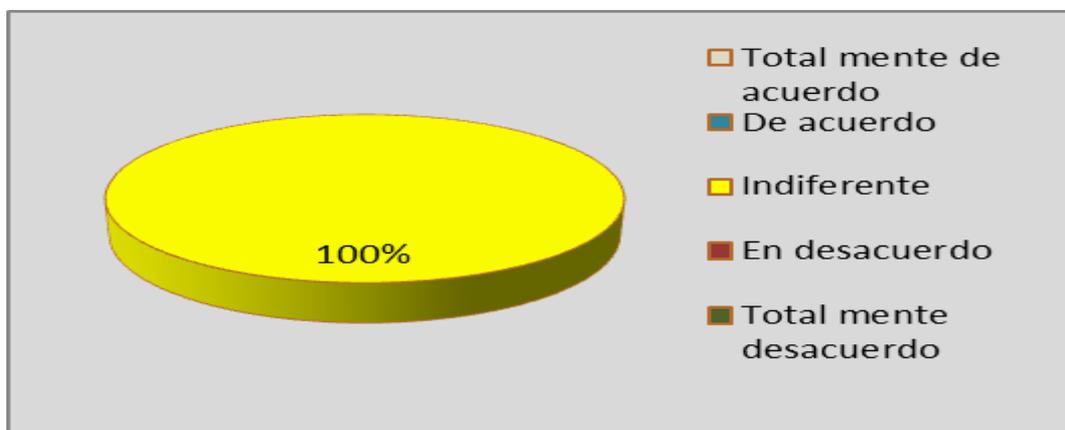


Fuente: Autoría propia

La indiferencia de parte de Coostranguachucal y Taxis la sabana dan a conocer que no es de su interés dar prioridad a la ventilación, con base en el aire acondicionado o la calefacción de sus vehículos. A continuación, se indica la Figura 29, donde se condensan las respuestas.

Figura 29

Pregunta No. 8: ¿Ventilación, aire acondicionado o calefacción en vehículos cerrados?

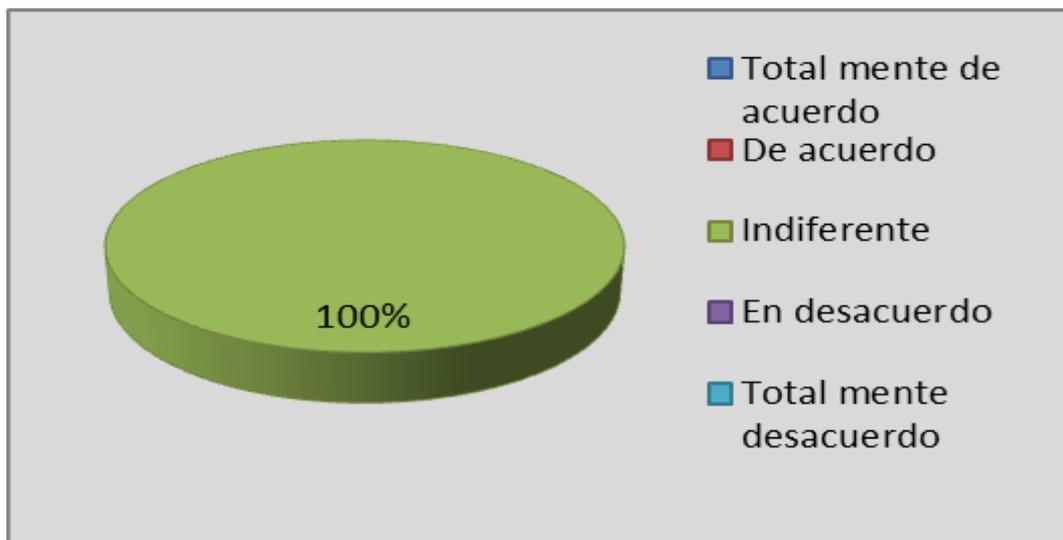


Fuente: Autoría propia

Se da como respuesta la indiferencia de parte de Coostranguachucal y Taxis la sabana los cuales dan a conocer que no es de su interés dar prioridad la utilización de cortinas protectoras ni lona cubiertas en sus carros. A continuación, se indica la Figura 30, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 30

Pregunta No. 9: ¿Cortinas protectoras en ventanas y lona en cubierta?

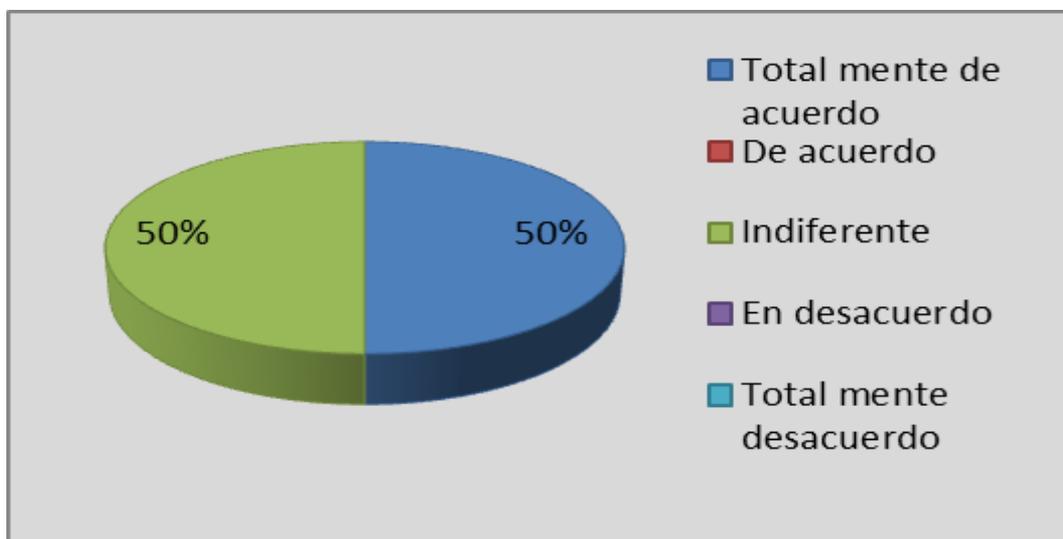


Fuente: Autoría propia

Se da como respuesta totalmente de acuerdo de parte de Cootransguachucal, lo que refiere la importancia de tener un motor en perfecto funcionamiento; ruedas bien mantenidas; repuestos disponibles; Lo contrario a Taxis la Sabana los cuales dan a conocer su indiferencia y que no es de su interés tener un motor en perfecto funcionamiento; ruedas bien mantenidas; repuestos disponibles. A continuación, se indica la Figura 31, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 31

Pregunta No. 10: ¿Motor en perfecto funcionamiento; ruedas bien mantenidas; repuestos disponibles?

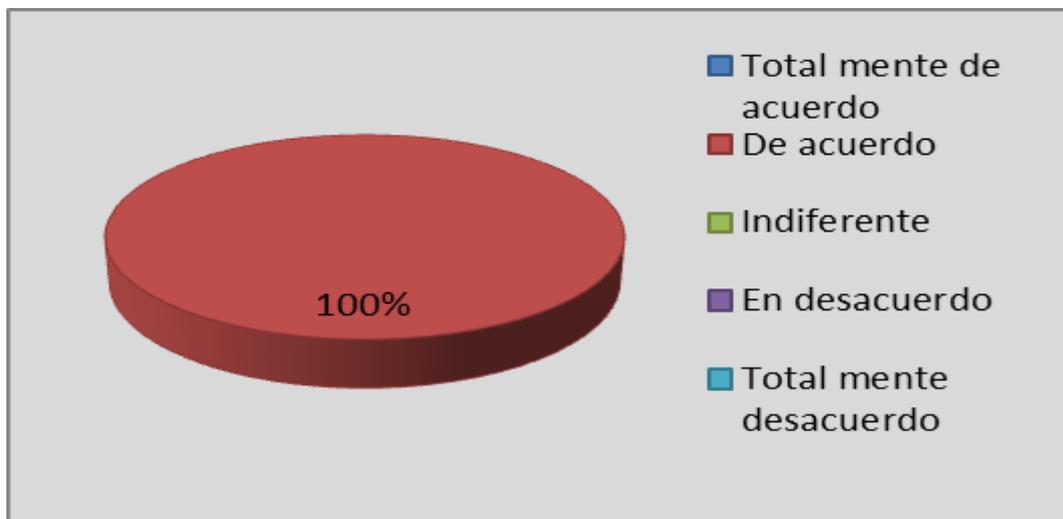


Fuente: Autoría propia

De parte de Coostransguachucal y Taxis la sabana los cuales dan a conocer que están de acuerdo con la importancia de aportar los cinturones de seguridad en sus vehículos. A continuación, se indica la Figura 32, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 32

Pregunta No. 11: ¿Cinturones de seguridad en vehículos?

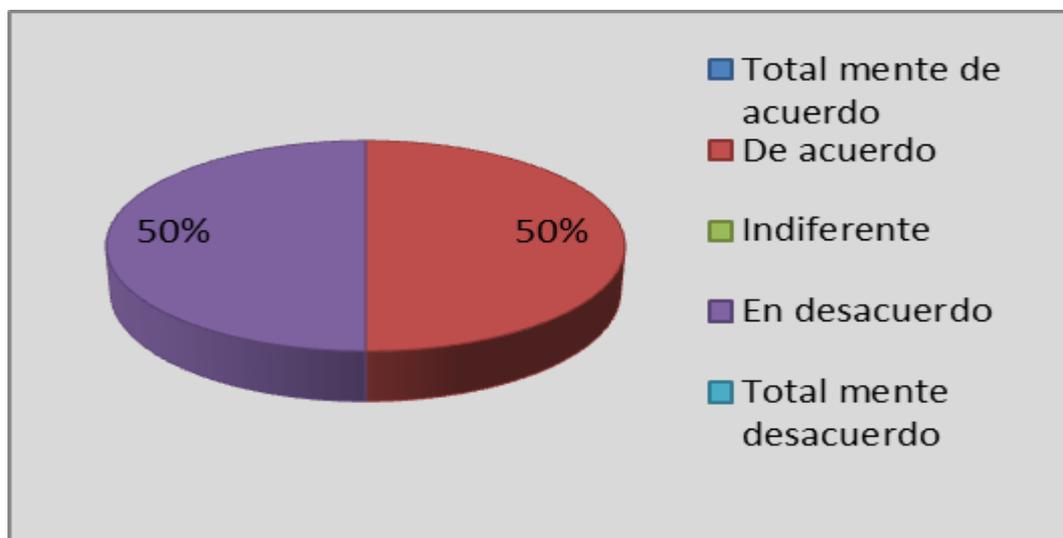


Fuente: Autoría propia

Se da como respuesta totalmente de acuerdo de parte de Coostransguachucal, a lo que contesta que es importante tener faros adecuados para la lluvia y la neblina esto quiere decir que si son aplicados por parte de su empresa; sin embargo Taxis la sabana dan a conocer que están en desacuerdo y que no es de su interés tener faros adecuados para cada ocasión. A continuación, se indica la Figura 33, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 33

Pregunta No. 12: ¿Faros adecuados para lluvia o neblina?



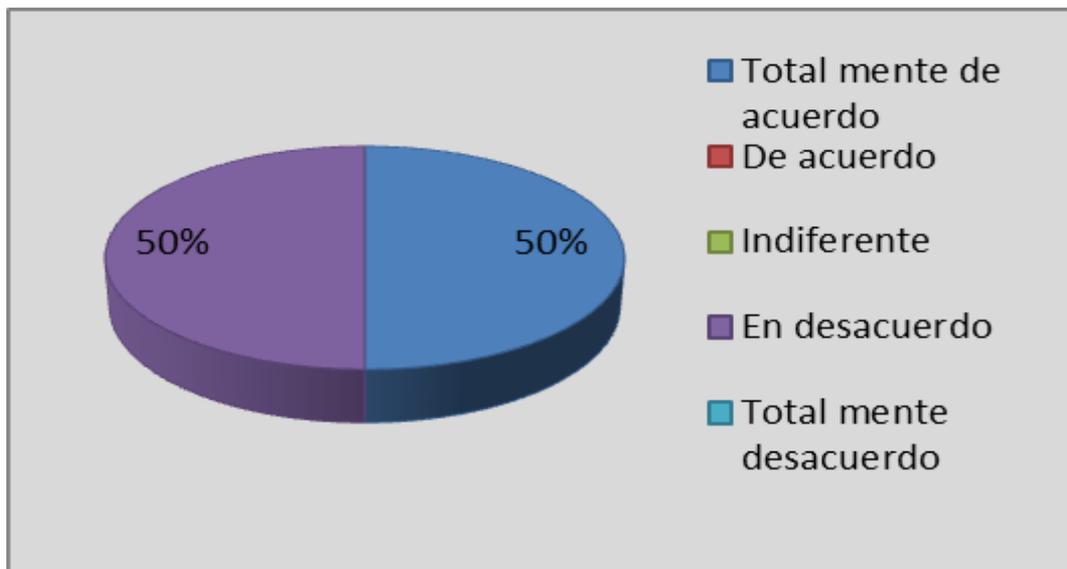
Fuente: Autoría propia

Se da como respuesta totalmente de acuerdo de parte de Coostransguachucal, lo que refiere la importancia de tener la caja de herramientas completa y en buen estado en cada uno de sus vehículos; Lo contrario a Taxis la sabana los cuales dan a conocer que están en desacuerdo y que no es de su interés dar prioridad a la caja de herramientas en sus vehículos.

A continuación, se indica la Figura 34, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 34

Pregunta No. 13: ¿Caja de herramientas completa y en buen estado para reparaciones mecánicas y eléctricas?

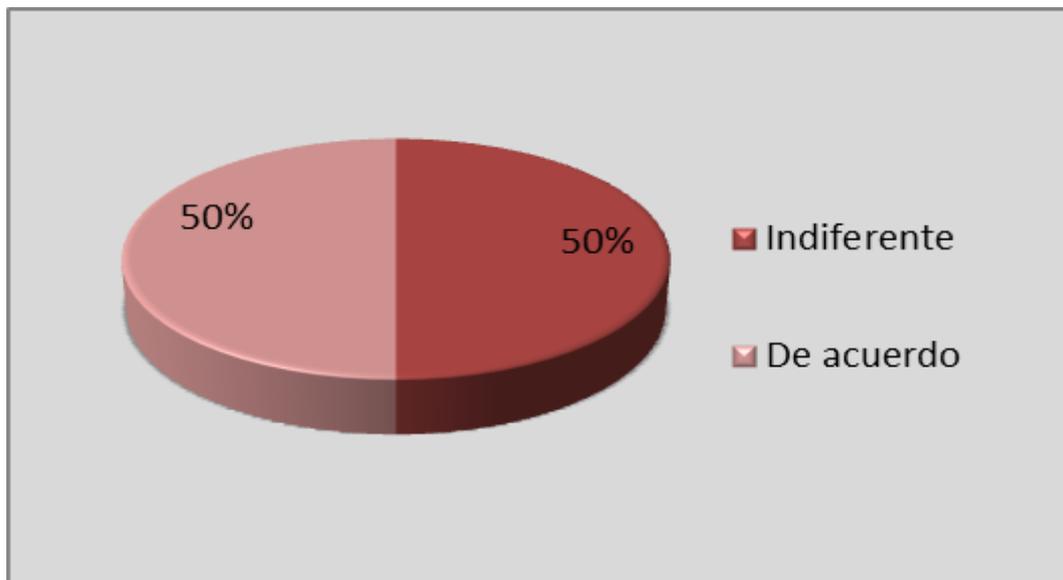


Fuente: Autoría propia

Se da como respuesta de acuerdo de parte de Coostransguachucal, lo que refiere la importancia de que los caballos, asnos y llamas estén en perfecta salud, bien alimentadas y con arneses adecuados; Lo contrario a Taxis la sabana los cuales dan a conocer su indiferencia a el tema de que los caballos, asnos y llamas estén en perfecta salud, bien alimentadas y con arneses adecuados. A continuación, se indica la Figura 35, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 35

Pregunta No. 14: ¿En perfecta salud, bien alimentadas y con arneses adecuados (caballos, asnos, llamas)?

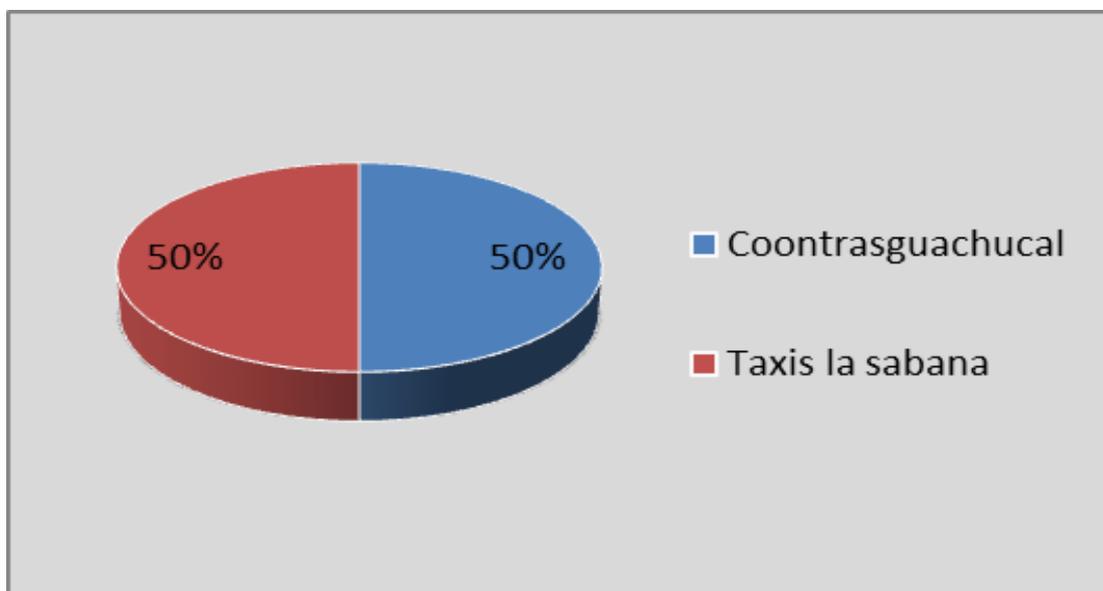


Fuente: Autoría propia

Se da como respuesta totalmente de acuerdo de parte de Coontrasguachucal y Taxis la sabana los cuales dan a conocer la importancia de que sus conductores tengan licencia profesional, conocimientos de mecánica y entrenamiento en emergencias del vehículo. A continuación, se indica la Figura 36, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 36

Pregunta No. 15: ¿Chofer con licencia profesional, conocimientos de mecánica y entrenamiento en emergencias del vehículo?



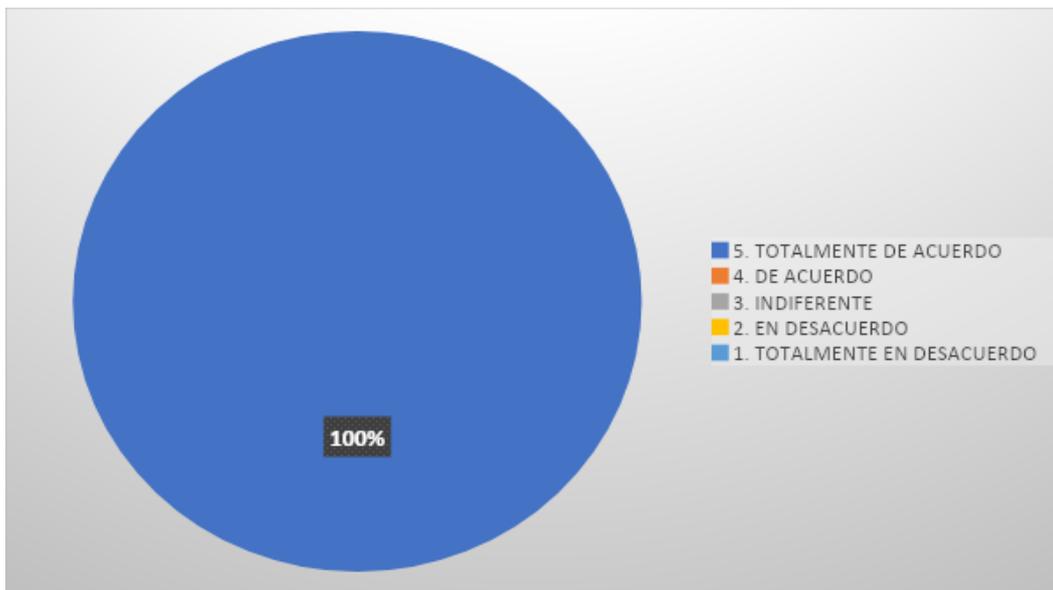
Fuente: Autoría propia

Con la anterior información observamos que el cien por ciento de servicios de transporte de Cootrasguachucal y Taxis la sabana tienen su vehículo interior en muy buen estado lo cual nos indica que los conductores se preocupan por mantener sus vehículos limpios para los turistas, y refleja un alto nivel de compromiso con la calidad del servicio y la satisfacción del cliente.

A continuación, se indica la Figura 37, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 37

Pregunta No. 16: *¿Vehículo interior: en muy buen estado y limpio?*

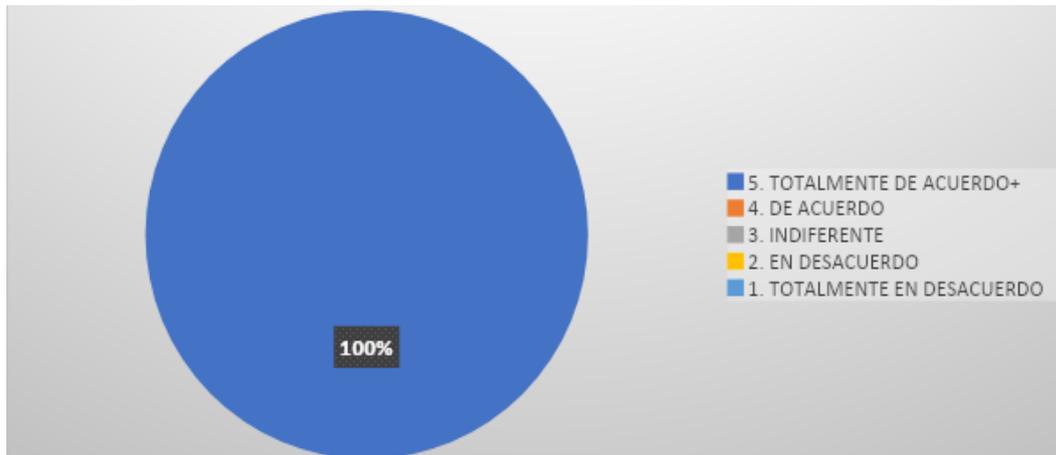


Fuente: Autoría propia

La confirmación de que todos los transportadores de Cootrasguachucal y Taxis la sabana el 100% tienen sus vehículos exteriores bien pintados y protegidos según las condiciones climáticas locales puede influir positivamente en la percepción de los turistas sobre la calidad y el profesionalismo de los servicios de transporte en la zona. Los turistas podrían sentirse más seguros y cómodos al ver que los vehículos están bien mantenidos y cuidados. Saber que los transportadores se preocupan por el mantenimiento de sus vehículos podría generar confianza en la calidad y la fiabilidad del servicio de transporte. A continuación, se indica la Figura 38, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 38

Pregunta No. 17: ¿Vehículo exterior: bien pintado y protegido según las condiciones climáticas de la zona?



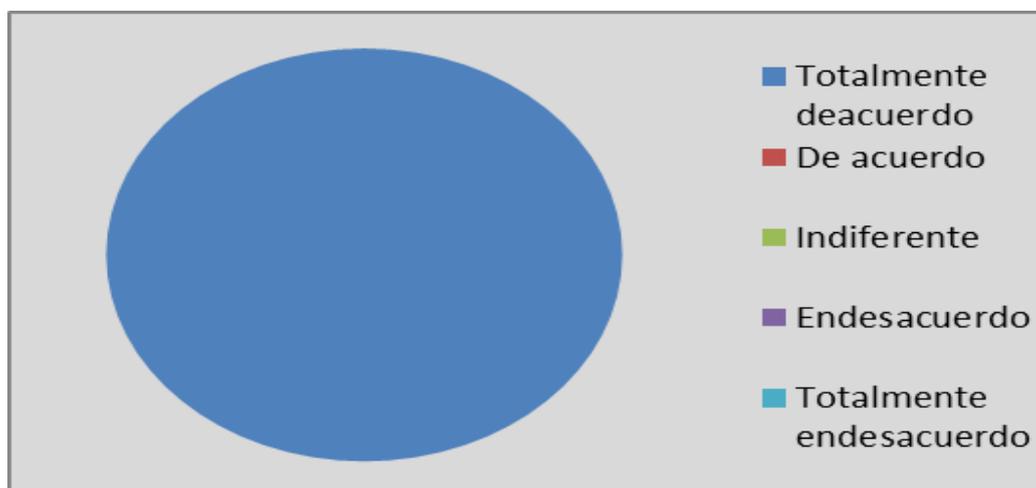
Fuente: Autoría propia

Los letreros informativos pueden ser útiles para proporcionar orientación y comunicación a los turistas, especialmente si contienen información relevante sobre destinos turísticos, puntos de interés, horarios de tours, etc. Esto facilita la navegación y la planificación del viaje para los turistas, mejorando su experiencia general. Teniendo en cuenta lo anterior se obtuvo como respuesta que el Cootransguachucal y Taxis la sabana están totalmente de acuerdo lo que da a conocer que los servicios de transporte del municipio de Guachucal cuentan con la decoración necesaria.

A continuación, se indica la Figura 39, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 39

Pregunta No. 18: ¿Decoración con motivos locales, nombre del vehículo, logos y letreros informativos?

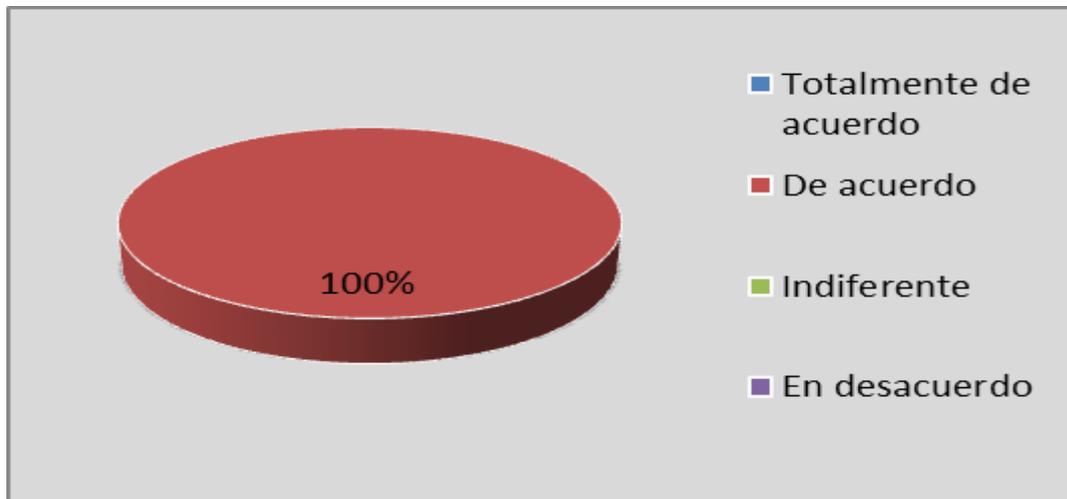


Fuente: Autoría propia

Según los servicios de transporte el 100% está de acuerdo reflejando un buen trato para los viajeros por parte de Cotransguachucal y Taxis La Sabana. A continuación, se indica la Figura 40, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 40

Pregunta No. 19: ¿Trato afable, cortés y servicial a los viajeros?

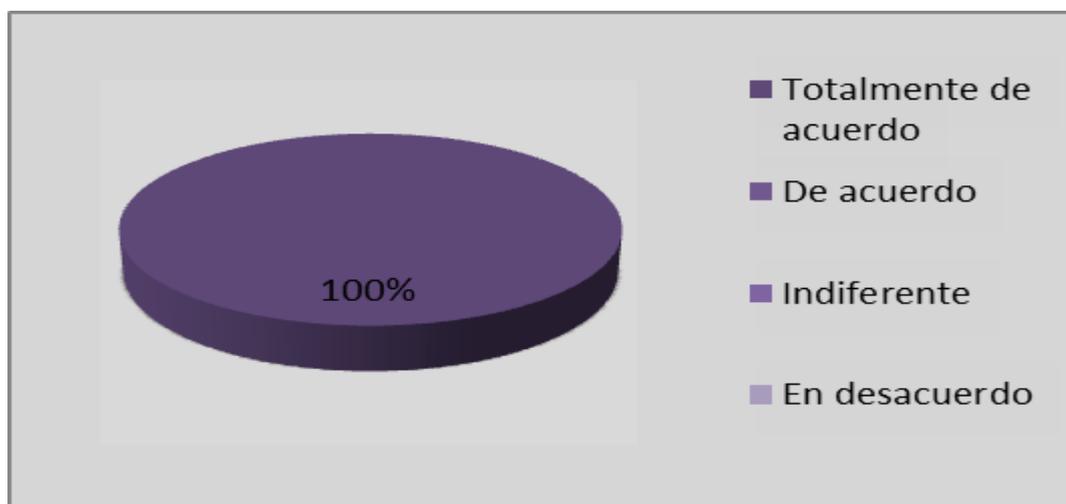


Fuente: Autoría propia

El hecho de que todos los encuestados estén totalmente de acuerdo puede reflejar una gran confianza en la capacidad de la agencia para organizar y ejecutar los viajes de manera efectiva y sin contratiempos. El cumplimiento de los horarios y del itinerario prometido contribuye significativamente a una experiencia de viaje más placentera y sin estrés para los turistas. A continuación, se indica la Figura 41, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 41

Pregunta No. 20: ¿Respetar horarios, evitar retrasos y cumplir con el itinerario prometido al turista?

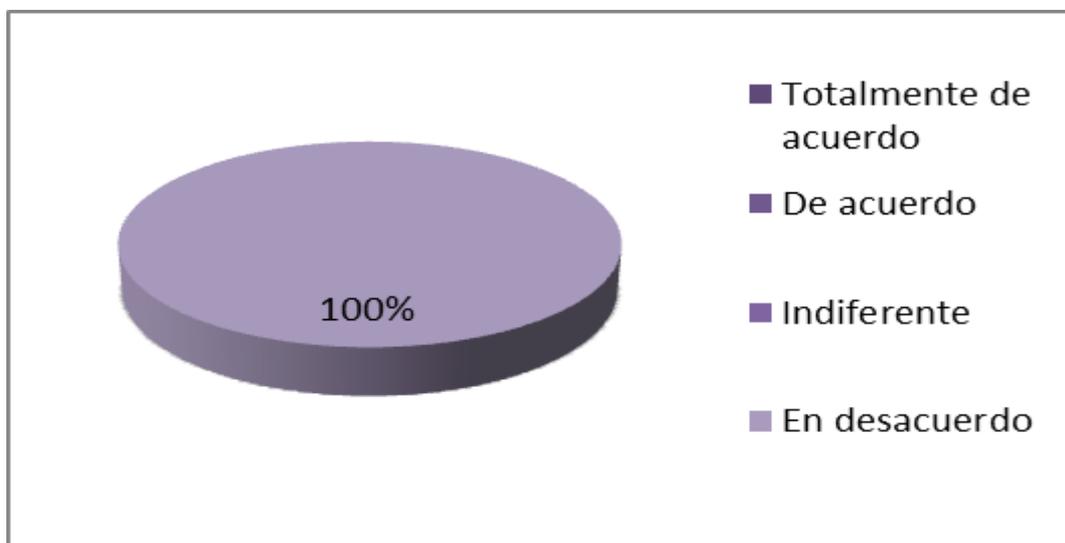


Fuente: Autoría propia

El 100% está en desacuerdo debido a que los servicios de transporte cootransguachucal taxis la sabana no cuenta con personal que maneje un segundo idioma. A continuación, se indica la Figura 42, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 42

Pregunta No. 21: ¿Indique el número de personas que manejan un segundo idioma en su establecimiento?

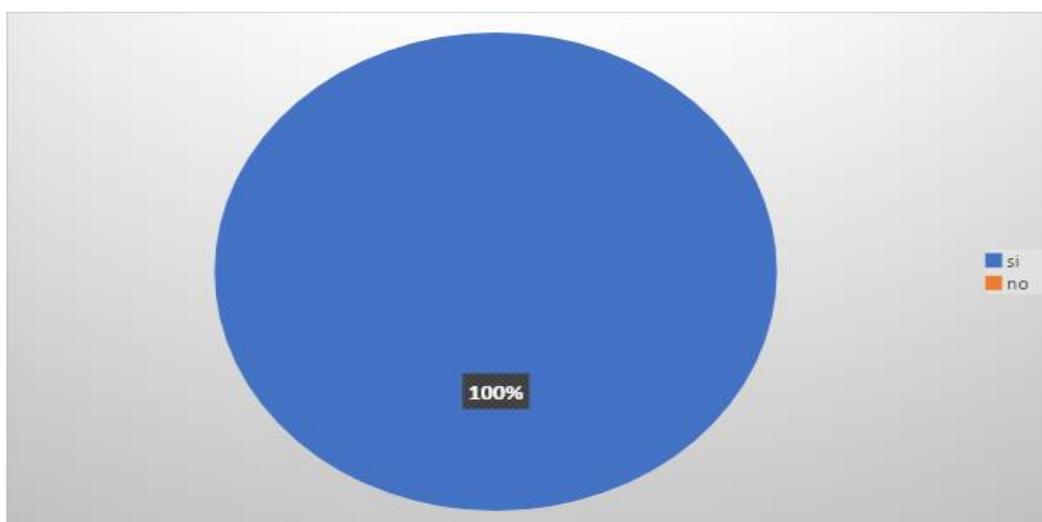


Fuente: Autoría propia

El 100% de respuesta que si se realizan acciones en el servicio de transporte cootransguachucal taxis la sabana en base a promociones e incentivos a la clientela y los turistas. A continuación, se indica la Figura 43, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 43

Pregunta No. 22: ¿Realiza alguna acción para la fidelización de los clientes como promociones e incentivos?

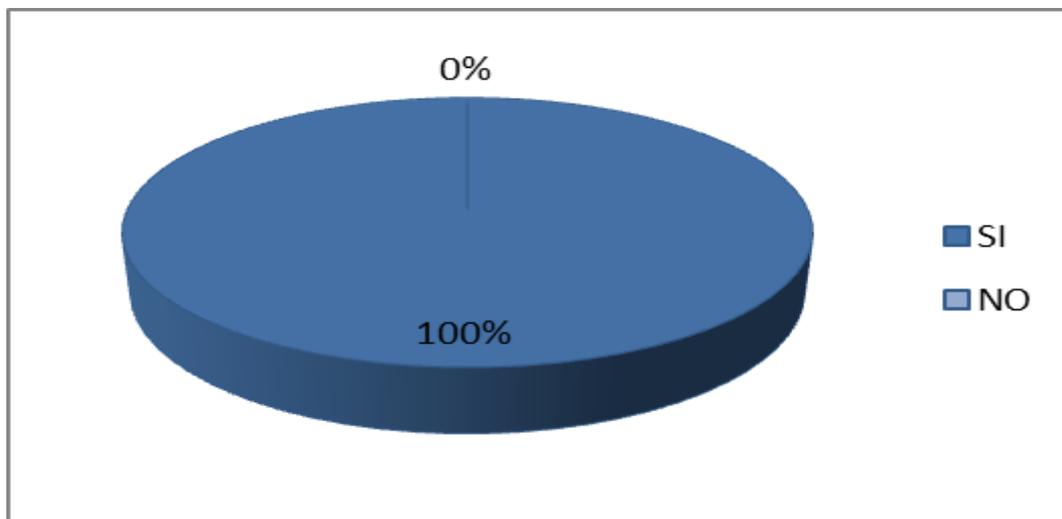


Fuente: Autoría propia

El 100% de respuesta que si se realizan capacitaciones a el personal de servicios de transporte cootransguachucal y taxis la sabana. A continuación, se indica la Figura 44, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 44

Pregunta No. 23: ¿Realiza capacitaciones al personal?

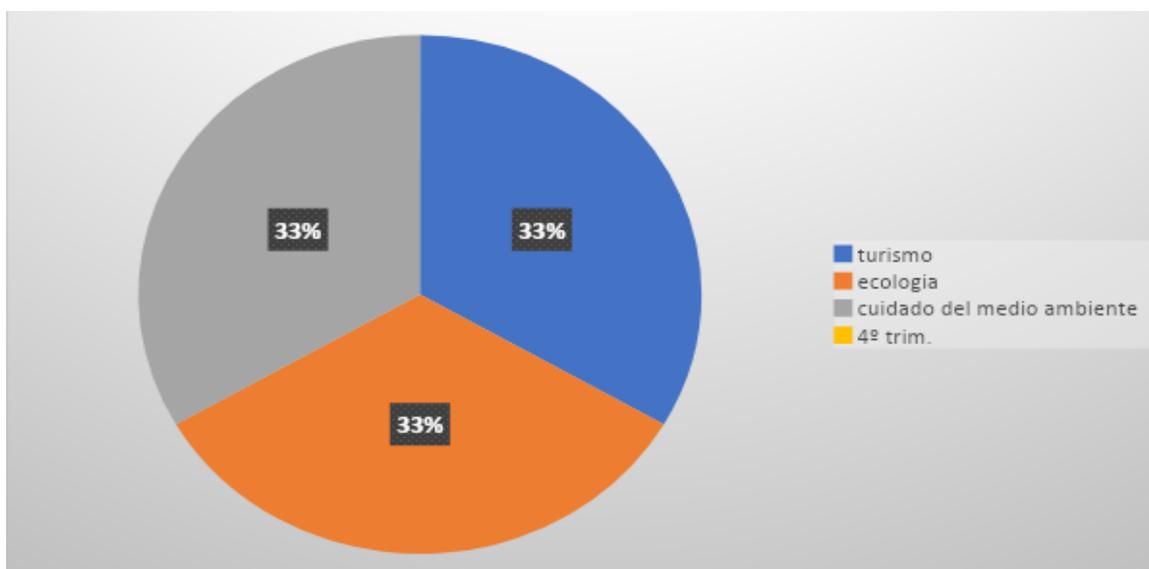


Fuente: Autoría propia

Se obtienen como respuestas el 33% en partes iguales en capacitaciones de servicio al cliente y primeros auxilios. A continuación, se indica la Figura 45, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 45

Pregunta No. 24: ¿Si contestó sí qué tipo de capacitación?

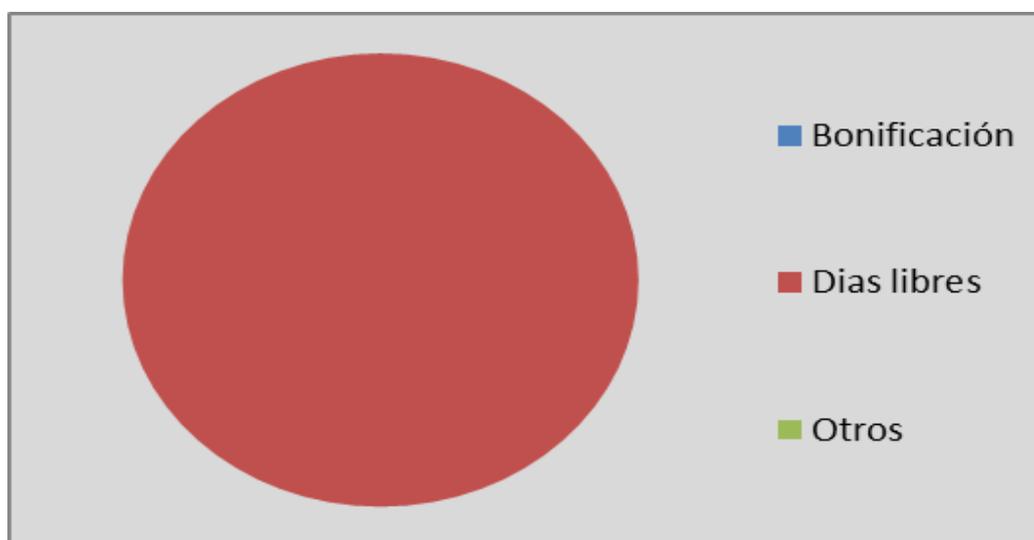


Fuente: Autoría propia

Se dan tres opciones de respuesta las cuales son Bonificación, días libres y otros, en donde los servicios de transporte cootransguachucal taxis la sabana dan uso de motivación por medio de días libres a sus trabajadores. A continuación, se indica la Figura 46, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 46

Pregunta No. 25: *¿Qué estrategias de motivación tiene para el talento humano?*

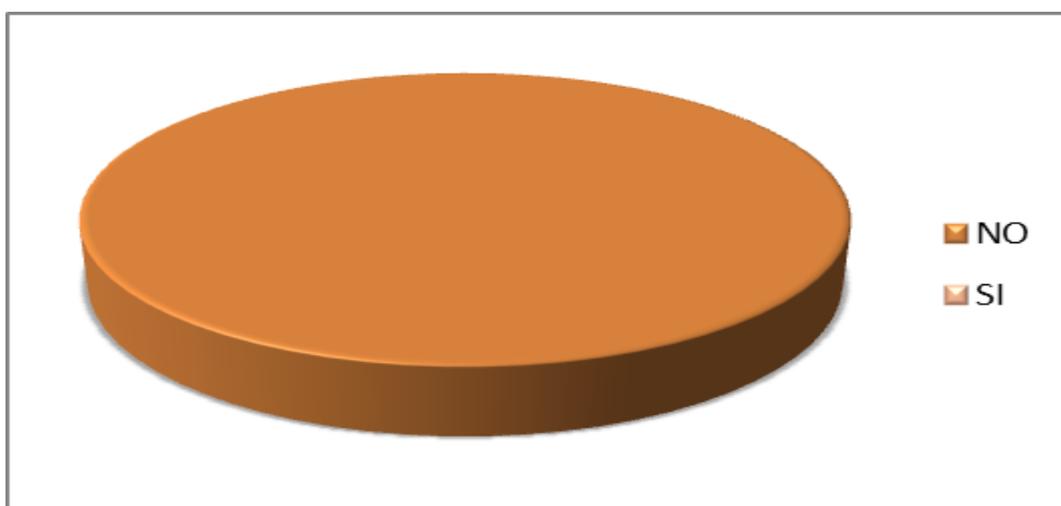


Fuente: Autoría propia

El 100% da respuesta a que la agencia de Frailejones Travel no da un seguimiento de evaluación del servicio ofrecido a sus clientes. A continuación, se indica la Figura 47, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 47

Pregunta No. 26: *¿Realiza algún proceso de evaluación y seguimiento del servicio ofrecido a sus clientes?*



Fuente: Autoría propia

4.1.4 Resultados de encuestas dirigidas a empresarios que ofrecen servicios de alojamiento (hoteles o posadas) del municipio de Guachucal Nariño.

Para este análisis encontramos que la mayoría de los hoteles expresaron satisfacción con el estado de conservación de su estructura, lo que indica que la gran mayoría percibe que su estructura, pisos, paredes, cielo raso y techos están en buenas condiciones y son estables. Aunque la mayoría está de acuerdo en que la estructura está en buen estado, hay una diferencia significativa entre el treinta y tres por ciento que está “totalmente de acuerdo” y el sesenta y seis por ciento que está “de acuerdo”. Esto podría indicar que algunos hoteles están más convencidos de la calidad de su estructura que otros. El estado de conservación de la estructura puede influir en la experiencia general del cliente en este caso de los turistas.

Obteniendo las siguientes respuestas:

Hotel imperial Guachucal: De acuerdo

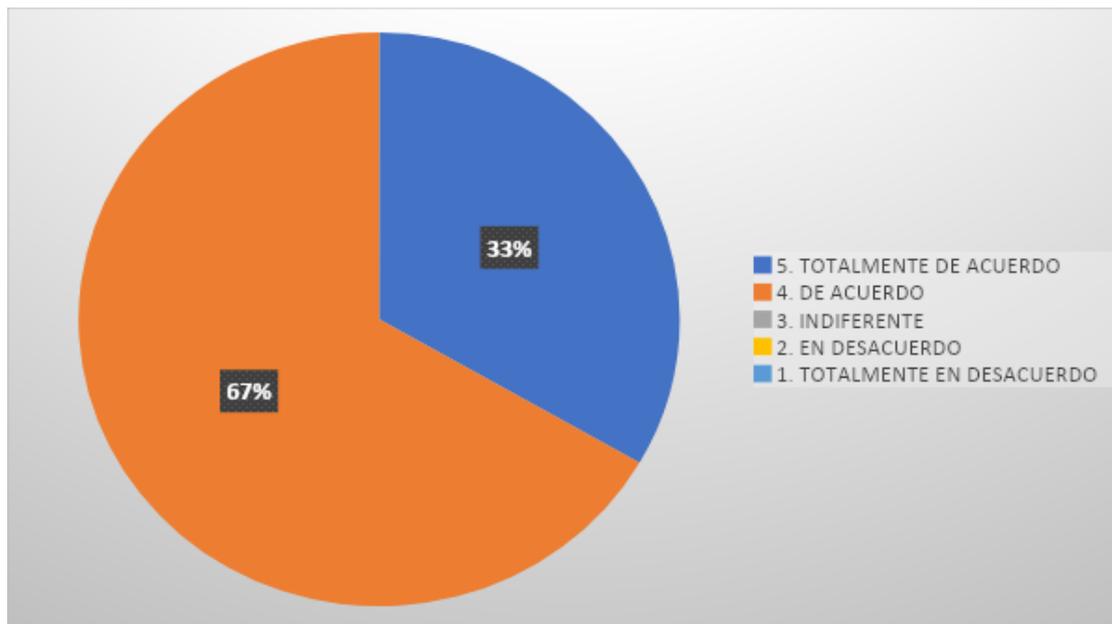
Hotel nahua real: Totalmente de acuerdo

Hotel suite colonial: De acuerdo

A continuación, se indica la Figura 48, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 48

Pregunta No.1: ¿Estado de conservación de la estructura, pisos, paredes, cielo raso y techo?



Fuente: Autoría propia

Los turistas valoran la seguridad y el confort durante su estancia. Si el 33% está totalmente de acuerdo y el 67% está de acuerdo en que los elementos móviles como puertas y ventanas están en buen estado, esto sugiere que la mayoría de los encuestados perciben que el establecimiento se preocupa por mantener un ambiente seguro y cómodo para sus huéspedes,

Elementos como puertas y ventanas en buen estado contribuyen a una experiencia de cliente positiva al proporcionar un ambiente acogedor y funcional.

Obteniendo las siguientes respuestas:

Hotel imperial Guachucal: De acuerdo

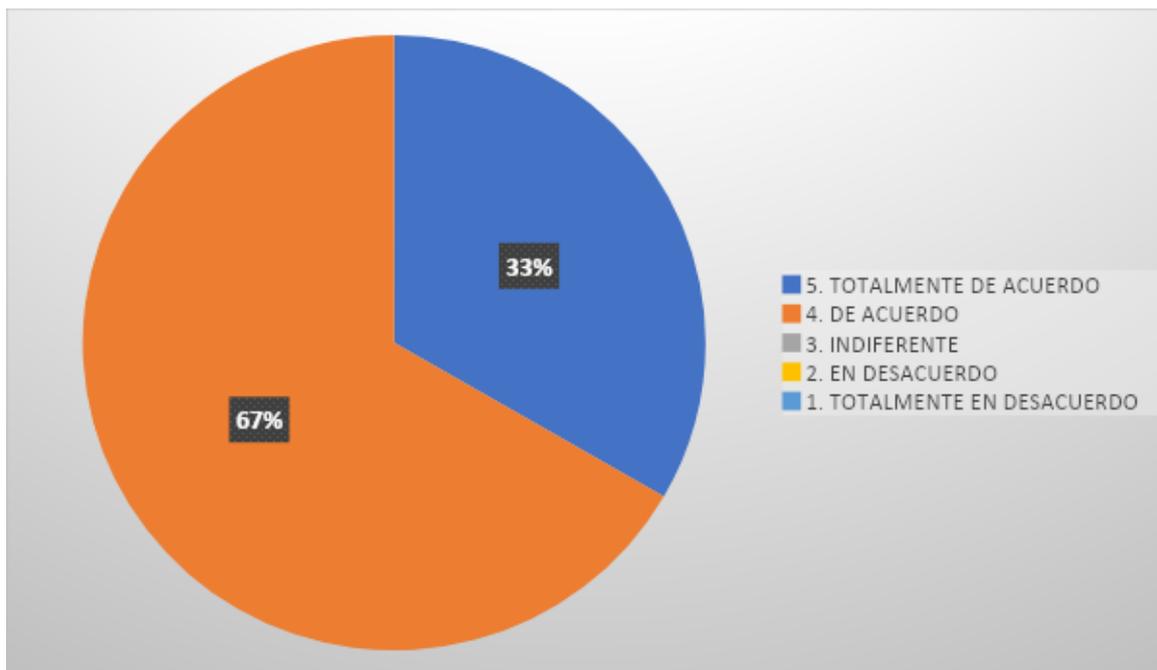
Hotel nahua real: Totalmente de acuerdo

Hotel suite colonial: De acuerdo

A continuación, se indica la Figura 49, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 49

Pregunta No.2: ¿Estado de conservación de elementos móviles: Puertas, ventanas?



Fuente: Autoría propia

El hecho de que el 67% de los encuestados estén totalmente de acuerdo en que los espacios públicos están organizados para facilitar el acceso y la circulación fluida de las personas es una señal positiva. Esto sugiere que la mayoría percibe que los espacios públicos están diseñados de manera que los turistas puedan moverse cómodamente y acceder a diferentes áreas del destino de manera eficiente. Lo que puede atraer a más visitantes y mejorar la reputación del lugar como un destino turístico deseable. Se recomienda que el 33% de los demás establecimientos mejoren este aspecto para brindar una mejor experiencia al turista.

Obteniendo las siguientes respuestas:

Hotel imperial Guachucal: Indiferente

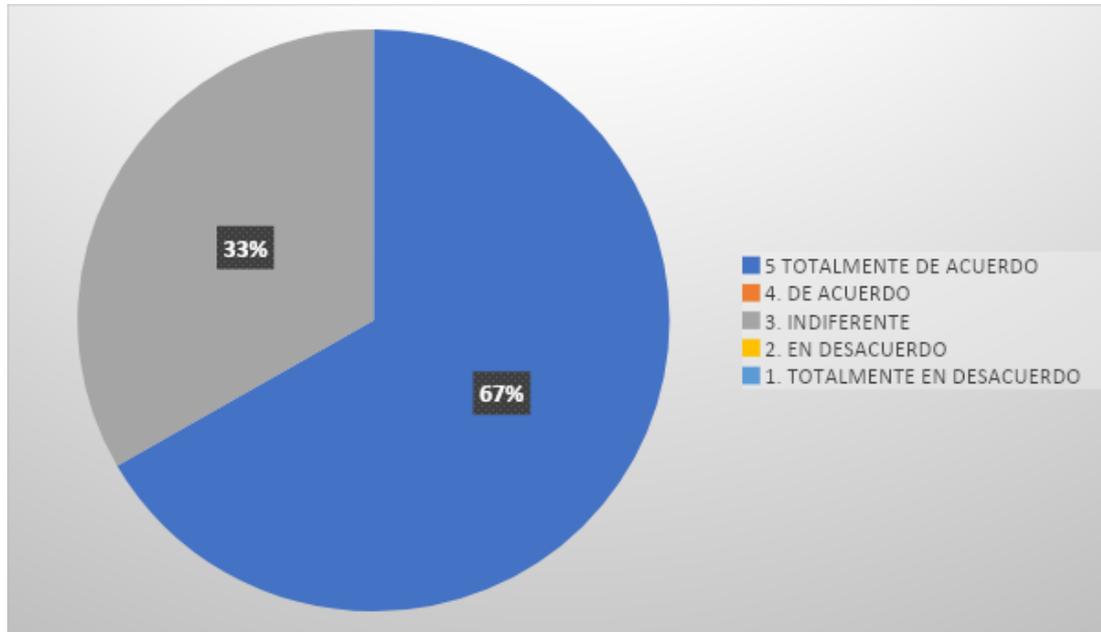
Hotel nahua real: Totalmente de acuerdo

Hotel suite colonial: Totalmente de acuerdo

A continuación, se indica la Figura 50, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 50

Pregunta No. 3: ¿Espacios públicos organizados para facilitar el acceso y la circulación fluida de las personas?



Fuente: Autoría propia

El 67% de los hoteles que están totalmente de acuerdo sugiere que la mayoría valora y aprecia la autenticidad cultural y el enfoque sostenible en el diseño y la construcción del hotel.

Sin embargo, el 33% que es indiferente podría indicar que algunos hoteles no consideran esta característica como un factor importante o prioritario en su oferta. Los hoteles que están totalmente de acuerdo pueden utilizar esta característica como un punto de venta único para atraer a clientes interesados en la cultura local y la sostenibilidad ambiental. Por otro lado, los hoteles que son indiferentes pueden perder oportunidades de diferenciarse en el mercado si no aprovechan esta característica en su estrategia de marketing.

Obteniendo las siguientes respuestas:

Hotel imperial Guachucal: Indiferente

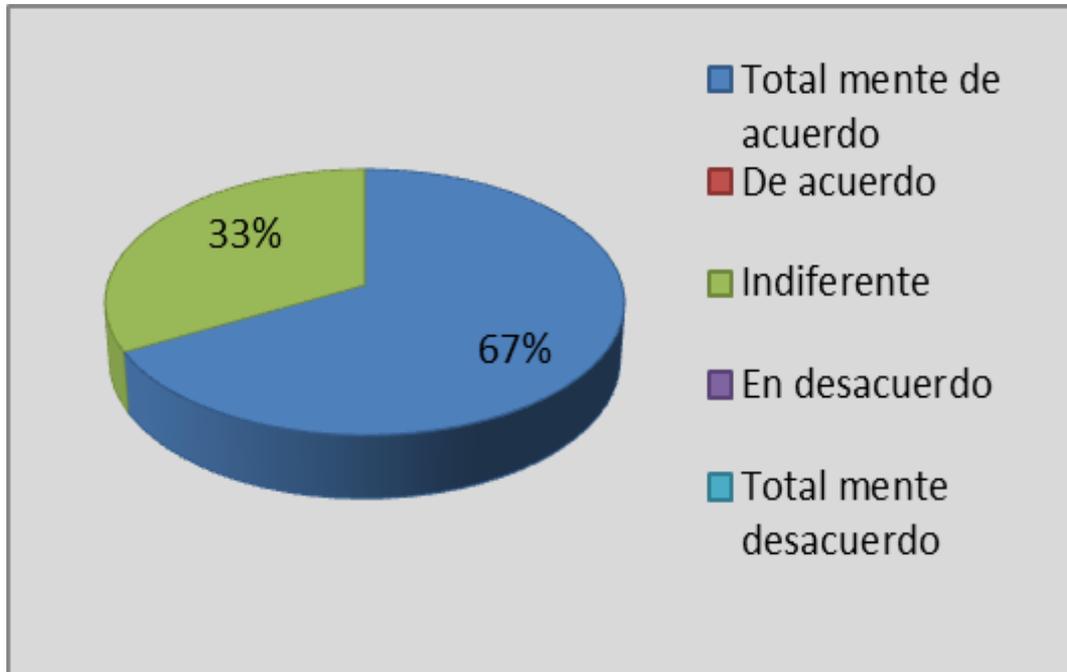
Hotel nahua real: Totalmente de acuerdo

Hotel suite colonial: Totalmente de acuerdo

A continuación, se indica la Figura 51, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 51

Pregunta No. 4: ¿Hotel diseñado y construido de acuerdo al estilo de la cultura local con materiales sólidos de origen local en armonía con el entorno en función de las condiciones climáticas?



Fuente: Autoría propia

La combinación de respuestas de acuerdo y totalmente de acuerdo (67% + 33% = 100%) sugiere que la gran mayoría de los encuestados están satisfechos con la categoría del alojamiento en relación con su calidad y nivel de servicio.

Esto indica una percepción positiva general sobre el alojamiento y sugiere que cumple con las expectativas de los huéspedes en términos de estándares de calidad y comodidades.

Obteniendo las siguientes respuestas:

Hotel imperial Guachucal: De acuerdo

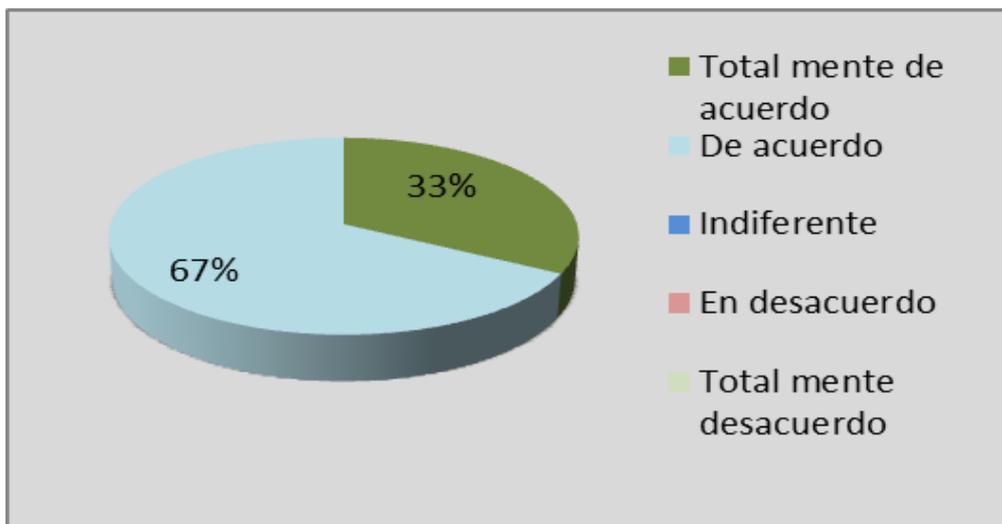
Hotel nahua real: Totalmente de acuerdo

Hotel suite colonial: Totalmente de acuerdo

A continuación, se indica la figura 52, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 52

Pregunta No. 5: ¿Acorde con la categoría del alojamiento?



Fuente: Autoría propia

La combinación de respuestas de acuerdo y totalmente de acuerdo (67% + 33% = 100%) sugiere que la gran mayoría de los encuestados están satisfechos con el uso adecuado de materiales y diseños en el alojamiento dependiendo del negocio y su localización.

Obteniendo las siguientes respuestas:

Hotel imperial Guachucal: De acuerdo

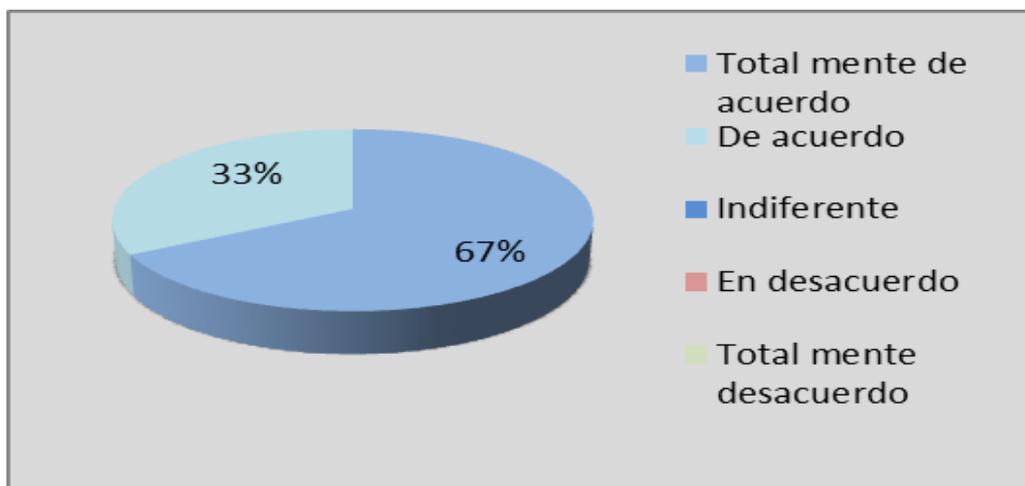
Hotel nahua real: Totalmente de acuerdo

Hotel suite colonial: Totalmente de acuerdo

A continuación, se indica la figura 53, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 53

Pregunta No. 6: ¿Sólido, uso de materiales y diseños locales, según la categoría del negocio y su localización?



Fuente: Autoría propia

Se obtuvo como respuesta un 67% totalmente de acuerdo dando a conocer que el uso de materiales y diseños locales, según la categoría del negocio y su localización dan efectividad a la calidad de los servicios a sus clientes. Mientras que el 33% se ubica en de acuerdo que sugiere que este porcentaje de encuestados están de acuerdo con el uso adecuado de materiales y diseños en el alojamiento dependiendo el negocio y su localización. Esto indica una percepción positiva general sobre el alojamiento y sugiere que cumple con las expectativas de los huéspedes en términos de estándares de diseños de calidad.

Obteniendo las siguientes respuestas:

Hotel imperial Guachucal: De acuerdo

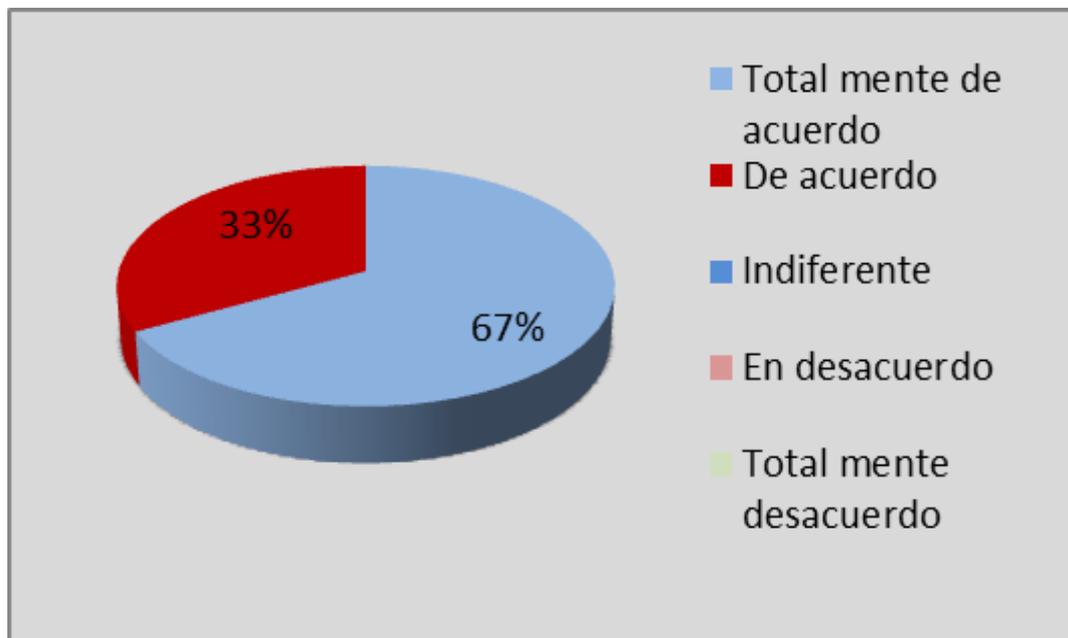
Hotel nahua real: Totalmente de acuerdo

Hotel suite colonial: Totalmente de acuerdo

A continuación, se indica la figura 54, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 54

Pregunta No. 7: ¿Uso de materiales y diseños locales, según la categoría del negocio y su localización?



Fuente: Autoría propia

La combinación de respuestas de acuerdo y totalmente de acuerdo ($67\% + 33\% = 100\%$) sugiere que la gran mayoría de los encuestados están satisfechos con el uso adecuado con la importancia de la verificación de los alimentos, aunque el 33% que está abarcando por el hotel suite colonial da a conocer una indiferencia en cuanto a lo anteriormente mencionado.

Obteniendo las siguientes respuestas:

Hotel imperial Guachucal: Totalmente de acuerdo

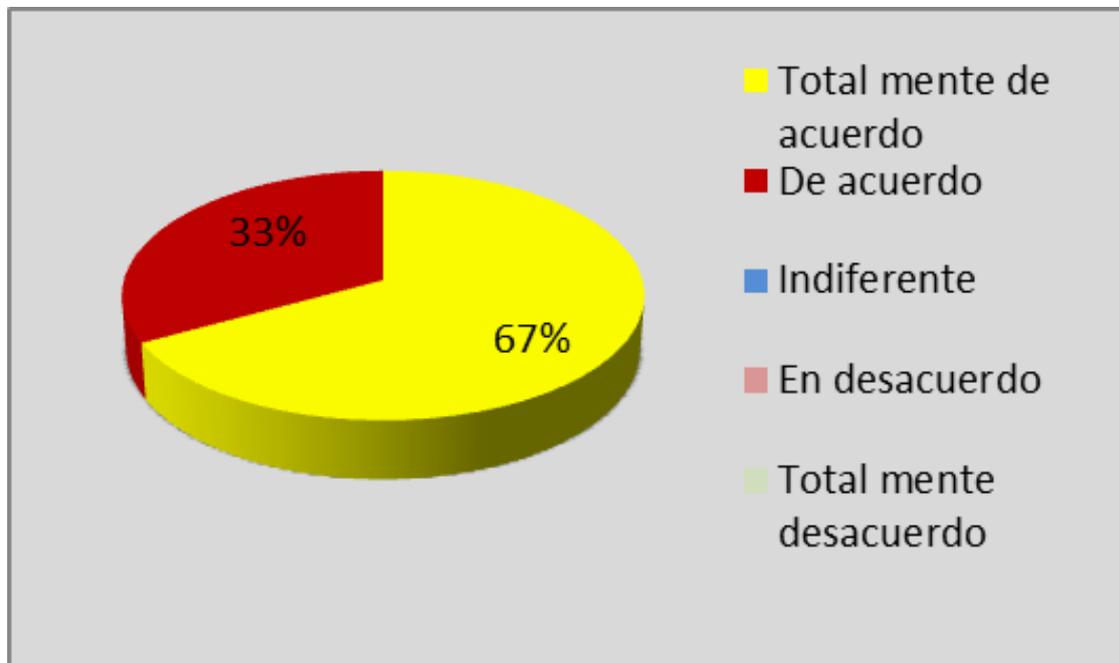
Hotel nahua real: Totalmente de acuerdo

Hotel suite colonial: Indiferente

A continuación, se indica la figura 55, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 55

Pregunta No. 8: ¿En caso de ofrecer alimentos, se verifican mediante listas de chequeo las condiciones de manejo, preparación y servido de alimentos?



Fuente: Autoría propia

La combinación de respuestas de acuerdo y totalmente de acuerdo ($67\% + 33\% = 100\%$) sugiere que la gran mayoría de los encuestados están satisfechos con el uso adecuado con la importancia del uso adecuado para los empleados que manipulan los alimentos, aunque el 33% que está abarcando por el hotel suite colonial da a conocer una indiferencia en cuanto al uso adecuado de los manipuladores de alimentos.

Obteniendo las siguientes respuestas:

Hotel imperial Guachucal: Totalmente de acuerdo

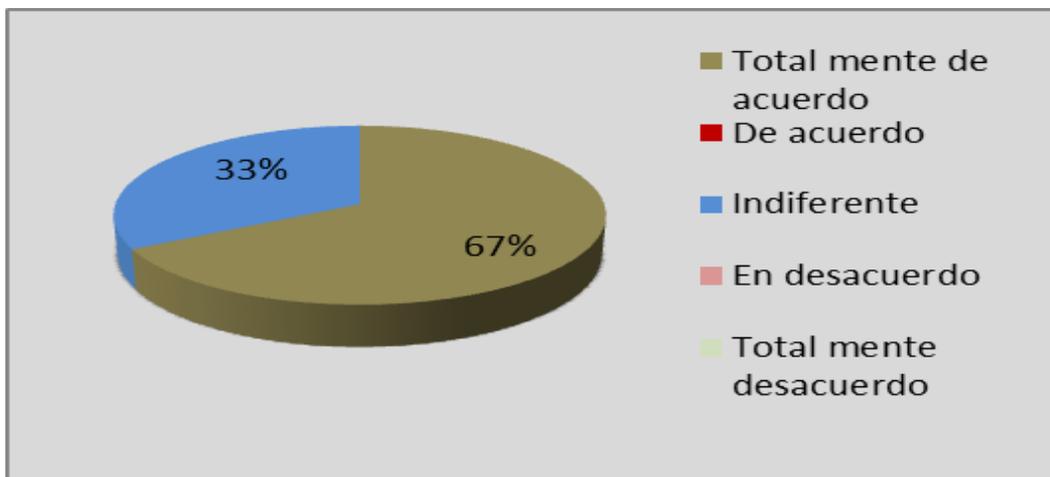
Hotel nahua real: Totalmente de acuerdo

Hotel suite colonial: Indiferente

A continuación, se indica la figura 56, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 56

Pregunta No. 9: ¿En caso de ofrecer alimentos, los empleados que manipulan alimentos utilizan uniformes adecuados (gorra o malla, delantal de color claro) limpios y calzado cerrado?



Fuente: Autoría propia

Es importante mencionar que el 100% entre el Hotel imperial Guachucal, Hotel nahua real y Hotel suite colonial de Guachucal prestan sus servicios de manera que sus clientes se sientan acogidos, con un ambiente agradable y comfortable.

Obteniendo las siguientes respuestas:

Hotel imperial Guachucal: Totalmente de acuerdo

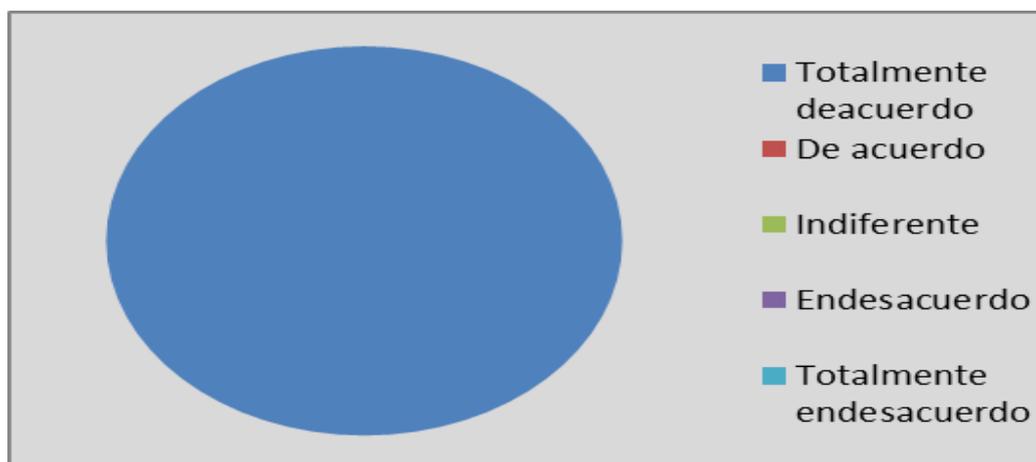
Hotel nahua real: Totalmente de acuerdo

Hotel suite colonial: Totalmente de acuerdo

A continuación, se indica la figura 57, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 57

Pregunta No. 10: ¿Acogedor, agradable y comfortable?



Fuente: Autoría propia

La combinación de respuestas de acuerdo y totalmente de acuerdo (67% + 33% = 100%) sugiere que la gran mayoría de los encuestados están satisfechos con el trato afable, cortés y servicial de parte del personal a todos los clientes. Esto indica una percepción positiva general sobre el alojamiento y sugiere que los huéspedes tienen garantizado un buen trato en los alojamientos.

Obteniendo las siguientes respuestas:

Hotel imperial Guachucal: De acuerdo

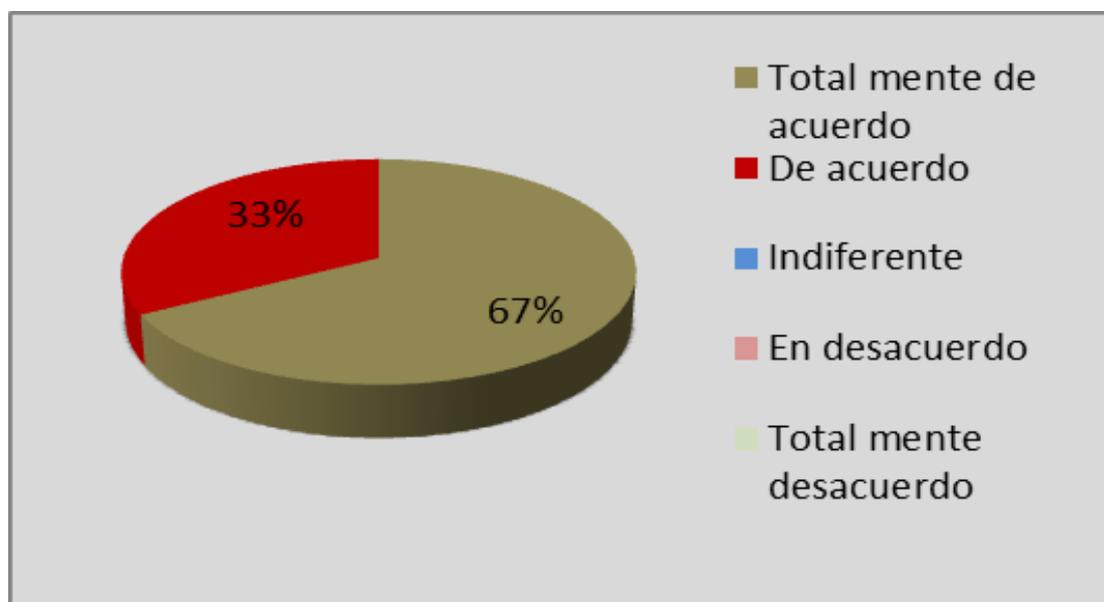
Hotel nahua real: Totalmente de acuerdo

Hotel suite colonial. Totalmente de acuerdo

A continuación, se indica la figura 58, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 58

Pregunta No. 11: ¿Rápida y esmerada; trato afable, cortés y servicial del personal a todo cliente?



Fuente: Autoría propia

La combinación de respuestas de acuerdo y totalmente de acuerdo sugiere que la gran mayoría prestan la atención necesaria para la información y rótulos preventivos de riesgos y peligrosos en el uso diaria de los equipos. Esto indica una percepción positiva general sobre el la garantía de la prevención a los riesgos y peligros en los equipos que manipulan en los alojamientos.

Obteniendo las siguientes respuestas:

Hotel imperial Guachucal: Totalmente de acuerdo

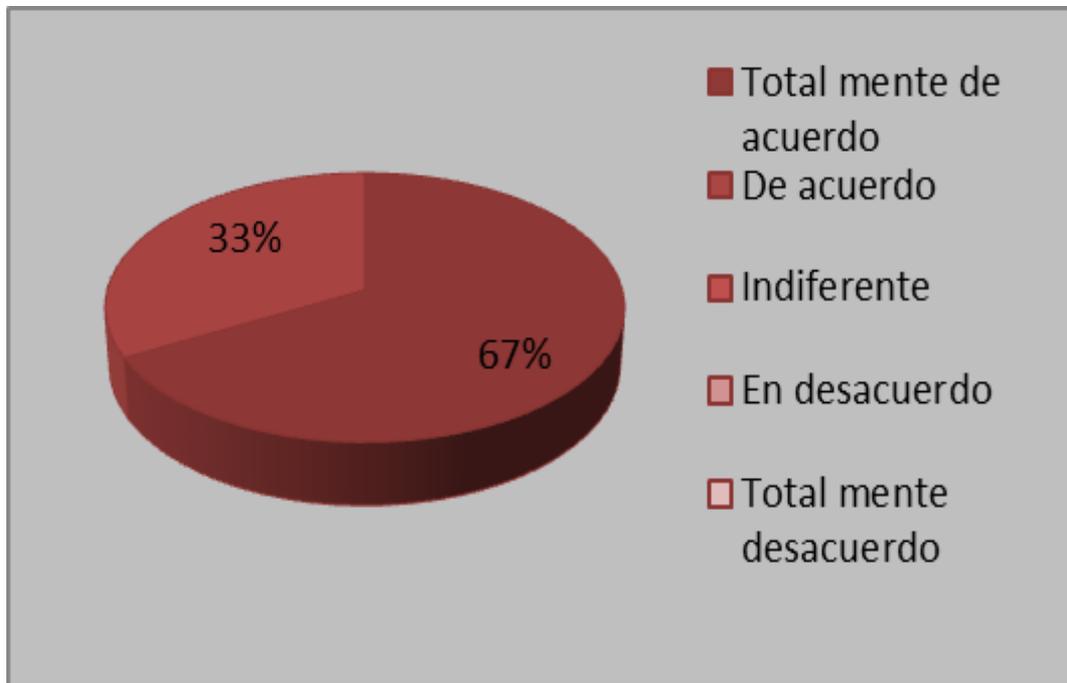
Hotel nahua real: Totalmente de acuerdo

Hotel suite colonial: De acuerdo

A continuación, se indica la figura 59, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 59

Pregunta No. 12: ¿Información y rótulos preventivos de riesgos y peligros en el uso diario de los equipos?



Fuente: Autoría propia

La combinación de respuestas de acuerdo y totalmente de acuerdo (33% + 67% = 100%) sugiere que la gran mayoría de los encuestados están satisfechos con el uso de dispositivos de protección de rampas, pisos resbalosos y lugares con peligro de caídas.

Obteniendo las siguientes respuestas:

Hotel imperial Guachucal: Totalmente de acuerdo

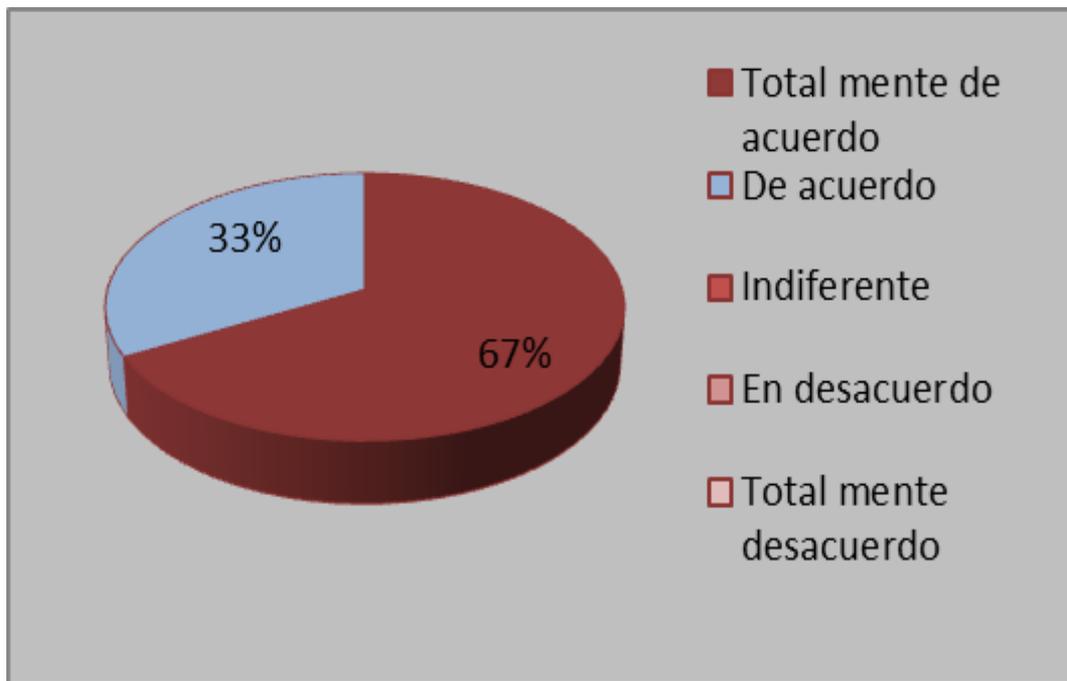
Hotel nahua real: Totalmente de acuerdo

Hotel suite colonial: De acuerdo

A continuación, se indica la figura 60, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 60

Pregunta No. 13: ¿Dispositivos de protección de rampas, pisos resbalosos y lugares con peligro de caídas?



Fuente: Autoría propia

La combinación de respuestas de acuerdo y totalmente de acuerdo sugiere que la gran mayoría de los encuestados están satisfechos con el uso adecuado de personal bien entrenado para emergencias, Equipo de primeros auxilios visible y accesible (Botiquín, incendios y catástrofes naturales) Vías de evacuación bien señalizadas, de fácil acceso y siempre despejadas. Se cuenta con un plan de evacuación. Esto indica también que se debe fortalecer este punto importante en los alojamientos de Hotel Imperial y Hotel Suite.

Obteniendo las siguientes respuestas:

Hotel imperial Guachucal: De acuerdo

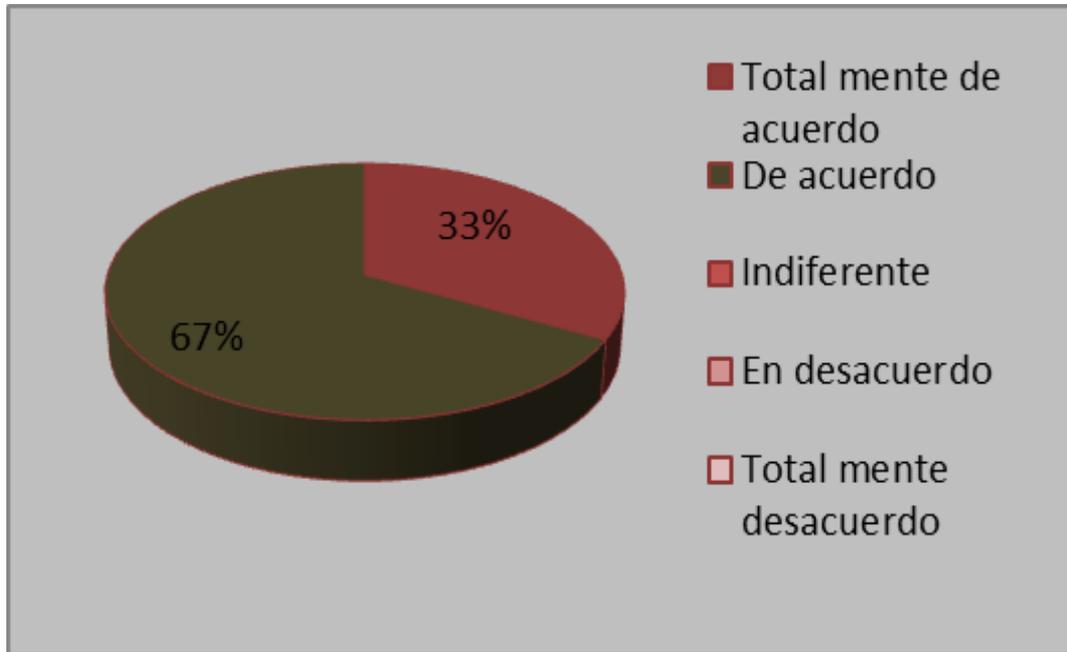
Hotel nahua real: Totalmente de acuerdo

Hotel suite colonial: De acuerdo

A continuación, se indica la figura 61, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 61

Pregunta No. 14: ¿Personal bien entrenado para emergencias, equipo de primeros auxilios visible y accesible (Botiquín, incendios y catástrofes naturales), Vías de evacuación bien señalizadas, de fácil acceso y siempre despejadas; se cuenta con un plan de evacuación?



Fuente: Autoría propia

La combinación de respuestas de acuerdo y indiferente dan como respuesta los tres alojamientos de Guachucal dando a conocer que el Hotel Nahua Real es indiferente con respecto a contar con los equipos de protección personal en función de las actividades realizadas.

Obteniendo las siguientes respuestas:

Hotel imperial Guachucal: De acuerdo

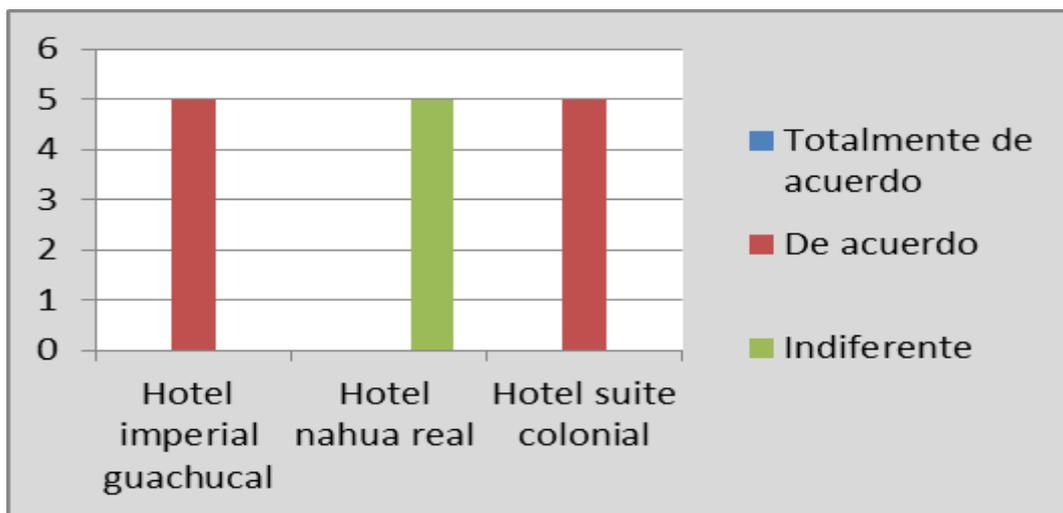
Hotel nahua real: Indiferente

Hotel suite colonial: De acuerdo

A continuación, se indica la figura 62, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 62

Pregunta No. 15: ¿Se cuenta con los equipos de protección personal en función de las actividades realizadas?



Fuente: Autoría propia

Las respuestas obtenidas fueron totalmente el 100% indiferente lo que sugiere que los tres alojamiento de Guachucal no prestan la recepción de pagos electrónicos.

Obteniendo las siguientes respuestas:

Hotel imperial Guachucal: Indiferente

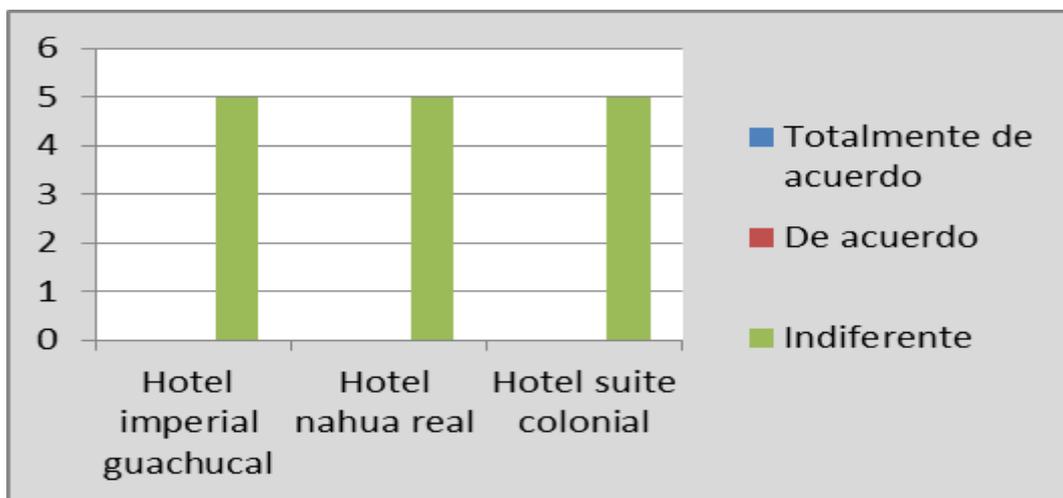
Hotel nahua real: Indiferente

Hotel suite colonial: Indiferente

A continuación, se indica la figura 63 la respuesta a la pregunta anterior.

Figura 63

Pregunta No. 16: ¿Tiene establecido un procedimiento para la recepción de pagos electrónicos?



Fuente: Autoría propia

La combinación de respuestas da a conocer que el Hotel Nahua el cual si presta servicios complementarios al de alojamiento (estacionamiento, gimnasio, lavandería y otros), mientras que los otros dos hoteles se muestran indiferentes a el respeto.

Hotel imperial Guachucal: Indiferente

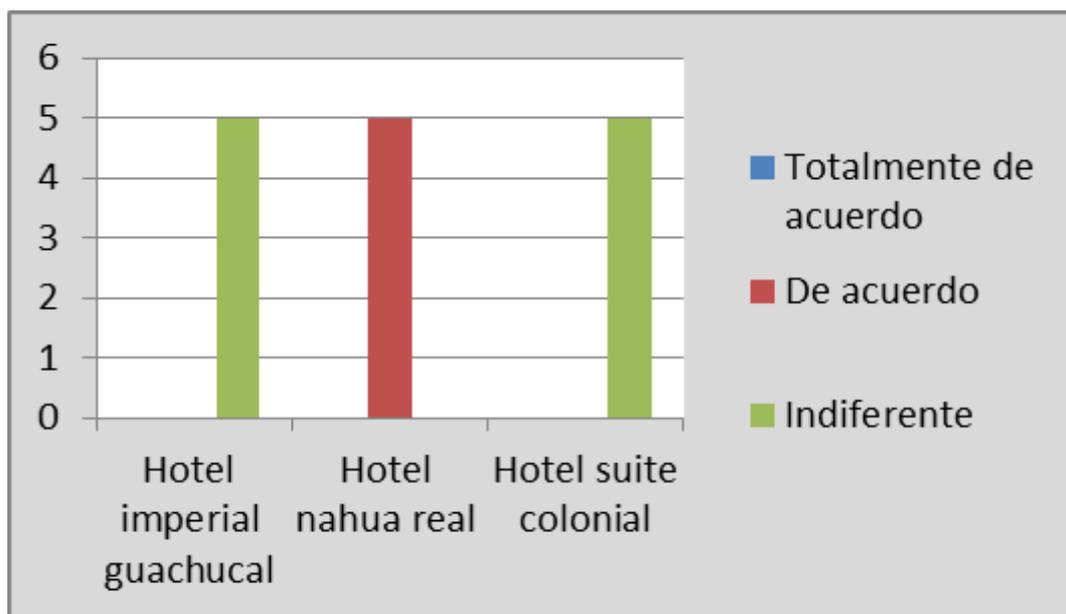
Hotel nahua real: De acuerdo

Hotel suite colonial: Indiferente

A continuación, se indica la figura 64, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 64

Pregunta No. 17: ¿El establecimiento presta servicios complementarios al de alojamiento? (estacionamiento, gimnasio, lavandería y otros)?



Fuente: Autoría propia

La combinación de respuestas de acuerdo y totalmente de acuerdo sugiere que la gran mayoría de los encuestados están satisfechos con el uso adecuado con respecto a la actitud acogedora y vestimenta adecuada del personal en sus alojamientos. Esto indica una percepción positiva general sobre el la garantía de buena actitud y una buena presentación del personal de los alojamientos de Guachucal.

Obteniendo las siguientes respuestas:

Hotel imperial Guachucal: De acuerdo

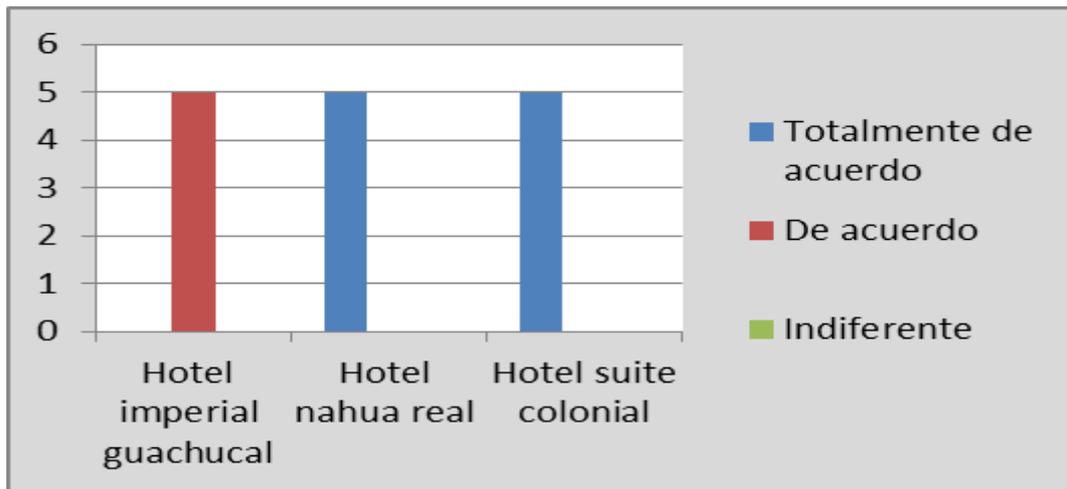
Hotel nahua real: Totalmente de acuerdo

Hotel suite colonial: Totalmente de acuerdo

A continuación, se indica la figura 65, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 65

Pregunta No. 18: ¿Actitud acogedora y vestimenta adecuada del personal



Fuente: Autoría propia

Las respuestas un 100% de totalmente de acuerdo sugiere que todos los encuestados están satisfechos con el uso adecuado con el mantenimiento regular de la red eléctrica, ambiental, sanitaria y grifería (evitar fugas). Esto indica la garantía de un buen servicio y de la responsabilidad de los hoteles que prestan el alojamiento en Guachucal.

Obteniendo las siguientes respuestas:

Hotel imperial Guachucal: Totalmente de acuerdo

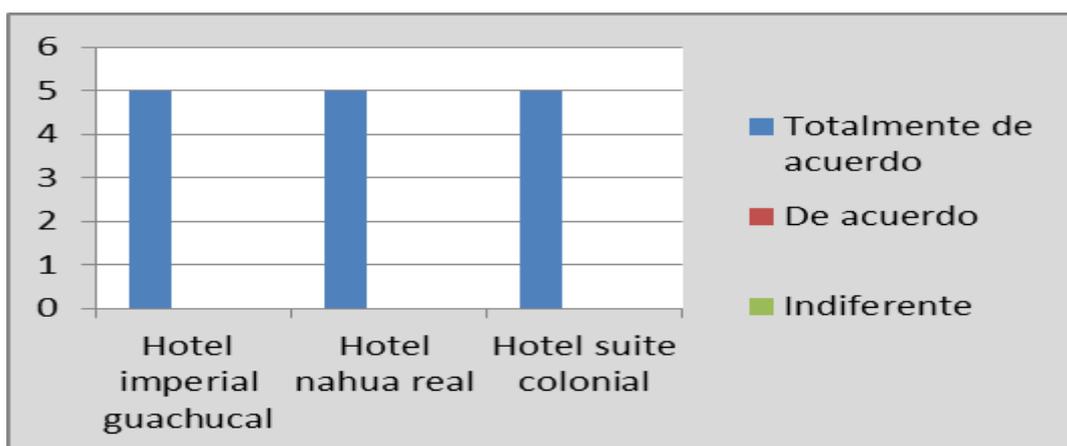
Hotel nahua real: Totalmente de acuerdo

Hotel suite colonial: Totalmente de acuerdo

A continuación, se indica la figura 66, donde se condensan las respuestas obtenidas mediante la encuesta.

Figura 66

Pregunta No. 19: ¿Mantenimiento regular de la red eléctrica, ambiental, sanitaria y grifería (evitar fugas)?



Fuente: Autoría propia

Se obtiene un 100% en las respuestas de totalmente de acuerdo lo que sugiere que todos los encuestados están satisfechos con realizar mantenimiento periódico de equipos electrónicos, gas, leña, energía solar o eólica., esto indicando un buen manejo de precaución y así evitar un riesgo a los huéspedes y trabajadores, como también garantizar el uso continuo de los alojamientos.

Obteniendo las siguientes respuestas:

Hotel imperial Guachucal: Totalmente de acuerdo

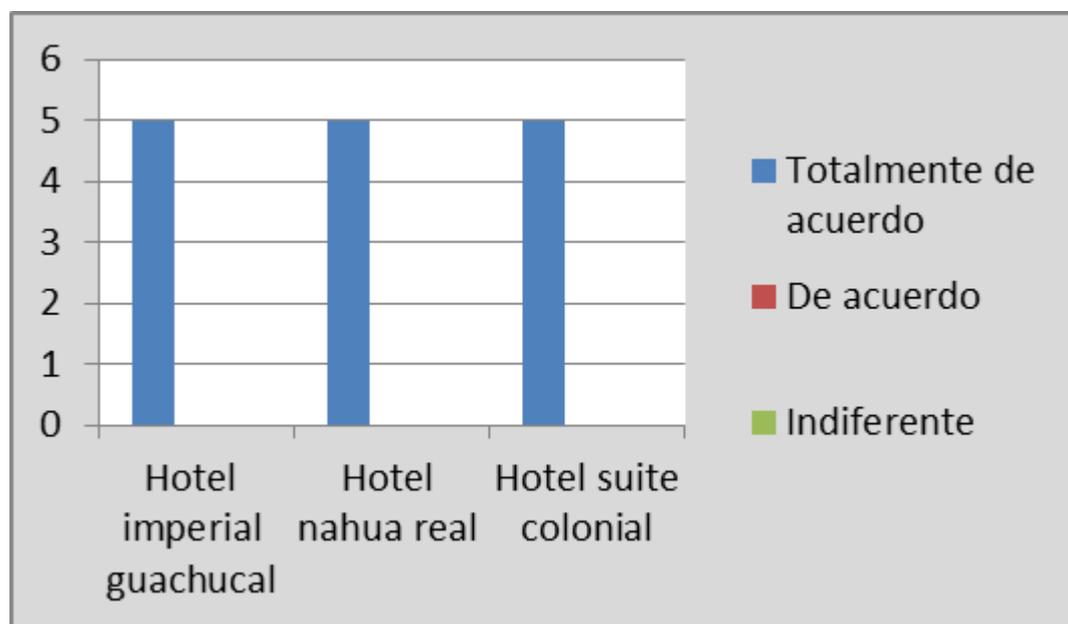
Hotel nahua real: Totalmente de acuerdo

Hotel suite colonial: Totalmente de acuerdo

A continuación, se indica la figura 67, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 67

Pregunta No. 20: ¿ Mantenimiento periódico de equipos electrónicos, gas, leña, energía solar o eólica?

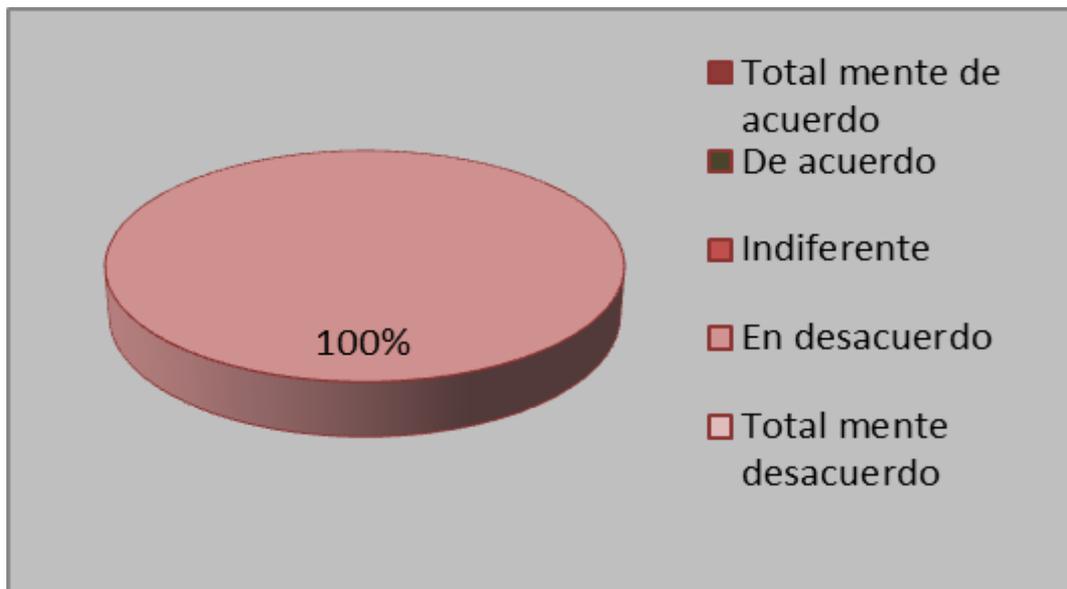


Fuente: Autoría propia

El 100% está en desacuerdo debido a que los alojamientos Hotel imperial Guachucal, Hotel nahua real y Hotel suite colonial no cuenta con personal que maneje un segundo idioma. A continuación, se indica la figura 68, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 68

Pregunta No. 21: ¿Indique el número de personas que manejan un segundo idioma en su establecimiento?



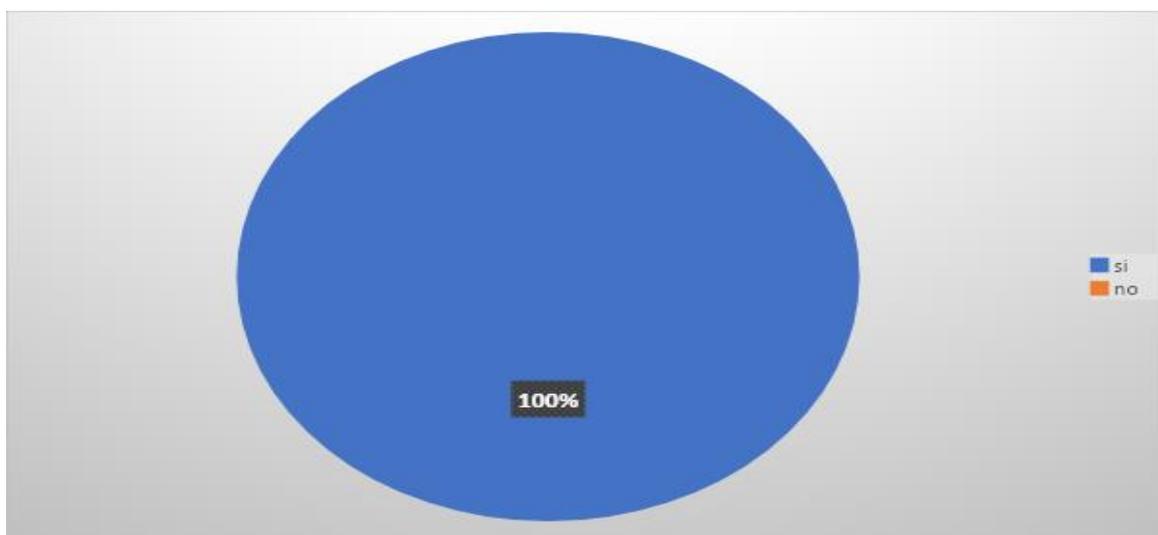
Fuente: Autoría propia

El 100% de respuesta que si se realizan acciones en los alojamientos Hotel nahua real y Hotel suite colonial en base a promociones e incentivos a la clientela y los turistas, mientras que el Hotel imperial Guachucal no cuenta ni realiza acción para la fidelización de los clientes como promociones e incentivos.

A continuación, se indica la figura 69, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 69

Pregunta No. 22: ¿Realiza alguna acción para la fidelización de los clientes como promociones e incentivos?

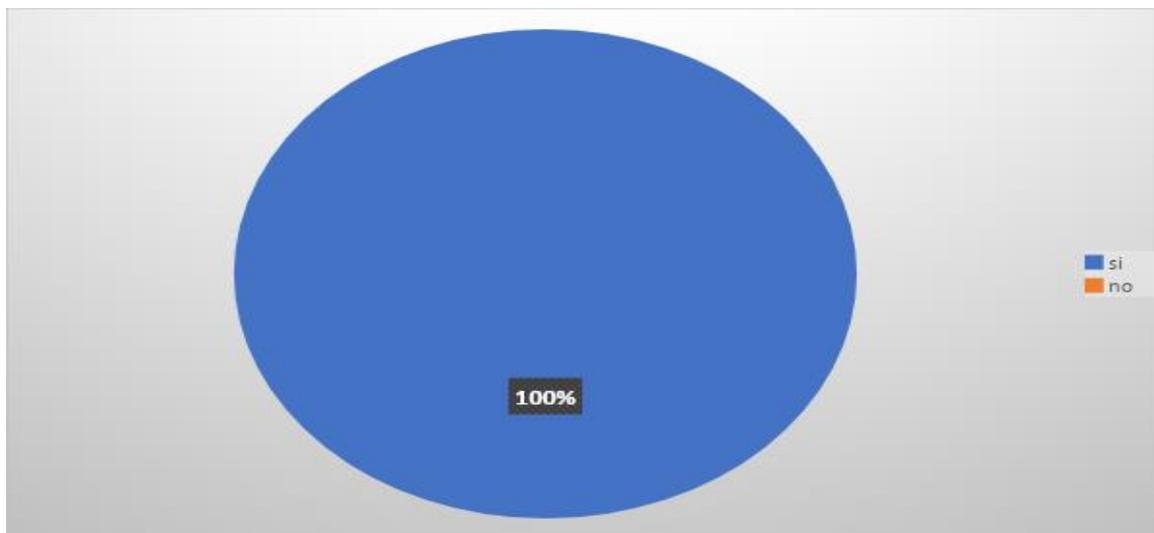


Fuente: Autoría propia

El 100% de respuesta que si se realizan capacitaciones a el personal de alojamientos Hotel imperial Guachucal, Hotel nahua real y Hotel suite colonial. A continuación, se indica la figura 70, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 70

Pregunta No. 23: ¿Realiza capacitaciones al personal?

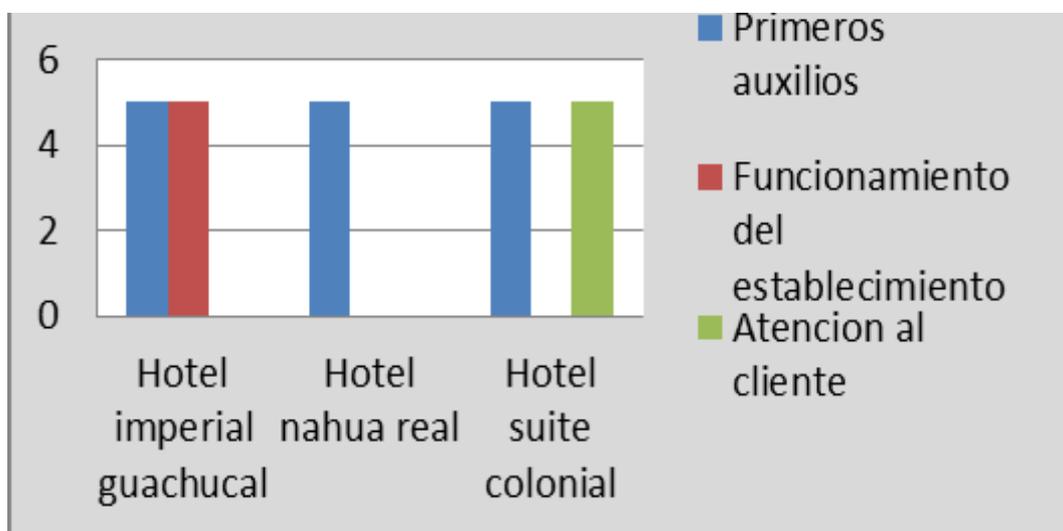


Fuente: Autoría propia

Se obtienen como respuestas el que Hotel imperial Guachucal capacitan a su personal en base a los primeros auxilios y el funcionamiento de la empresa, mientras que el Hotel Nahua Real capacitan a su personal solo en primeros auxilios y para finalizar el Hotel Suite Colonial capacita a sus empleados en primeros auxilios y atención al cliente. A continuación, se indica la figura 71, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 71

Pregunta No. 24: ¿Si contestó sí qué tipo de capacitación?

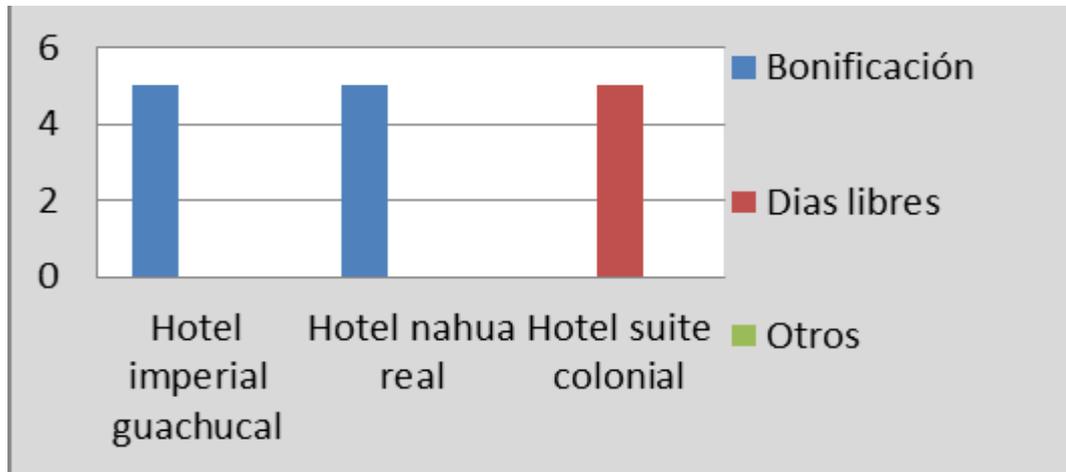


Fuente: Autoría propia

Se obtienen como respuestas el que Hotel imperial Guachucal utiliza la estrategia de bonificación para la motivación de su talento humano, el Hotel Nahua Real también tiene como motivación las bonificaciones a sus trabajadores y para finalizar el Hotel Suite Colonial implementa como motivación a su personal los días libres. A continuación, se indica la figura 72, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 72

Pregunta No. 25: ¿Qué estrategias de motivación tiene para el talento humano?

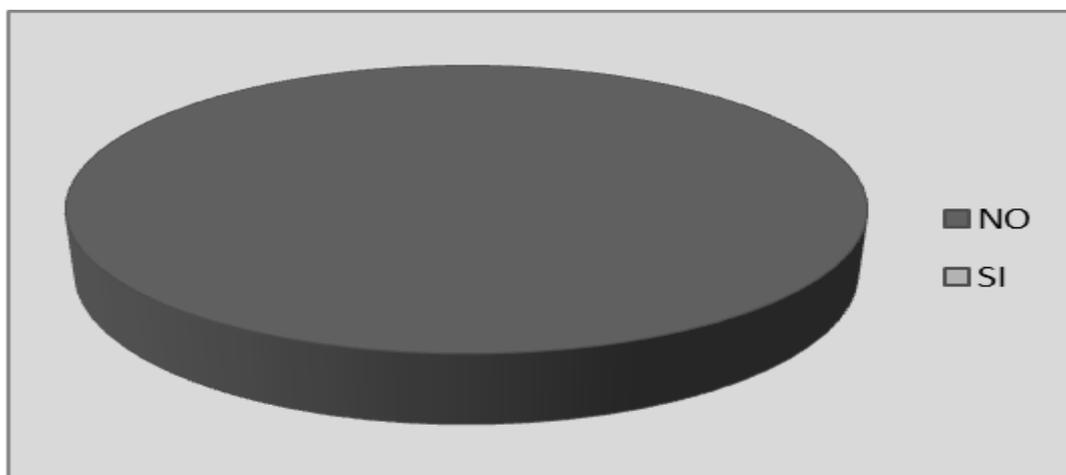


Fuente: Autoría propia

El 100% da respuesta a que los alojamientos Hotel imperial Guachucal, Hotel nahua real y Hotel suite colonial no dan un seguimiento de evaluación del servicio ofrecido a sus clientes. A continuación, se indica la figura 73, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 73

Pregunta No. 26: ¿Realiza algún proceso de evaluación y seguimiento del servicio ofrecido a sus clientes?

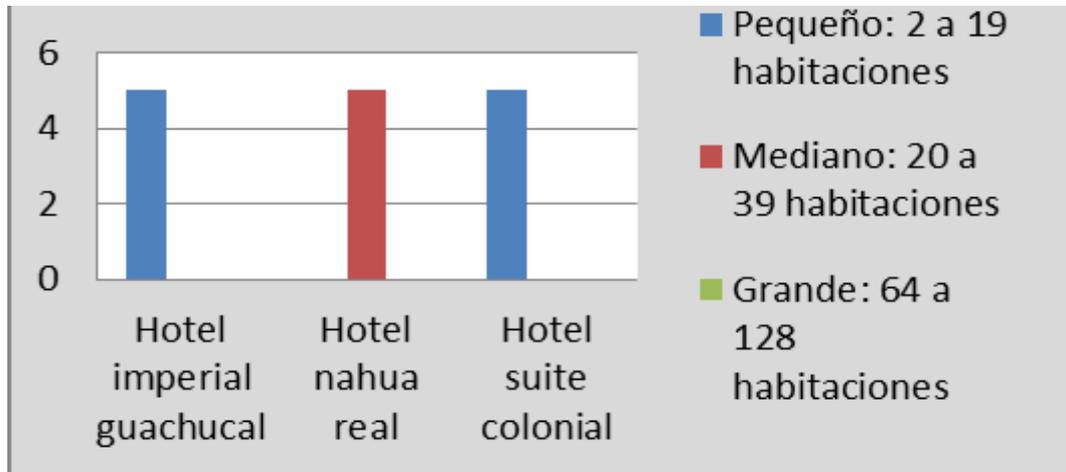


Fuente: Autoría propia

Se obtiene como respuesta que el Hotel imperial Guachucal tiene un rango de 2 a 19 habitaciones, Hotel nahua real tiene un rango de 20 a 39 habitaciones y Hotel suite colonial tiene un rango de 2 a 19 habitaciones. A continuación, se indica la figura 74, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 74

Pregunta No. 27: ¿De acuerdo al número de habitaciones ofrecidas y de acuerdo al siguiente rango como se considera?



Fuente: Autoría propia

4.1.5 Resultados de encuestas dirigidas a empresarios que ofrecen servicios de restaurante del municipio de Guachucal Nariño

Los restaurantes encuestados cumplen con estándares de higiene, debido a que el setenta y cinco por ciento que representa a quienes están de acuerdo y el veinticinco por ciento están totalmente de acuerdo, lo que indica un alto nivel de cumplimiento de los establecimientos encuestados, sugiere que los restaurantes están aplicando consistentemente las medidas y procedimientos recomendados en los manuales manteniendo altos estándares de calidad y seguridad. Reflejando la confiabilidad en el turista en términos de seguridad alimentaria y la calidad de servicios, permitiendo al restaurante destacarse entre la competencia y atraer una clientela más amplia. Obteniendo las siguientes respuestas:

Pollo mania: Totalmente de acuerdo

El espigal restaurante: De acuerdo

Extrapan restaurante y panadería: De acuerdo

La fogata: De acuerdo

Wancha wook: Totalmente de acuerdo

Aroma restaurante: De acuerdo

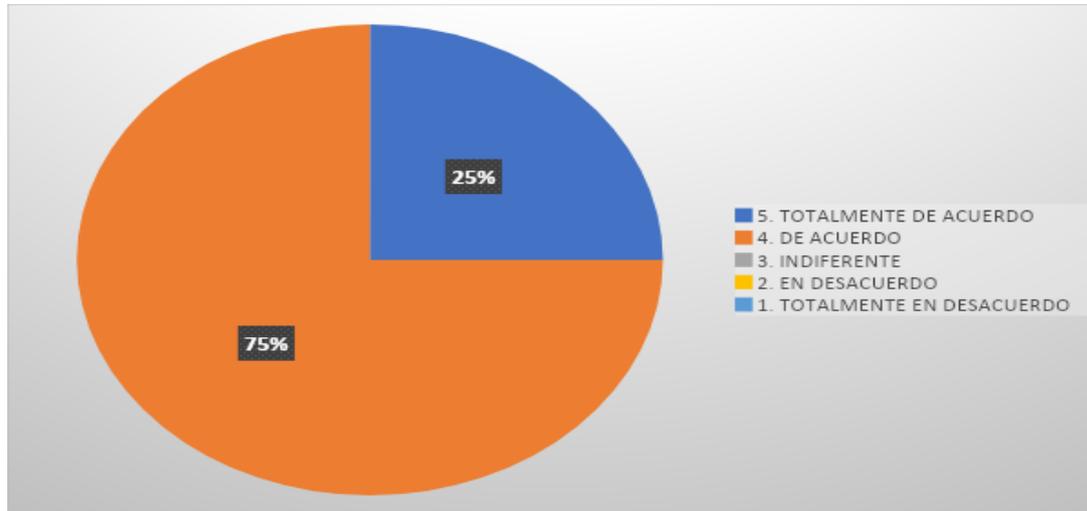
La brasa: De acuerdo

Restaurante tayrona: De acuerdo

A continuación, se indica la figura 75, donde se muestra la respuesta.

Figura 75

Pregunta No.1: ¿El establecimiento cuenta con manual de buenas prácticas de higiene e inocuidad de alimentos?



Fuente: Autoría propia

La separación de los servicios sanitarios por género puede proporcionar una mayor sensación de seguridad y privacidad para los usuarios. Aquellos que prefieren utilizar instalaciones separadas pueden sentirse más cómodos y protegidos, lo que mejora su experiencia general en el establecimiento. Además de los porcentajes donde el treinta y siete por ciento está totalmente de acuerdo, el cincuenta por ciento está de acuerdo y el trece por ciento le es indiferente.

Obteniendo las siguientes respuestas:

Pollo manía: Totalmente de acuerdo

El espigal restaurante: Totalmente de acuerdo

Extrapan restaurante y panadería: De acuerdo

La fogata: De acuerdo

Wancha wook: Totalmente de acuerdo

Aroma restaurante: Indiferente

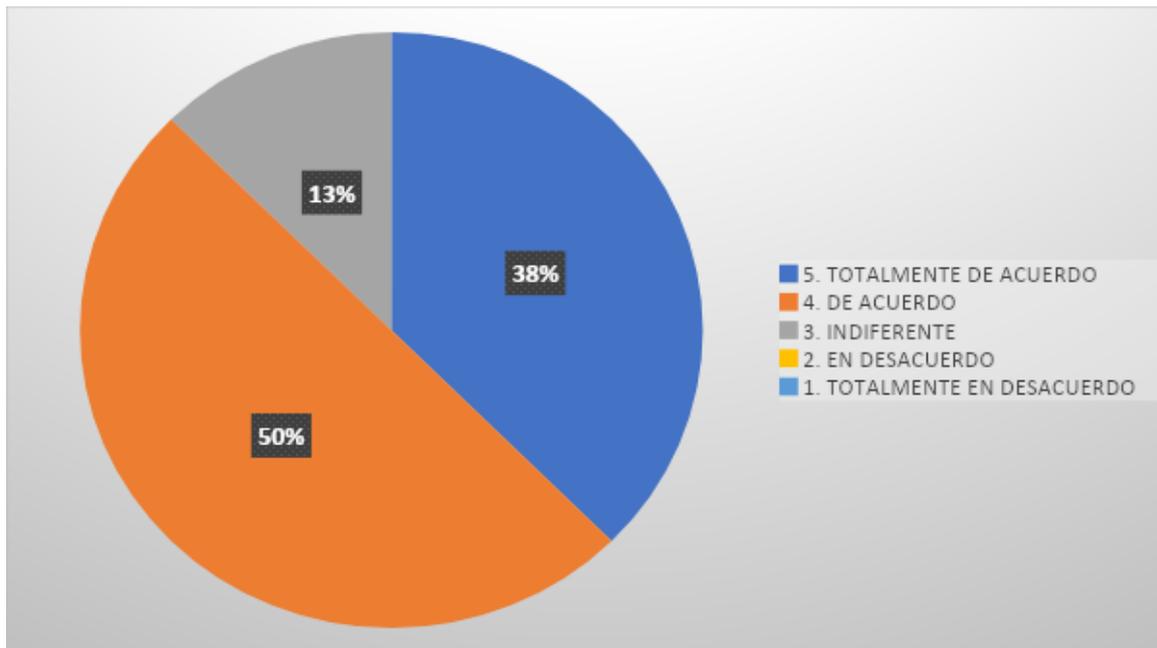
La brasa: De acuerdo

Restaurante Tayrona: De acuerdo

A continuación, se indica la figura 76, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 76

Pregunta No.2: ¿Los servicios sanitarios están separados por género?



Fuente: Autoría propia

El hecho de que el 37% esté totalmente de acuerdo y el 63% esté de acuerdo en que los servicios sanitarios están debidamente equipados con implementos de aseo sugiere que la mayoría de los encuestados perciben que estos servicios cumplen con los estándares mínimos de higiene y comodidad. Los servicios sanitarios bien equipados con implementos de aseo son esenciales para garantizar la higiene y el bienestar de los turistas. Este aspecto es fundamental para una experiencia positiva y satisfactoria durante su estancia en el destino.

Obteniendo las siguientes respuestas:

Pollo mania: Totalmente de acuerdo

El espigal restaurante: Totalmente de acuerdo

Extrapan restaurante y panadería: De acuerdo

La fogata: De acuerdo

Wancha wook: Totalmente de acuerdo

Aroma restaurante: De acuerdo

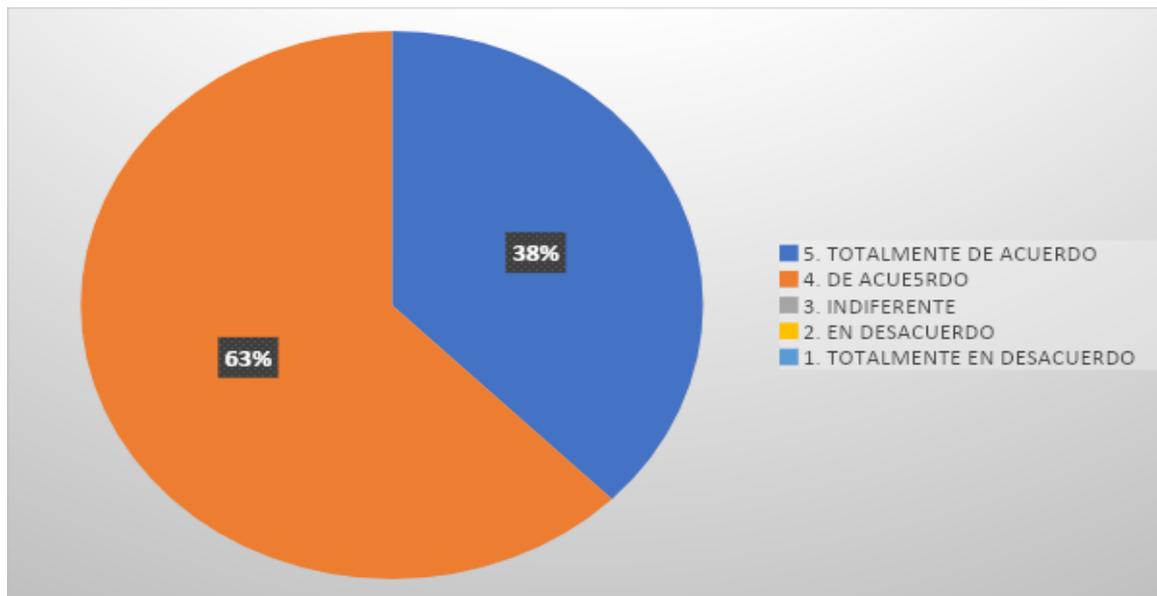
La brasa: De acuerdo

Restaurante tayrona: De acuerdo

A continuación, se indica la figura 77, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 77

Pregunta No.3: Los servicios sanitarios están debidamente equipados con implementos de aseo?



Fuente: Autoría propia

El 63% de acuerdo y el 12% totalmente de acuerdo sugieren que la mayoría de los encuestados valoran positivamente la presencia de programas de desinfección y limpieza en el lugar. Sin embargo, el 25% que es indiferente puede indicar una falta de conciencia sobre la importancia de estas medidas o una percepción de que no son relevantes para ellos.

Obteniendo las siguientes respuestas:

Pollo mania: De acuerdo

El espigal restaurante: Indiferente

Extrapan restaurante y panadería: De acuerdo

La fogata: De acuerdo

Wancha wook: Totalmente de acuerdo

Aroma restaurante: Indiferente

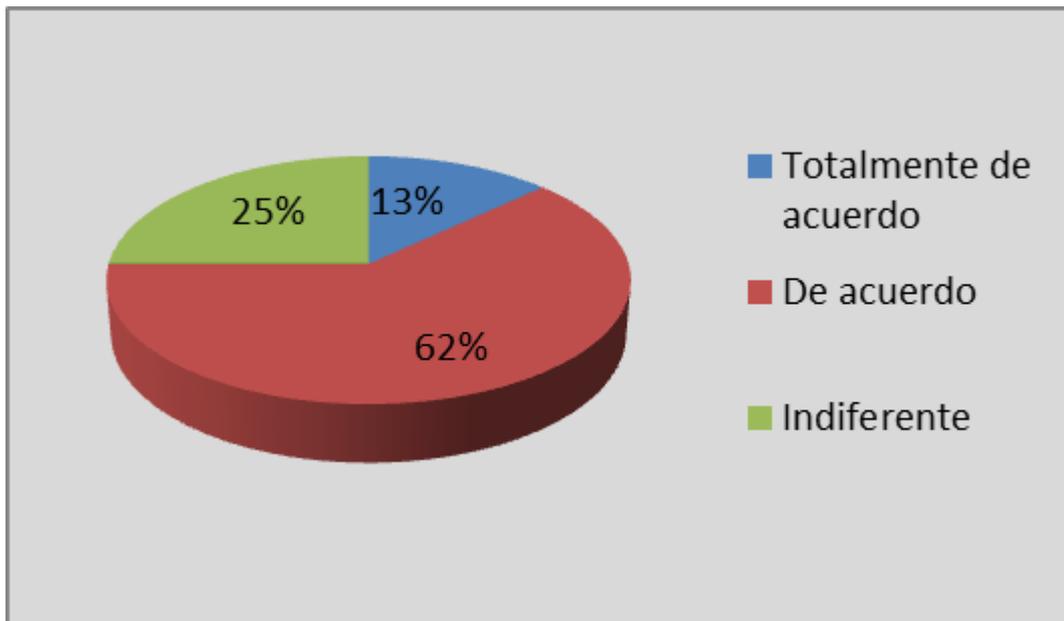
La brasa: De acuerdo

Restaurante tayrona: De acuerdo

A continuación, se indica la figura 78, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 78

Pregunta No.4: ¿Se tiene programas de desinfección y limpieza?



Fuente: Autoría propia

El 13% de acuerdo y el 13% totalmente de acuerdo sugieren que la mayoría de los encuestados valoran positivamente el tener y usar el programa de control de plagas. Sin embargo, el 74% que es indiferente puede indicar una falta de conciencia sobre la importancia de esta medida en sus restaurantes debido a que el programa de control de plagas garantiza una adecuada administración de alimentos y de antemano el buen servicio.

Obteniendo las siguientes respuestas:

Pollo mania. Indiferente

El espigal restaurante: En desacuerdo

Extrapan restaurante y panadería: De acuerdo

La fogata: Indiferente

Wancha wook: Indiferente

Aroma restaurante: Indiferente

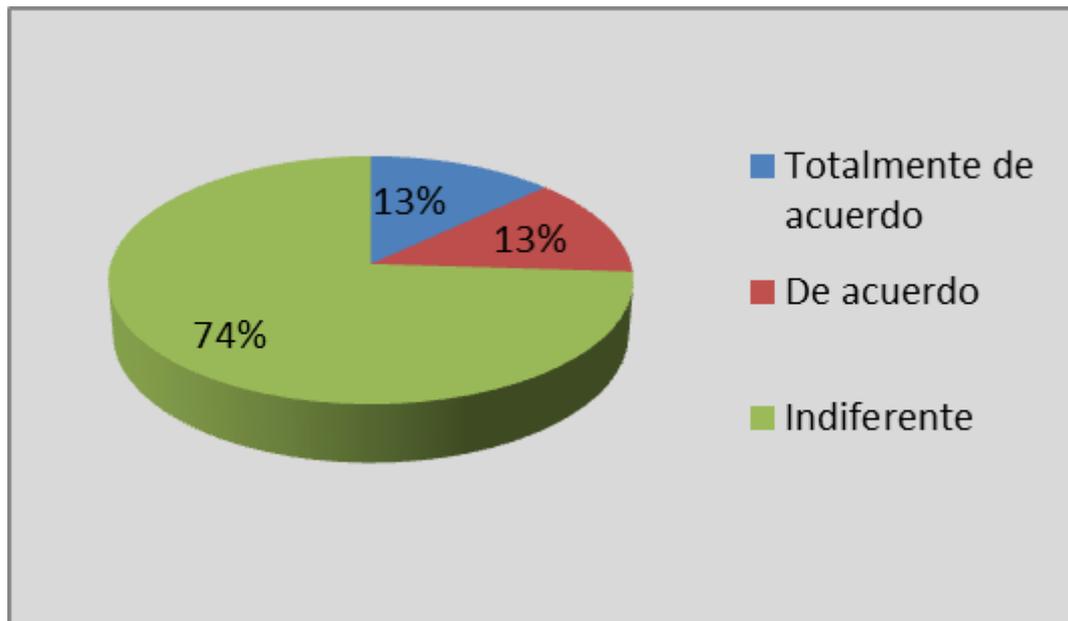
La brasa: Indiferente

Restaurante tayrona: Indiferente

A continuación, se indica la figura 79, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 79

Pregunta No.5: ¿Se tiene programa de control de plagas?



Fuente: Autoría propia

El 63% de acuerdo y el 37% totalmente de acuerdo sugieren que los restaurantes de Guachucal Nariño cuentan con buena ventilación el cual permite la remoción de olores y calor, brindando un adecuado lugar para sus clientes y sus trabajadores.

Obteniendo las siguientes respuestas:

Pollo mania: Totalmente de acuerdo

El espigal restaurante: Totalmente de acuerdo

Extrapan restaurante y panadería: De acuerdo

La fogata: De acuerdo

Wancha wook: Totalmente de acuerdo

Aroma restaurante: De acuerdo

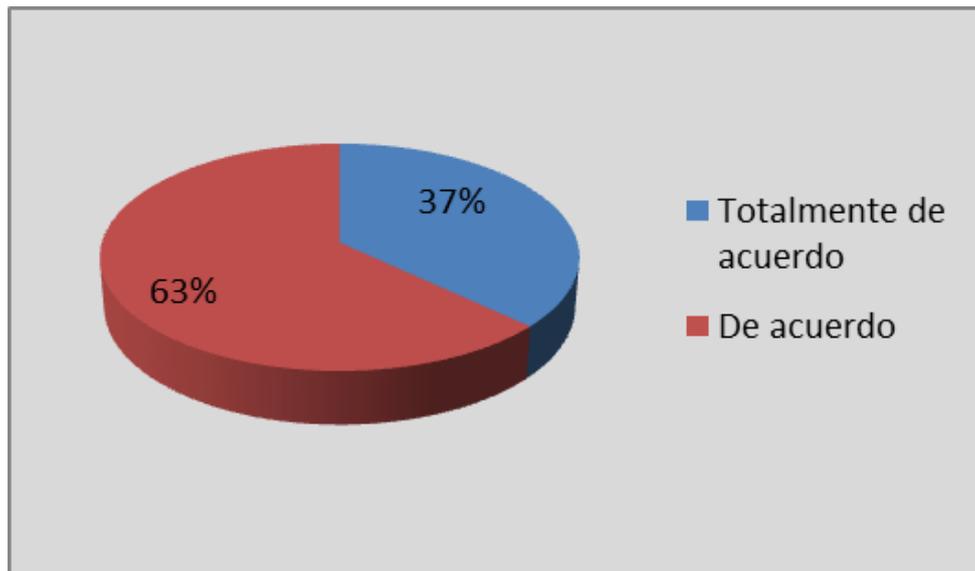
A brasa: De acuerdo

Restaurante tayrona: De acuerdo

A continuación, se indica la figura 80, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 80

Pregunta No.6: ¿Cuenta con buena ventilación que permite la remoción de olores y calor?



Fuente: Autoría propia

El 50% de acuerdo y el 50% totalmente de acuerdo dando a conocer que los restaurantes de Guachucal si cuentan con suficientes recipientes, adecuados y bien ubicados e identificados para la realización de basuras en las diferentes áreas compuestas en el restaurante, donado un buen manejo del reciclaje y protegiendo el medio ambiente.

Obteniendo las siguientes respuestas:

Pollo mania: Totalmente de acuerdo

El espigal restaurante: De acuerdo

Extrapan restaurante y panadería: De acuerdo

La fogata: Totalmente de acuerdo

Wancha wook: Totalmente de acuerdo

Aroma restaurante: Totalmente de acuerdo

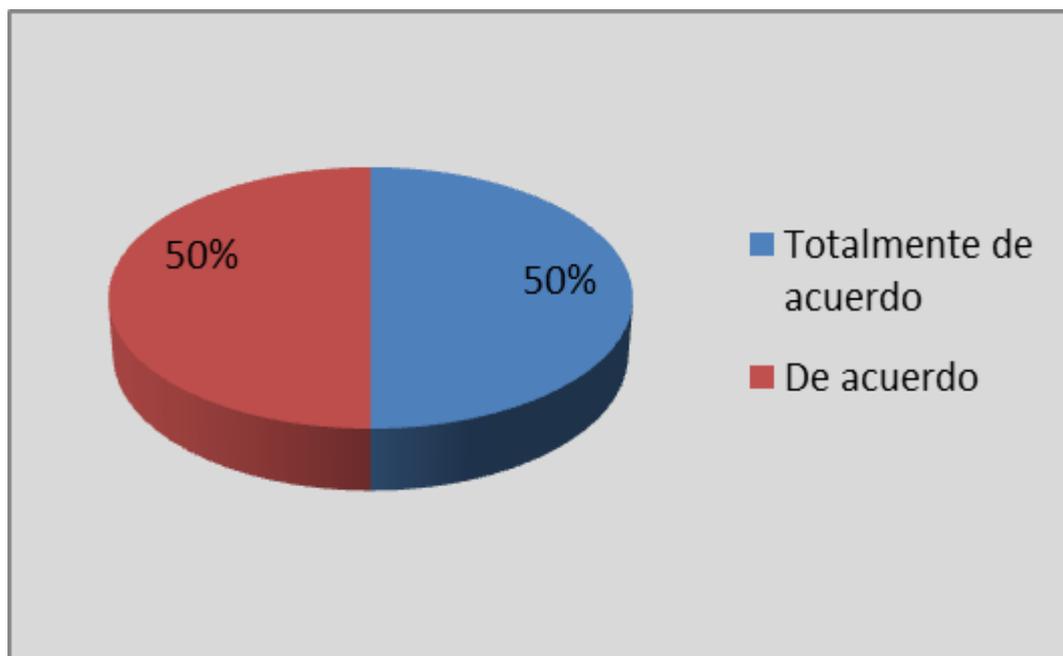
La brasa: De acuerdo

Restaurante tayrona: De acuerdo

A continuación, se indica la figura 81, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 81

Pregunta No.7: ¿Existen recipientes suficientes, adecuados y bien ubicados e identificados para la recolección de basuras?



Fuente: Autoría propia

El 37% de acuerdo y el 63% totalmente de acuerdo dando cumplimiento con la verificación mediante listas de chequeo las condiciones de manejo, preparación y servido de alimentos, esto garantizando un adecuado manejo y servicio al cliente con base a los alimentos suministrados.

Obteniendo las siguientes respuestas:

Pollo mania: Totalmente de acuerdo

El espigal restaurante: Totalmente de acuerdo

Extrapan restaurante y panadería: De acuerdo

La fogata: Totalmente de acuerdo

Wancha wook: Totalmente de acuerdo

Aroma restaurante: Totalmente de acuerdo

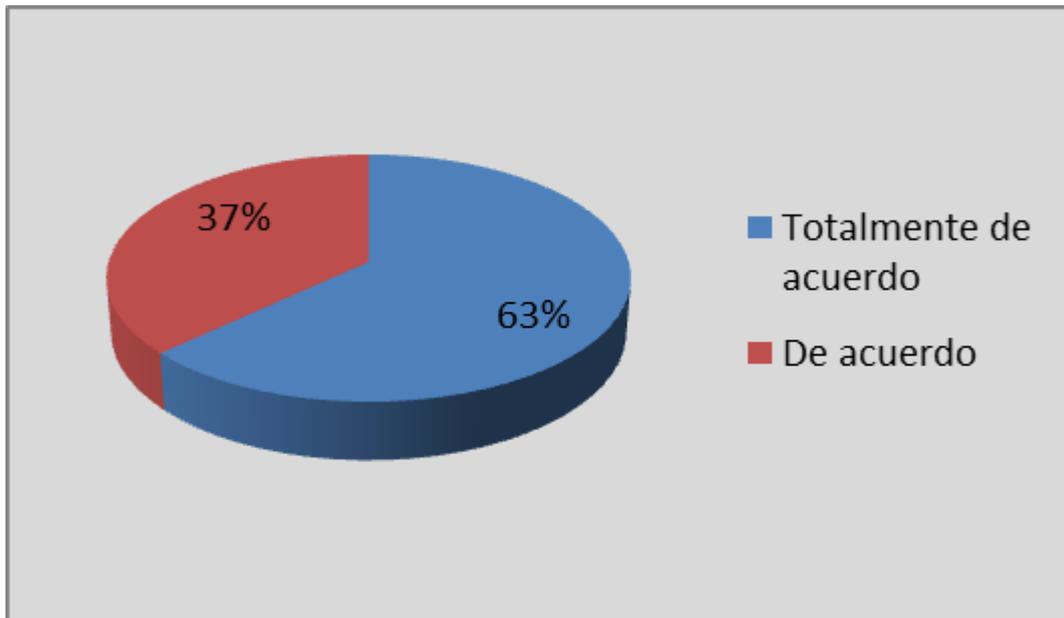
La brasa: De acuerdo

Restaurante tayrona: De acuerdo

A continuación, se indica la figura 82, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 82

Pregunta No.8: ¿Se verifican mediante listas de chequeo las condiciones de manejo, preparación y servido de alimentos?



Fuente: Autoría propia

El 50% de acuerdo y el otro 50% totalmente de acuerdo con respecto a que los empleados que manipulan alimentos utilicen uniformes adecuados y equipos de protección, lo que puede indicar que son conscientes con los riesgos y peligros que puede atravesar sus personales en sus diferentes áreas de cocina.

Obteniendo las siguientes respuestas:

Pollo mania: Totalmente de acuerdo

El espigal restaurante: De acuerdo

Extrapan restaurante y panadería: De acuerdo

La fogata: Totalmente de acuerdo

Wancha wook: Totalmente de acuerdo

Aroma restaurante: Totalmente de acuerdo

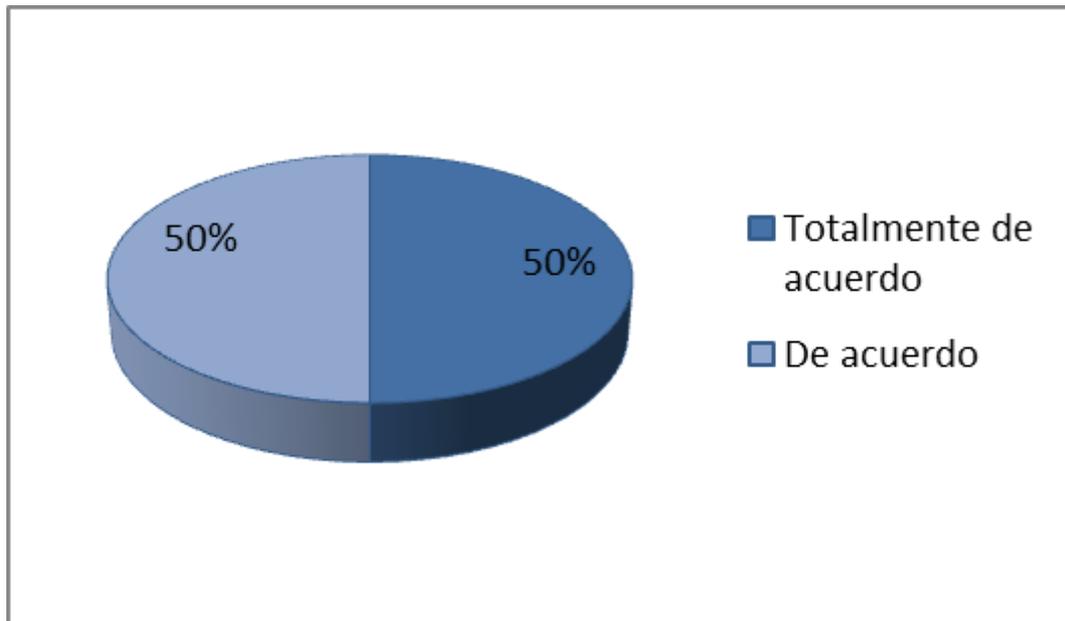
La brasa: De acuerdo

Restaurante tayrona: De acuerdo

A continuación, se indica la figura 83, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 83

Pregunta No.9: ¿Los empleados que manipulan alimentos utilizan uniformes adecuados y equipos de protección adecuados?



Fuente: Autoría propia

En esta pregunta se obtiene respuestas equivalentes a un 50% en desacuerdo con que el establecimiento cuente con un plan de emergencias, con respeto a desastres naturales, accidentes, aforo permitido y servicios públicos y para dar más preocupación con este tema el otro 50% es indiferente a tener el plan de emergencia de desastres. Teniendo en cuenta lo anterior puede indicar una falta de conciencia sobre la importancia de tener un plan de emergencias debido a las amenazas que tiene el municipio como es alta por vulcanismo, deslizamientos altos, heladas entre otras.

Obteniendo las siguientes respuestas:

Pollo mania: Indiferente

El espigal restaurante: Indiferente

Extrapan restaurante y panadería: En desacuerdo

La fogata: En desacuerdo

Wancha wook: Indiferente

Aroma restaurante: En desacuerdo

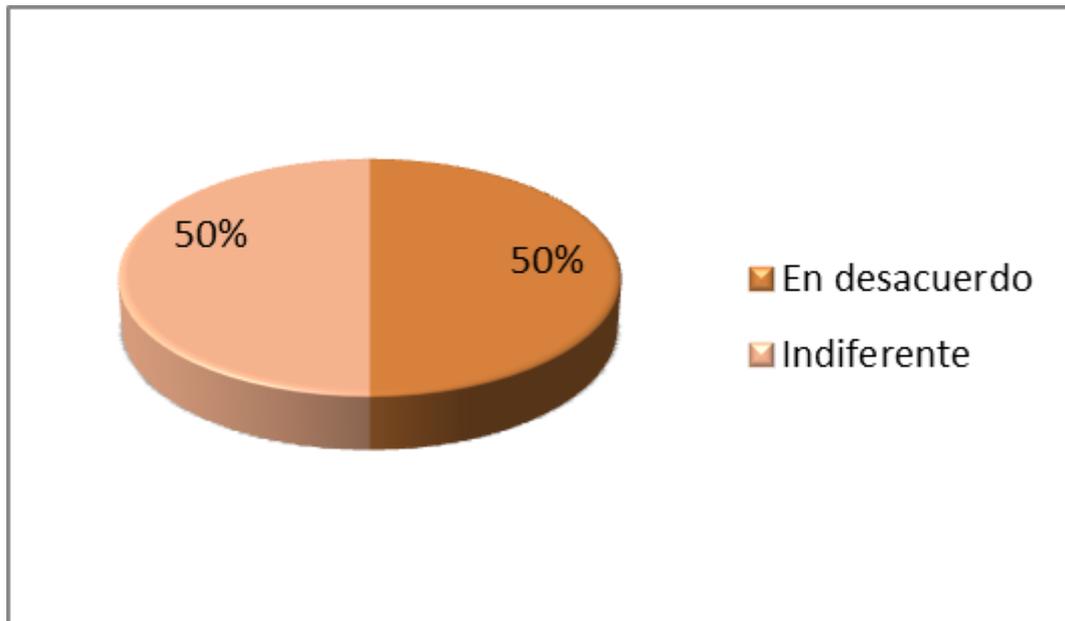
La brasa: Indiferente

Restaurante tayrona: En desacuerdo

A continuación, se indica la figura 84, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 84

Pregunta No.10: ¿El establecimiento cuenta con un plan de emergencia (de desastres naturales, accidentes, aforo permitido, servicios públicos)?



Fuente: Autoría propia

El 87% está en desacuerdo con base a que los establecimientos tengan el manual de manejo ambiental y el 13% es indiferente al tema de plan de manejo ambiental. Lo que indica que no se tiene una claridad de la importancia que conlleva a que los restaurantes de Guachucal tengan el plan de manejo ambiental.

Obteniendo las siguientes respuestas:

Pollo mania: En desacuerdo

El espigal restaurante: En desacuerdo

Extrapan restaurante y panadería: En desacuerdo

La fogata: En desacuerdo

Wancha wook: En desacuerdo

Aroma restaurante: En desacuerdo

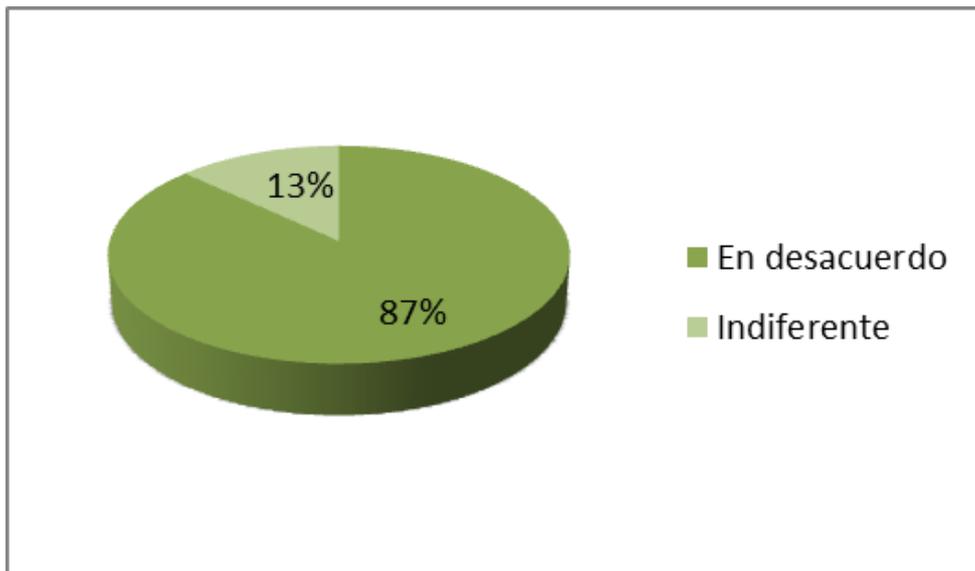
La brasa: Indiferente

Restaurante tayrona: En desacuerdo

A continuación, se indica la figura 85, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 85

Pregunta No.11: ¿El establecimiento tiene plan de manejo ambiental?



Fuente: Autoría propia

El 63% es indiferente en cuanto a la señalización requerida por las aseguradoras de riesgos profesionales y el 37% está de acuerdo con implementar las señalizaciones a sus restaurantes y de este modo dar cumplimiento a lo requerido por las aseguradoras.

Sin embargo, el 63% que es indiferente puede indicar una falta de conciencia sobre la importancia de estas medidas por ende no dar cumplimiento a lo estipulado por las aseguradoras y poder implementar niveles de riesgos para el personal y sus clientes.

Obteniendo las siguientes respuestas:

Pollo mania: De acuerdo

El espigal restaurante: Indiferente

Extrapan restaurante y panadería: Indiferente

La fogata: Indiferente

Wancha wook: De acuerdo

Aroma restaurante: De acuerdo

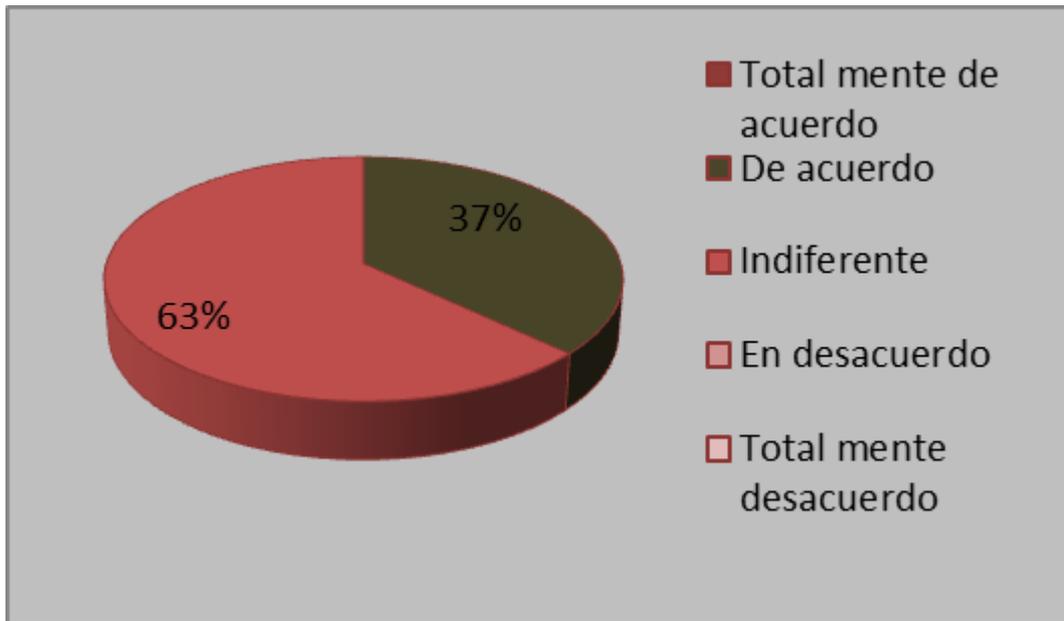
La brasa: Indiferente

Restaurante tayrona: Indiferente

A continuación, se indica la figura 86, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 86

Pregunta No.12: ¿Cuenta con la señalización requerida por la aseguradora de riesgos profesionales ARP Y SNGR?



Fuente: Autoría propia

El 75% está totalmente de acuerdo en dar a su personal equipos de protección para la realización de sus diferentes actividades diarias y el 25% está de acuerdo con tener en cuenta el uso adecuado de protección personal. Esto indicando la importancia que tiene esta pregunta en los restaurantes de Guachucal y que dan cumplimiento cabalmente.

Obteniendo las siguientes respuestas:

Pollo mania: Totalmente de acuerdo

El espigal restaurante: Totalmente de acuerdo

Extrapan restaurante y panadería: Totalmente de acuerdo

La fogata: De acuerdo

Wancha wook: Totalmente de acuerdo

Aroma restaurante: Totalmente de acuerdo

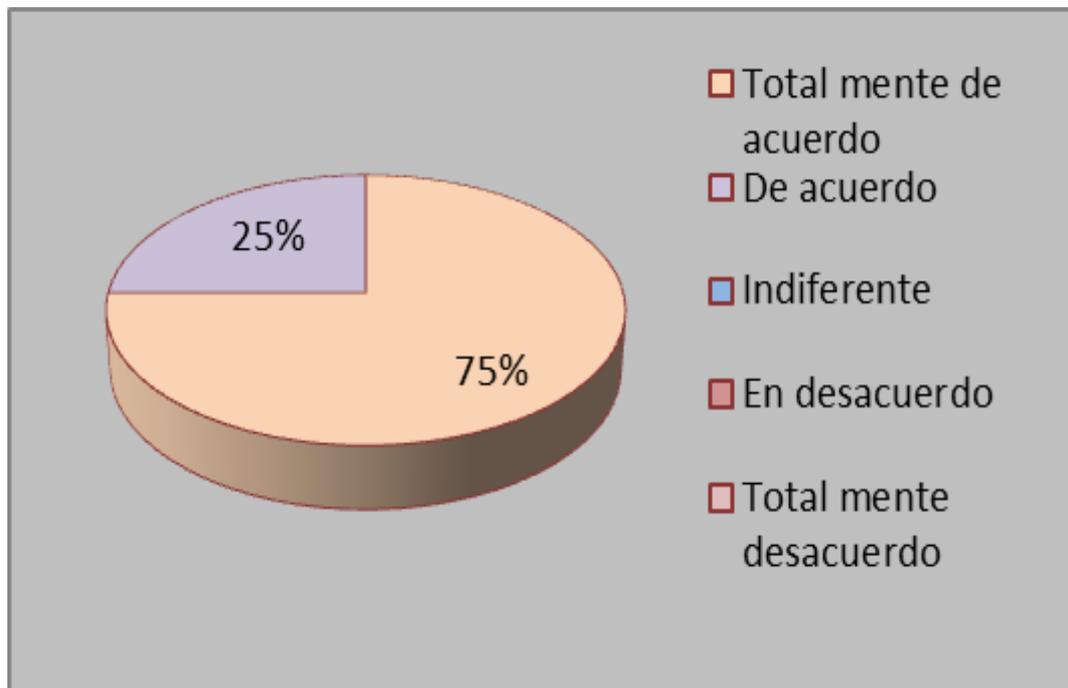
La brasa: De acuerdo

Restaurante tayrona: Totalmente de acuerdo

A continuación, se indica la figura 87, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 87

Pregunta No.13: ¿Se cuenta con los equipos de protección personal en función de las actividades realizadas?



Fuente: Autoría propia

Con respecto a si los restaurantes encuestados tienen un procedimiento para la recepción de pago electrónicos se encuentra que el 62% es indiferente y por la cual no tiene uso de este servicio, el 25% se encuentra en desacuerdo con dar uso a pagos electrónicos en sus restaurantes y solo el 13% está de acuerdo con el uso de pagos electrónicos en sus restaurantes. Lo que refiere que una minoría lleva a cabo este servicio.

Obteniendo las siguientes respuestas:

Pollo mania: De acuerdo

El espigal restaurante: Indiferente

Extrapan restaurante y panadería: En desacuerdo

La fogata: Indiferente

Wancha wook: Indiferente

Aroma restaurante: En desacuerdo

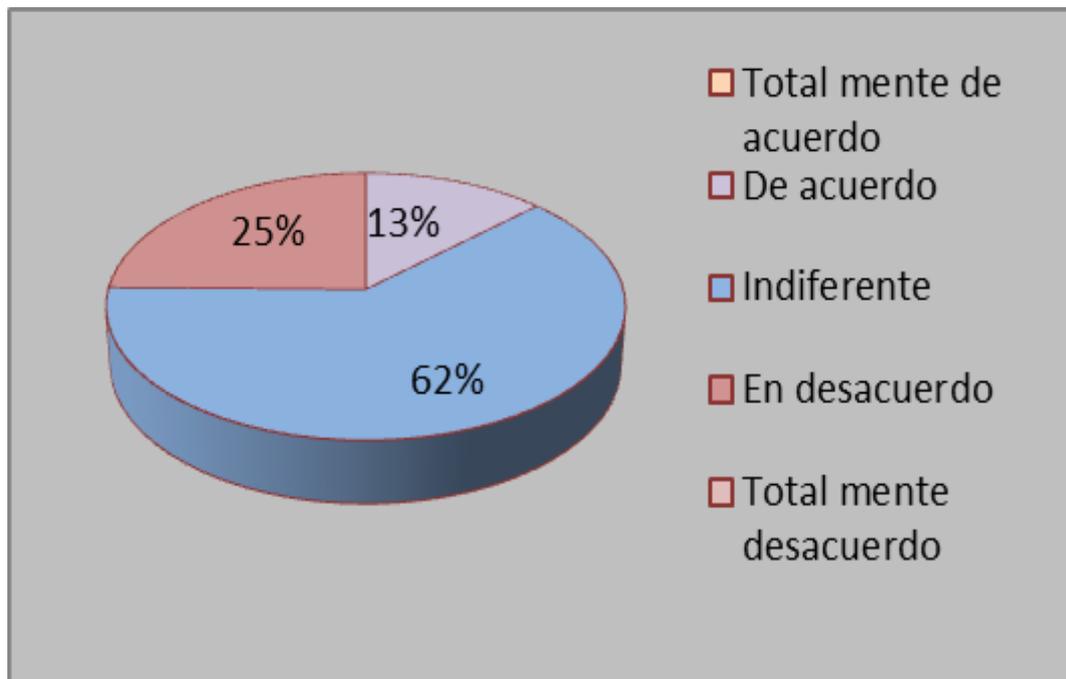
La brasa: Indiferente

Restaurante tayrona: Indiferente

A continuación, se indica la figura 88, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 88

Pregunta No.14: ¿Tiene establecido un procedimiento para la recepción de pagos electrónicos?



Fuente: Autoría propia

El 88% de los restaurantes encuestados están en desacuerdo con dar prioridad en cuanto a servicios de internet para los clientes y el 12% totalmente de acuerdo con garantizar un buen servicio de internet para sus clientes. Sin embargo, el 88% es un número alto el cual refiere que no están de acuerdo con brindar este servicio a sus clientes.

Obteniendo las siguientes respuestas:

Pollo mania: En desacuerdo

El espigal restaurante: En desacuerdo

Extrapan restaurante y panadería: En desacuerdo

La fogata: Totalmente de acuerdo

Wancha wook: En desacuerdo

Aroma restaurante: En desacuerdo

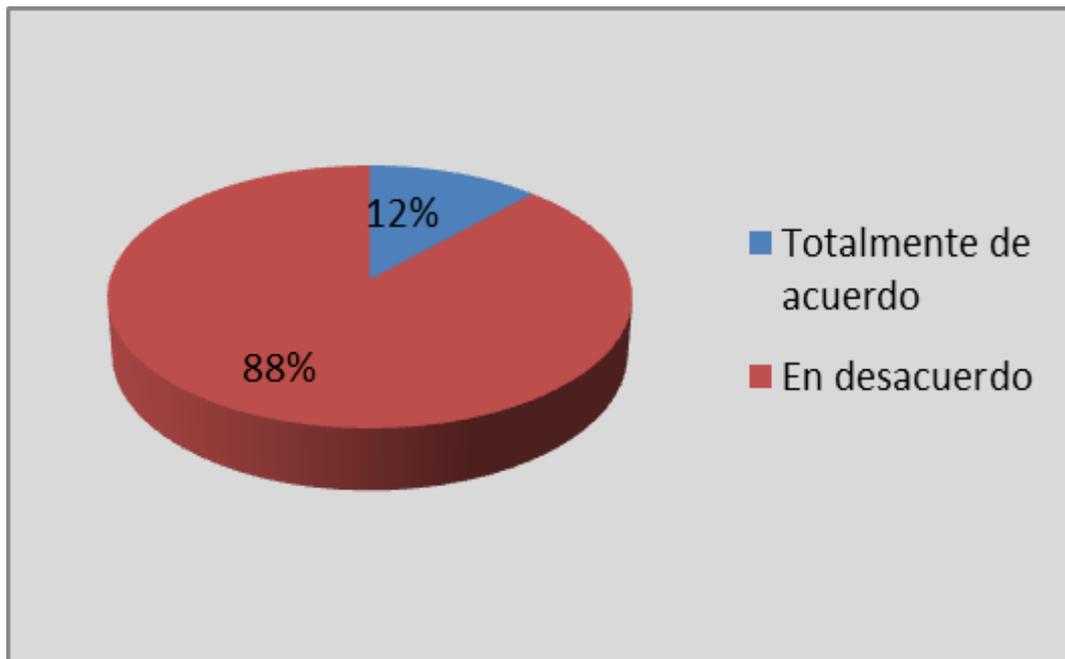
La brasa: En desacuerdo

Restaurante tayrona: En desacuerdo

A continuación, se indica la figura 89, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 89

Pregunta No.15: ¿Cuenta con servicios de internet para sus clientes?



Fuente: Autoría propia

El 100% de los restaurantes que se encuestaron dan a conocer que las instalaciones se encuentran adecuadas y seguras enfatizando la cocina y cafetería según normas vigentes.

Obteniendo las siguientes respuestas:

Pollo mania: Totalmente de acuerdo

El espigal restaurante: Totalmente de acuerdo

Extrapan restaurante y panadería: Totalmente de acuerdo

La fogata: Totalmente de acuerdo

Wancha wook: Totalmente de acuerdo

Aroma restaurante: Totalmente de acuerdo

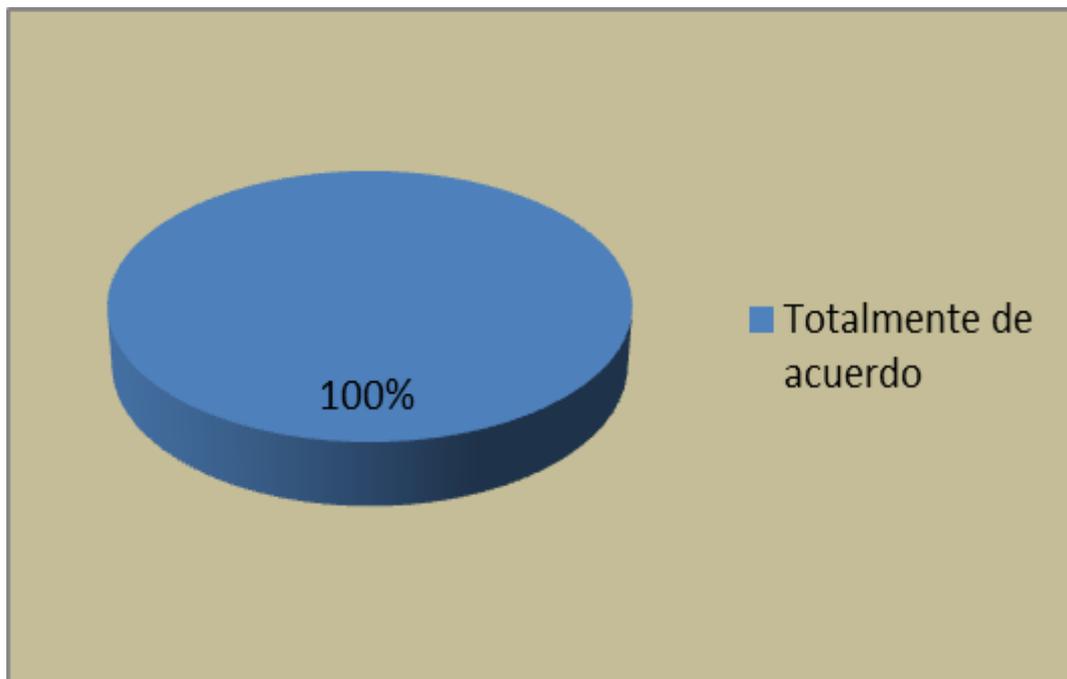
La brasa: Totalmente de acuerdo

Restaurante tayrona: Totalmente de acuerdo

A continuación, se indica la figura 90, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 90

Pregunta No.16: ¿Instalaciones adecuadas y seguras de la cocina y cafetería según normas vigentes?



Fuente: Autoría propia

El 100% de los restaurantes de Guachucal Nariño están totalmente de acuerdo con el mantenimiento regular de la red eléctrica, ambiental, sanitaria y grifería, esto evitando riesgos y fugas en sus locales, para de este modo dar una buena calidad en el servicio.

Obteniendo las siguientes respuestas:

Pollo mania: Totalmente de acuerdo

El espigal restaurante: Totalmente de acuerdo

Extrapan restaurante y panadería: Totalmente de acuerdo

La fogata: Totalmente de acuerdo

Wancha wook: Totalmente de acuerdo

Aroma restaurante: Totalmente de acuerdo

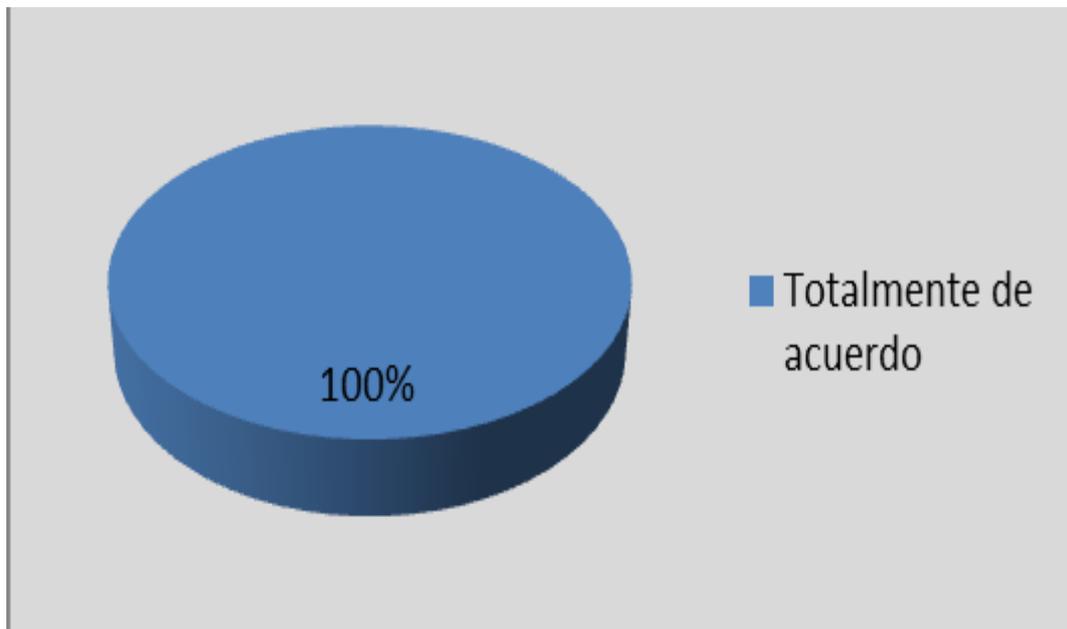
La brasa: Totalmente de acuerdo

Restaurante tayrona: Totalmente de acuerdo

A continuación, se indica la figura 91, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 91

Pregunta No.17: ¿Mantenimiento regular de la red eléctrica, ambiental, sanitaria y grifería (evitar fugas)?



Fuente: Autoría propia

El 100% de los restaurantes están totalmente de acuerdo con respecto a la importancia del mantenimiento periódico de equipos electrónicos, como son el gas, la energía ya sea solar o eólica, esto garantizando el bienestar para trabajadores y clientes, como también el mantener un buen funcionamiento de los restaurantes.

Obteniendo las siguientes respuestas:

Pollo mania: Totalmente de acuerdo

El espigal restaurante: Totalmente de acuerdo

Extrapan restaurante y panadería: Totalmente de acuerdo

La fogata: Totalmente de acuerdo

Wancha wook: Totalmente de acuerdo

Aroma restaurante: Totalmente de acuerdo

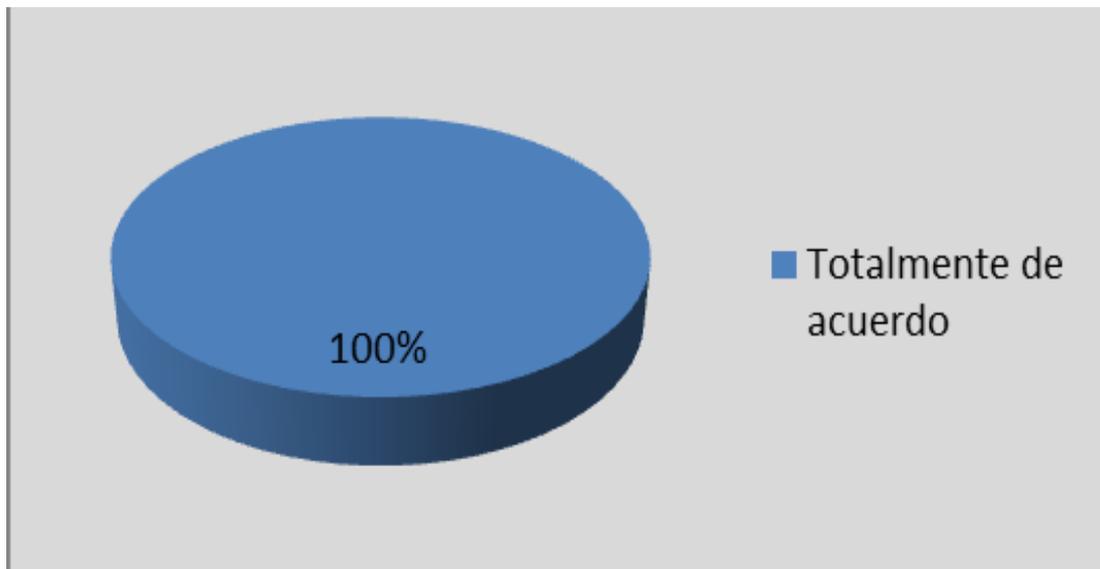
La brasa: Totalmente de acuerdo

Restaurante tayrona: Totalmente de acuerdo

A continuación, se indica la figura 92, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 92

Pregunta No.18: ¿Mantenimiento periódico de equipos electrónicos, a gas, energía solar o eólica?

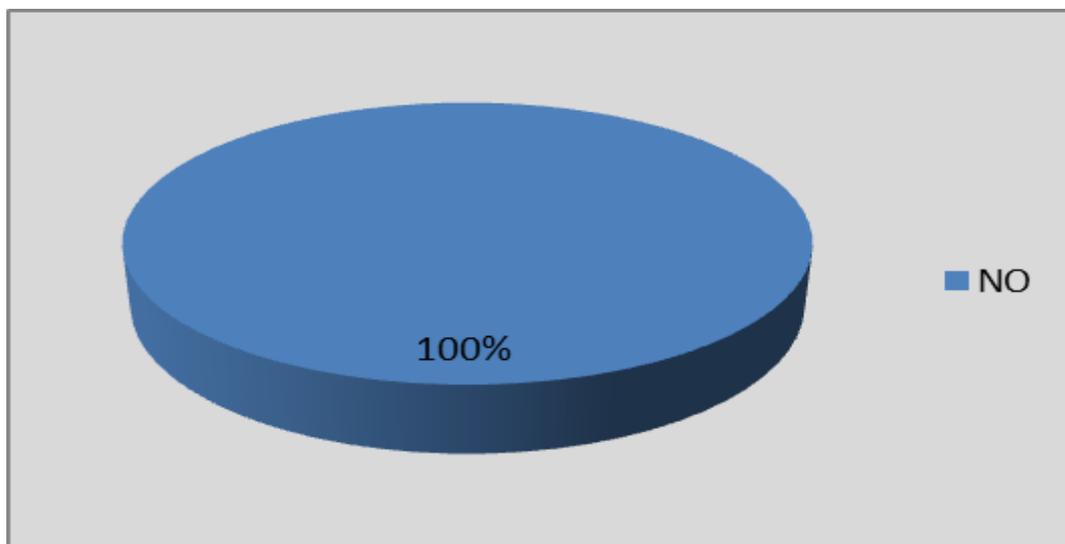


Fuente: Autoría propia

Los restaurantes de Guachucal Nariño que son: Pollo manía, El espigal, Extrapan restaurante y panadería, La fogata, Wancha wook, Aroma restaurante, La brasa y Restaurante tayrona, con un 100% NO indican que en el número de trabajadores que pertenecen a cada empresa ninguno maneja un segundo idioma. A continuación, se indica la figura 93, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 93

Pregunta No.19: ¿Indique el número de personas que manejan un segundo idioma en su establecimiento?



Fuente: Autoría propia

Los restaurantes de Guachucal Nariño que son: Pollo manía, El espigal, Extrapan restaurante y panadería, La fogata, Wancha wook, Aroma restaurante, La brasa y Restaurante tayrona, el 63% de los restaurantes de Guachucal SI realizan acciones para la fidelización de los clientes como son promociones e incentivos y el 37% de los restaurantes antes mencionados NO tienen en cuenta ninguna acción para garantizar y proteger la fidelización de los clientes.

Obteniendo las siguientes respuestas:

Pollo mania: Si

El espigal restaurante: Si

Extrapan restaurante y panadería: Si

La fogata: No

Wancha wook: No

Aroma restaurante: No

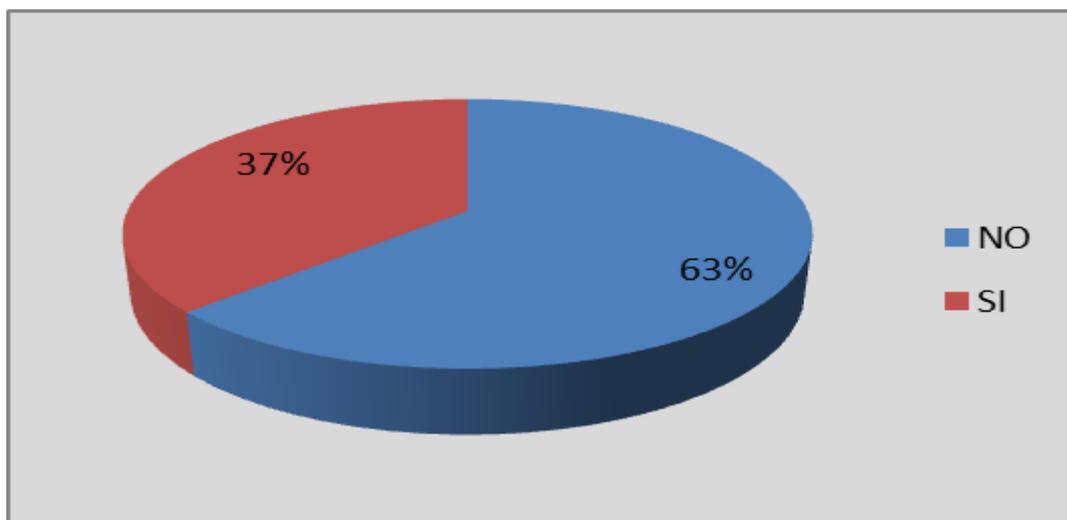
La brasa: No

Restaurante tayrona: No

A continuación, se indica la figura 94, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 94

Pregunta No.20: ¿Realiza alguna acción para la fidelización de los clientes como promociones e incentivos?

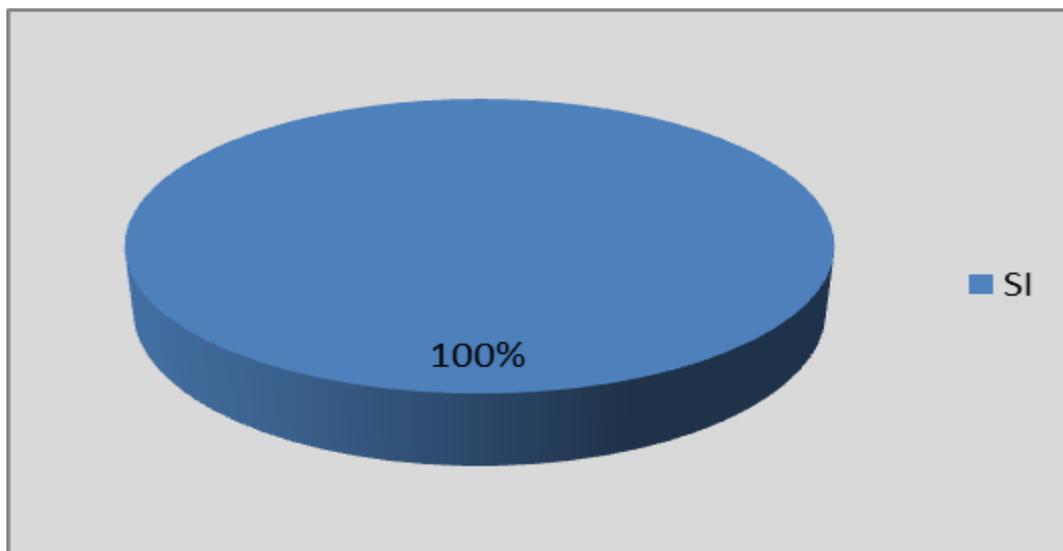


Fuente: Autoría propia

Los restaurantes de Guachucal Nariño que son: Pollo manía, El espigal, Extrapan restaurante y panadería, La fogata, Wancha wook, Aroma restaurante, La brasa y Restaurante tayrona, los cuales dan a conocer con un 100% obtenidos en las encuestas aplicadas que SI realizan capacitaciones a todo el personal de sus empresas. A continuación, se indica la figura 95, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 95

Pregunta No. 21: ¿Realiza capacitaciones al personal?



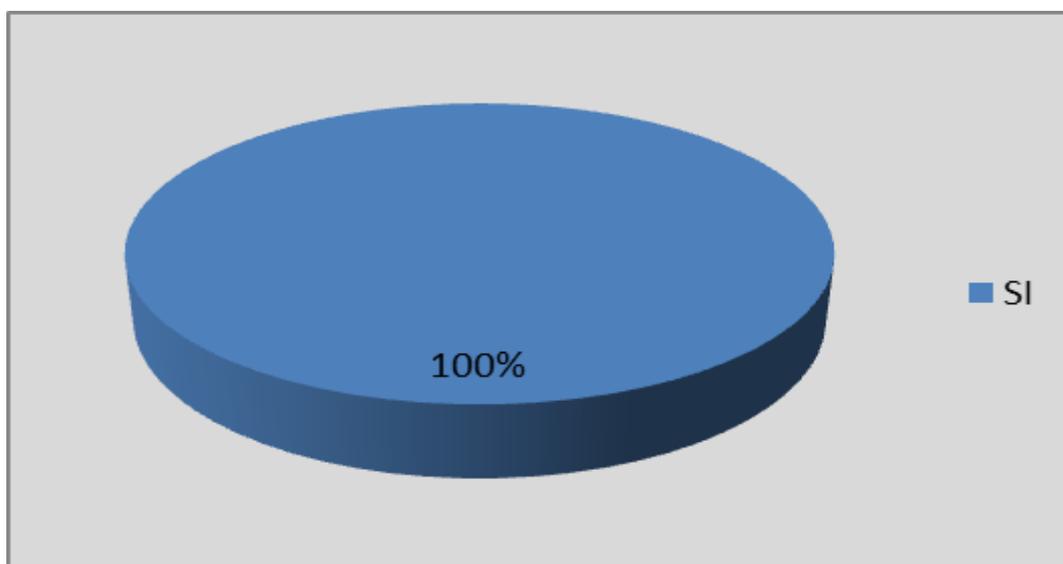
Fuente: Autoría propia

Los restaurantes de Guachucal Nariño que son: Pollo manía, El espigal, Extrapan restaurante y panadería, La fogata, Wancha wook, Aroma restaurante, La brasa y Restaurante tayrona, los cuales dan a conocer con un 100% obtenidos en las encuestas aplicadas que si presentan información de rótulos preventivos de riesgos y peligros en el uso diario de los equipos que utilizan en sus restaurantes.

A continuación, se indica la figura 96, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 96

Pregunta No.22: ¿Información y rótulos preventivos de riesgo y peligros en el uso diario de los equipos?



Fuente: Autoría propia

Los restaurantes Pollo mania, El espigal restaurante, Extrapan restaurante y panadería La fogata, Wancha wook Aroma restaurante, La brasa Restaurante y tayrona de Guachucal Nariño, con respecto a la encuesta y como resultados obtenido se conoce que el 51% de los 8 restaurantes aplican la estrategia de días libres como método de motivación al personal de talento humano, el 37% se inclina a bonificación y días libres como estrategia de motivación y el 12% aplican solo bonificaciones como estrategia de motivación a sus trabajadores.

Obteniendo las siguientes respuestas:

Pollo mania: Bonificación y Días libres

El espigal restaurante: Días libres

Extrapan restaurante y panadería: Días libres

La fogata: Bonificación y Días libres

Wancha wook: Bonificación

Aroma restaurante: Bonificación y Días libres

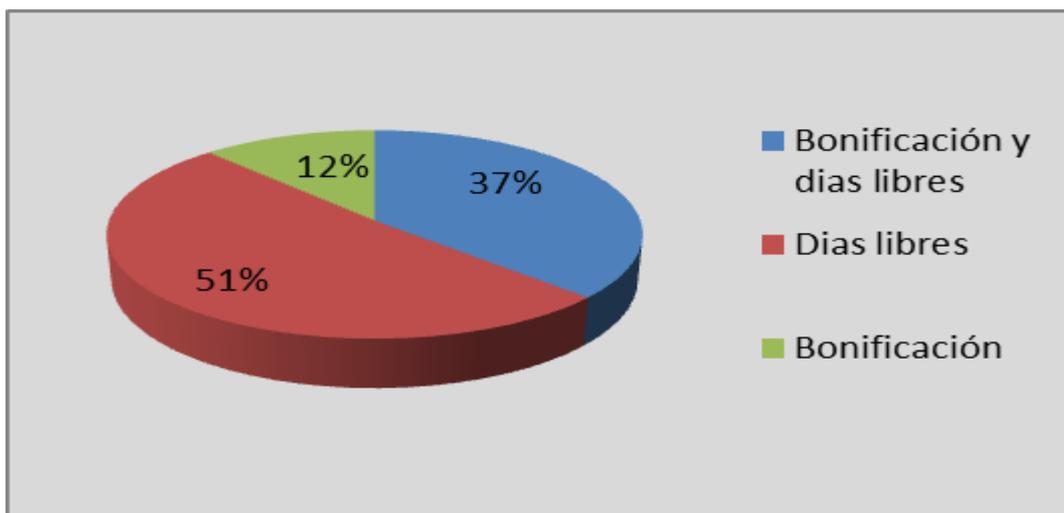
La brasa: Días libres

Restaurante tayrona: Días libres

A continuación, se indica la figura 97, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 97

Pregunta No.23: ¿Qué estrategias de motivación tiene para el talento humano?



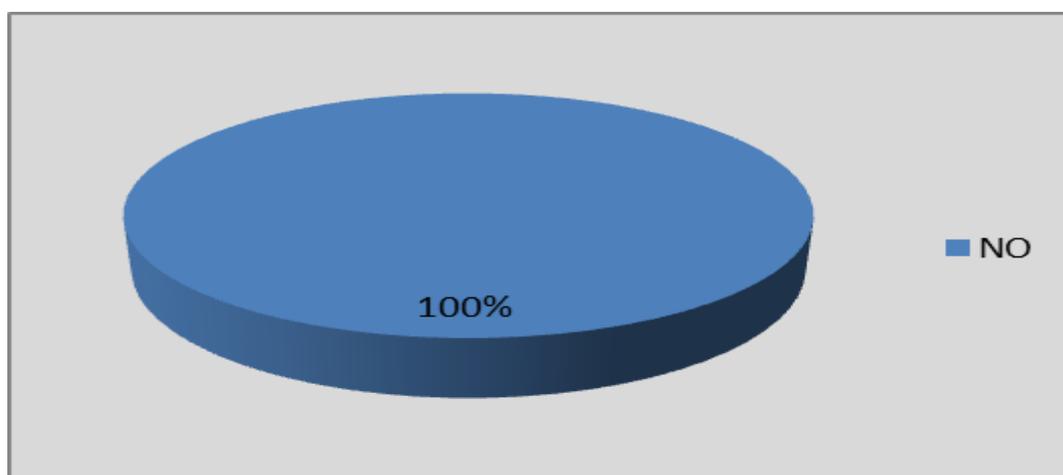
Fuente: Autoría propia

El 100% de los restaurantes no están de acuerdo o no aplican ninguna evaluación ni seguimientos del servicio ofrecido a sus clientes. con el proceso de evaluación, lo que puede indicar que los restaurantes Pollo mania, El espigal restaurante, Extrapan restaurante y panadería La fogata, Wancha wook, Aroma restaurante, La brasa Restaurante y tayrona de Guachucal Nariño no tienen conocimiento del pensamiento de sus clientes con los servicios

ofrecidos, lo que lleva a que no se presenten mejoras en lo que haga falta ni tampoco tendrían conocimiento de lo que deberían seguir implementando. A continuación, se indica la figura 98, donde se condensan las respuestas obtenidas.

Figura 98

Pregunta No.24: ¿Realiza algún proceso de evaluación y seguimiento del servicio ofrecido a sus clientes?



Fuente: Autoría propia

Tabla 1

DOFA

Debilidades	Oportunidades	Amenazas	Fortalezas
Falta de apoyo financiero de entidades del estado para entidades del turismo.	Vigilancia tecnológica	Situación de presencia de orden publico	Existencia de recursos naturales como : paramos agroturismo
Falta de capacitación al personal que presta el servicio de turismo	Inteligencia competitiva entorno al turismo que mida indicadores de demanda y oferta en el sector	Competencia por parte de otros lugares turísticos con mayor publicidad y fácil acceso como sol y playa Imagen poco agradable en	Parques y reservas

Debilidad en la forma empresarial	Marketing digital para la promoción turística	lugares del exterior de este país y pueblos en el sur de Colombia	Cicloturismo
Deficiente calidad en la prestación del turismo como infraestructura	Plan de desarrollo turístico regional		Ecoturismo
calidad ambiental y cultura local que no permite el desarrollo turístico.			
Falta de la explotación de la población, en el atractivo turístico en el municipio y así mejorar la calidad de vida	Capacitación a operadores turísticos y quien preste este servicio		Variedad gastronómica
	Coordinación de actores Turísticos		Participación de festividades regionales
			Carnavales
			Ofertas artesanales y culturales
			Lugares históricos

Fuente: Autoría propia

4.1.6 Matriz DOFA

La aplicación de la matriz DOFA es de gran importancia dentro de la investigación puesto que nos ayuda a identificar cuáles son las fortalezas y debilidades dentro del municipio con respecto a las capacidades turísticas; y así mismo muestra las oportunidades y amenazas que se encuentran en el municipio de Guachucal; permitiendo con estos cuatro conceptos, crear estrategias de mejoramiento que permitan fortalecer y renovar continuamente cada proceso.

4.1.6.1 Debilidades.

Debilidad en la formación empresarial. Insuficiente capacidad asociativa en la comunidad deficiente formación en la planeación estratégica falta de conciencia de la población en la oportunidad de explotar el atractivo turístico para mejorar su calidad de vida de manera

sostenible deficiente clasificación de los actores turísticos en temas que generan calidad en la prestación del servicio Como infraestructura calidad ambiental y cultura general.

Inadecuada política pública. Los actores regionales en los cuales están los públicos y privados como lo son la gobernación de Nariño instituciones educativas institutos técnicos responsable de políticas turísticas como el Ministerio de comercio de industria y turismo de medio ambiente que es el Ministerio de medio ambiente en servicio nacional de aprendizaje como lo es el Sena agencias de desarrollo local A del fondo Nacional de turismo fontur y agencias turísticas esas entidades encontraron algunas falencias Como por ejemplo falta de estrategia para participar en el desarrollo turístico local con las fortalezas de cada institución inadecuada política pública turística en la región poca credibilidad de las instituciones para el fomento turístico.

Desarrollo de la infraestructura. La infraestructura del centro poblado de Guachucal para atención y demanda turística los desafíos que fueron encontrados son la necesidad de una unidad de vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva en torno al turismo bajo marketing digital para la promoción turística falta de indicadores e índices de demanda y oferta en el sector y necesidad de estructurar un plan de desarrollo turístico regional con diagnósticos.

4.1.6.2 Oportunidades.

Turismo. Se identificaron clases de turismo en el municipio de Guachucal en donde se encuentran los siguientes: Aventura, está la observación de aves, parques y reservas naturales, el agroturismo, el cicloturismo, canopy, finca agropecuaria del resguardo de colimba; Esta región cuenta con un alto potencial turístico ya que puede desarrollarse con ayuda de actores locales regionales y generales que son los actores turísticos que permiten que el visitante pueda disfrutar de todas las actividades y lugares que hay en el municipio de Guachucal.

Cultura. En la parte cultural, posición honorable, Cabildo, aniversario taita Laureano Inapués, Carnaval de blancos y negros, artesanías, medicinas artesanales, olimpiadas indígenas que se dan en Colimba Guachucal y San Diego y en el área rural está el páramo de la paja Blanca, chorro culebras, morro, finca El Corso, finca de recuperación de Simancas.

4.1.6.3 Amenazas.

Desastres naturales. Alta por vulcanismo, media por vulcanismo, deslizamientos altos, heladas, erosión superficial alta e hídrica.

Seguridad. Sabemos que Colombia es un país que lucha contra la inseguridad, por lo que es primordial tener una buena seguridad desde equipos especializados de vigilancia hasta personal idóneo para prestar seguridad a los clientes.

Economía. Actualmente el país pasa por un estado económico difícil por el costo de los proveedores aumentaría, afectando el precio del servicio.

Legalización y reglamentación. Es importante obtener los permisos adecuados ante las entidades de regulación pública como lo son el Ministerio de salud y protección social, Ministerio de ambiente y desarrollo sostenible la Gobernación y alcaldía.

4.1.7 Resumen de las capacidades turísticas

Teniendo en cuenta el resultado obtenido en las encuestas realizadas a los establecimientos de comercio del municipio de Guachucal Nariño se realiza un análisis de respuestas por cada sector empezando por el sector de restaurantes a lo largo de la encuesta se evidencian diferentes falencias como también puntos positivos, como por ejemplo que ninguno de estos restaurantes como lo son Pollo Mania, El Espigal, Extraplan y panadería La fogata, Wancha Wook Aroma restaurante, La brasa Restaurante y Tayrona de Guachucal Nariño realiza un seguimiento del servicio ofrecido a sus clientes. Por lo tanto no pueden identificar lo que haga falta ni tampoco tendrían conocimiento de lo que deberían seguir implementando para mejorar. En cuanto a la parte de motivación del personal algunos de estos restaurantes no han implementado la parte de incentivar al personal con bonificaciones ni días de descanso.

Estos restaurantes presentan información de rótulos preventivos de riesgos y peligros en el uso diario de los equipos que utilizan en sus restaurantes para así evitar accidentes con el personal y clientes que adquieren el servicio.

Proporciona capacitación al personal por parte de todos los establecimientos permitiendo que de esta forma puedan brindar un buen servicio al cliente. Sin embargo en la encuesta se evidencia que ninguno trabajador de estos ocho restaurantes no maneja ningún otro idioma lo cual afecta en caso de visitantes extranjeros para su atención.

En la parte del sector hotelero en donde se encuentran el Hotel imperial, Hotel Nahua Real y Hotel Suite Colonial no dan un seguimiento de evaluación del servicio ofrecido a sus clientes por lo tanto no pueden evidenciar los diferentes errores, servicios o mejoras que pueden ser asertivas al momento de prestar el servicio a las personas se alojan.

Por parte del sector de transporte se encuentran Cootrasguachucal y Taxis la Sabana tienen sus vehículos en muy buen estado lo cual muestra que los conductores se preocupan por mantener sus vehículos limpios para los turistas y en condiciones adecuadas que muestran el compromiso para prestar con calidad el servicio y así dar satisfacción al cliente.

4.2 Reconocimiento de las condiciones financieras del turismo del municipio de Guachucal

En el presente objetivo, se analizarán los balances generales y el estado de situación financiera de nueve empresas del sector turístico en Guachucal, gracias a la valiosa información proporcionada por la Cámara de Comercio de Ipiales. Este análisis no solo permitirá obtener una visión clara de la salud financiera de estas empresas, sino que también servirá como base para identificar tendencias y oportunidades de mejora en un sector clave para el desarrollo económico local. A través de esta evaluación, se buscará entender mejor cómo estas empresas se están adaptando a los desafíos y oportunidades que presenta el mercado turístico actual. Con ello, se pretende contribuir a la formulación de estrategias que fortalezcan la competitividad y sostenibilidad del turismo en la región.

4.2.1 Análisis financiero de la empresa Taxis la Sabana SA

A continuación, se va realizar el análisis financiero con base a los estados financieros obtenidos por la cámara de comercio de Ipiales en donde se puede evidenciar el manejo contable que está llevando la empresa de transporte taxis la sabana.

Tabla 2*Balance general Taxis la Sabana*

Taxis La Sabana S.A						
NIT 800.200.715-8						
Estado de Situación Financiera Comparativo						
Activo	Por los años terminas a 31 de diciembre		Variación Absoluta	Variación Relativa	AV 2022	AV 2021
	2023	2022				
Caja	\$ 17.352.329	\$ 18.250.901	-\$ 898.572	-5%	7%	7%
Cuentas de Ahorro	\$ 20	\$ 20	\$-	0%	0%	0%
Efectivo y equivalente al efectivo	\$ 17.352.349	\$ 18.250.921	-\$ 898.572	-5%	7%	7%
Cuentas por cobrar accionistas	\$ 3.700.000	\$ 5.000.000	-\$1.300.000	-26%	1%	2%
Inventarios	\$ 1.772.000	\$ 3.438.000	-\$1.666.000	-48%	1%	1%
Anticipo de impuestos	\$599.306	\$ 516.306	\$ 83.000	16%	0%	0%
Reclamaciones	\$341.101	\$ 341.101	\$-	0%	0%	0%
Deudores varios	\$ 6.991.568	\$ 6.991.568	\$-	0%	3%	3%
Provisiones	-\$ 304.000	\$ -			0%	0%
Cuentas por cobrar	\$ 13.099.975	\$ 16.286.975	-\$3.187.000	-20%	5%	6%
Activo corriente	\$ 30.452.324	\$ 34.537.896	-\$4.085.572	-12%	12%	14%
Acciones	\$ 34.335.291	\$ 34.335.291	\$-	0%	14%	13%

Obligatorias	\$387.000	\$ 387.000	\$-	0%	0%	0%
Inversiones largo plazo	\$ 34.722.291	\$ 34.722.291	\$-	0%	14%	14%
Terrenos	\$ 135.000.000	\$ 135.000.000	\$-	0%	54%	53%
Equipo de Oficina	\$ 6.793.891	\$ 6.793.891	\$-	0%	3%	3%
Equipo de Computación y Comunicación	\$ 14.012.417	\$ 14.012.417	\$-	0%	6%	5%
Flota y Equipo de Transporte	\$ 51.100.000	\$ 51.100.000	\$-	0%	20%	20%
Menos: depreciación acumulada	-\$ 21.000.152	-\$ 20.662.026	-\$ 338.126	2%	-8%	-8%
Propiedad planta y equipo	\$ 185.906.155	\$ 186.244.281	-\$ 338.126	0%	74%	73%
Activo no corriente	\$ 220.628.446	\$ 220.966.572	-\$ 338.126	0%	88%	86%
Total activo	\$ 251.080.770	\$ 255.504.468	-\$4.423.698	-2%	100%	100%
Pasivo y patrimonio						
Costos y Gastos por Pagar	\$ 6.800.000	\$ -			3%	0%
Retenciones y Aportes de Nomina	\$255.500	\$ 160.300	\$ 95.200	59%	0%	0%
Acreedores varios	\$ 8.309.355	\$ 8.283.755	\$ 25.600	0%	3%	3%
Cuentas por pagar	\$ 15.364.855	\$ 8.444.055	\$6.920.800	82%	6%	3%
Cesantías	\$ 6.941.093	\$ 5.781.093	\$1.160.000	20%	3%	2%
Intereses sobre Cesantías	\$844.938	\$ 705.738	\$ 139.200	20%	0%	0%
Prima de Servicios	\$ 6.941.093	\$ 5.781.093	\$1.160.000	20%	3%	2%
Vacaciones	\$ 3.520.912	\$ 2.940.912	\$ 580.000	20%	1%	1%
Prestaciones extralegales	\$ 1.288.700	\$ 1.288.700	\$-	0%	1%	1%

Obligaciones laborales	\$ 19.536.736	\$ 16.497.536	\$3.039.200	18%	8%	6%
Pasivo corriente	\$ 34.901.591	\$ 24.941.591	\$9.960.000	40%	14%	10%
Total pasivo	\$ 34.901.591	\$ 24.941.591	\$9.960.000	40%	14%	10%
Capital suscrito y pagado	\$ 5.650.000	\$ 5.650.000	\$-	0%	2%	2%
Superávit de capital	\$ 14.705.138	\$ 14.705.138	\$-	0%	6%	6%
Reservas	\$ 53.721.133	\$ 53.721.133	\$-	0%	21%	21%
Utilidades o (perdida) del ejercicio	-\$ 14.383.698	-\$ 1.814.808	-\$ 12.568.890	693%	-6%	-1%
Utilidades Ejercicios anteriores	\$ 156.486.606	\$ 158.301.414	-\$1.814.808	-1%	62%	62%
Patrimonio	\$ 216.179.179	\$ 230.562.877	-\$ 14.383.698	-6%	86%	90%
Total pasivo mas patrimonio	\$ 251.080.770	\$ 255.504.468	-\$4.423.698	-2%	100%	100%

Nota. La tabla contiene información del Estado de Situación Financiera Comparativo. Fuente: Cámara de Comercio de Ipiales (2024)

Tabla 3

Estado de situación financiera taxis la sabana

Concepto	2023	2022	Variación Absoluta	Variación Relativa	AV 2023	AV 2022
Ingresos actividades ordinarias						
Ventas	60.926.000	65.014.000	-\$ 4.088.000	-6%	100%	100%
Total ingresos	60.926.000	65.014.000	-\$ 4.088.000	-6%	100%	100%
Gastos actividades ordinarias						
Gastos de Personal	21.462.154	18.163.600	\$3.298.554	18%	35%	28%

Honorarios	10.400.000	9.600.000	\$800.000	8%	17%	15%
Impuestos	55.118	592.175	-\$ 537.057	-91%	0%	1%
Arrendamientos	15.222.700	14.094.127	\$1.128.573	8%	25%	22%
Servicios	18.148.400	17.636.557	\$511.843	3%	30%	27%
Gastos legales	1.701.100	1.569.000	\$132.100	8%	3%	2%
Mantenimiento y Reparaciones	228.000	275.000	-\$ 47.000	-17%	0%	0%
Adecuación e Instalación	35.000	77.000	-\$ 42.000	-55%	0%	0%
Depreciaciones	338.126	338.126	\$-	0%	1%	1%
Gastos de Viaje		100.000	-\$ 100.000	-100%	0%	0%
Gastos varios	7.311.100	7.744.500	-\$ 433.400	-6%	12%	12%
Provisiones	304.000	0	\$304.000		0%	0%
Total gastos	75.205.698	70.190.085	\$5.015.613	7%	123%	108%
Utilidad (pérdida) actividades ordinarias	-14.279.698	-5.176.085	-\$ 9.103.613	176%	-23%	-8%
Otros ingresos						
Financieros		108.000	-\$ 108.000	-100%	0%	0%
Arrendamientos	1.800.000	3.600.000	-\$ 1.800.000	-50%	3%	6%
Total otros ingresos	1.800.000	3.708.000	-\$ 1.908.000	-51%	3%	6%
Otros gastos						
Diversos	1.465.000	48.723	\$1.416.277	2907%	2%	0%
Impuesto de Renta	439.000	298.000	\$141.000	47%	1%	0%
Total otros gastos	1.904.000	346.723	\$1.557.277	449%	3%	1%

Excedente (pérdida) otras actividades	-104.000	3.361.277	-\$ 3.465.277	-103%	0%	5%
Excedente (Pérdida) antes de Impuestos	-14.383.698	-1.814.808	-\$ 12.568.890	693%	-24%	-3%
Excedente presente ejercicio	-14.383.698	-1.814.808	-\$ 12.568.890	693%	-24%	-3%

Nota. La tabla contiene las variaciones absolutas y relativas del Estado de Situación Financiera Comparativo. Fuente: Cámara de Comercio de Ipiales (2024)

Tabla 4*Razones financieras de Taxis La Sabana*

Razones de Liquidez	Empresa A	
	2023	2022
Razón Corriente	0,87	1,38
Prueba Ácida	0,82	1,25
Capital Neto de Trabajo	-\$4.449.267	\$ 9.596.305
Razones de Rotación	2022	2021
Rotación de Inventarios (veces)	42	20
Rotación de inventarios (días)	9	18
Período Promedio de Cobro (días)	78	91
Rotación cuentas por cobrar (veces)	5	4
Razones de Rentabilidad	Empresa A	
	2022	2021
Margen de Utilidad Bruta	100,00%	100,00%
Margen de utilidad operativa	-23,44%	-7,96%
Margen de utilidad neta	-23,61%	-2,79%
Rendimiento sobre activos totales (ROA)	-5,73%	-0,71%
Rendimiento sobre el patrimonio (ROE)	-6,65%	-0,79%

Nota. La tabla contiene las razones financieras de Taxis La Sabana. Fuente: Autoría propia

4.2.1.1 Razones de liquidez.

Razón corriente. La razón corriente mide la capacidad de la empresa para cubrir sus pasivos a corto plazo con sus activos a corto plazo. En 2022, con una razón de 1.38, la empresa tenía activos suficientes para cubrir sus deudas. Sin embargo, en 2023, la razón cayó a 0.87, lo que indica que la empresa ahora tiene más pasivos corrientes que activos corrientes. Este descenso sugiere un deterioro de la liquidez, lo que puede significar que la empresa podría enfrentar dificultades para cumplir con sus obligaciones inmediatas.

Prueba ácida. La prueba ácida excluye el inventario, ofreciendo una medida más estricta de la liquidez. Al igual que la razón corriente, la prueba ácida muestra un deterioro, pasando de 1.25 en 2022 a 0.82 en 2023. Esto implica que la empresa podría depender del inventario para cubrir sus pasivos, lo cual es riesgoso si no puede liquidar rápidamente esos inventarios.

Capital Neto de Trabajo. El capital de trabajo neto es la diferencia entre los activos corrientes y los pasivos corrientes. En 2022, la empresa tenía un capital de trabajo positivo de \$9.5 millones, lo que indica una situación saludable en términos de liquidez. En 2023, esta cifra cae drásticamente a un valor negativo, lo que indica que la empresa está en una posición financieramente vulnerable, con más pasivos que activos para cubrir sus necesidades operativas inmediatas. Esto refleja un importante deterioro en la capacidad de la empresa para operar de manera fluida sin recurrir a financiamiento externo o la venta de activos.

4.2.1.2 Razones de rotación.

Rotación de Inventarios (veces). Este indicador mide la frecuencia con la que la empresa vende y repone su inventario en un año. El aumento significativo de 20.42 en 2021 a 42.44 en 2022 es una señal positiva. Esto indica que la empresa está gestionando mucho mejor su inventario, vendiéndolo más rápidamente, lo cual puede significar una mayor eficiencia operativa o un incremento en la demanda de productos.

Rotación de Inventarios (días). La cantidad de días que la empresa tarda en vender su inventario se ha reducido drásticamente de 17.88 días en 2021 a 8.60 días en 2022. Este es un signo claro de mejora en la eficiencia operativa, lo que permite a la empresa reducir los costos de almacenamiento y aprovechar más rápidamente las oportunidades de ventas.

Período Promedio de Cobro (días). El período promedio de cobro mide cuánto tiempo le toma a la empresa cobrar a sus clientes. La mejora en este indicador, pasando de

91.44 días en 2021 a 78.48 días en 2022, es positiva. Esto significa que la empresa está cobrando más rápidamente, mejorando su flujo de caja y reduciendo el riesgo de cuentas incobrables.

Rotación de Cuentas por Cobrar (veces). Este aumento indica que la empresa está recibiendo pagos de sus clientes con mayor frecuencia, lo que es una señal positiva en términos de eficiencia en la gestión de cuentas por cobrar. Cuanto más alta es la rotación, más rápido la empresa convierte sus ventas a crédito en efectivo.

4.2.1.3 Razones de rentabilidad.

Margen de Utilidad Bruta. Un margen bruto del 100% en ambos años es muy inusual. Esto sugiere que el costo de ventas es extremadamente bajo o inexistente, lo que puede estar relacionado con la naturaleza del negocio o el método contable utilizado. Sin embargo, dado que la empresa muestra márgenes operativos y netos negativos, esto sugiere que, aunque los ingresos sean altos, los costos operativos y otros gastos están absorbiendo toda la utilidad bruta.

Margen de Utilidad Operativa. Este indicador mide la rentabilidad de las operaciones principales de la empresa. El margen operativo negativo en ambos años indica que los costos operativos (como salarios, alquileres, gastos administrativos, etc.) superan los ingresos operativos. La situación empeora en 2022, lo que podría ser una señal de un aumento en los costos o una caída en la eficiencia operativa.

Margen de Utilidad Neta. El margen de utilidad neta también es negativo en ambos años, y empeora considerablemente en 2022. Esto sugiere que después de deducir todos los gastos (incluyendo impuestos e intereses), la empresa está incurriendo en pérdidas significativas. La situación empeoró de -2.79% en 2021 a -23.61% en 2022, lo que es un signo de serias dificultades financieras.

Rendimiento sobre Activos Totales (ROA). El ROA mide la eficiencia con la que la empresa está utilizando sus activos para generar beneficios. Un ROA negativo en ambos años significa que la empresa no está generando suficiente rendimiento a partir de sus activos. La caída de -0.71% en 2021 a -5.73% en 2022 sugiere que la empresa está utilizando sus activos de manera cada vez menos eficiente.

Rendimiento sobre el Patrimonio (ROE). El ROE mide la rentabilidad desde la perspectiva de los accionistas. Un ROE negativo en ambos años indica que los accionistas

están perdiendo valor en lugar de obtener rendimientos. La fuerte caída en 2022 refuerza la señal de que la empresa enfrenta dificultades financieras graves, con un rendimiento muy por debajo de lo que sería aceptable para los inversionistas.

Taxis La Sabana, enfrenta serios problemas de liquidez y rentabilidad, con indicadores que muestran una caída drástica en su capacidad para cubrir obligaciones a corto plazo y generar beneficios. Aunque ha mejorado en la rotación de inventarios y cobros, sus pérdidas operativas y netas crecientes sugieren que necesita medidas urgentes para corregir su situación financiera y mejorar su sostenibilidad a largo plazo.

4.2.2 Análisis financiero de las empresas del sector Hotelero: Hotel Nalnoa real

A continuación, se va realizar el análisis financiero con base a los estados financieros obtenidos por la cámara de comercio de Ipiales en donde se puede evidenciar el manejo contable que está llevando hotel Nalnoa real

Tabla 5*Balance general del hotel Nalnoa Real*

Hotel Nalnoa Real						
NIT 98.341.080-						
Estado de situación financiera comparativo						
Por los años terminas a 31 de diciembre			Variación Absoluta	Variación Relativa	AV 2022	AV 2021
	2019	2018				
Activo						
Caja	\$1.124.000	\$850.000	\$274.000	32%	7%	5%
Bancos	\$3.324.570	\$3.350.000	-\$ 25.430	-1%	20%	20%
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar	\$580.000	\$400.000	\$180.000	45%	3%	2%
Inventarios	\$3.120.000	\$2.850.000	\$270.000	9%	19%	17%
Total activo corriente	\$8.148.570	\$7.450.000	\$698.570	9%	49%	45%
Propiedad planta y equipo						
Maquinaria, equipo y herramientas trabajo	\$3.050.000	\$2.980.000	\$ 70.000	2%	18%	18%
Equipo de Computación y Comunicación	\$2.000.000	\$1.800.000	\$200.000	11%	12%	11%
Muebles y enseres	\$4.123.000	\$4.235.000	-\$ 112.000	-3%	25%	26%

Total activo no corriente	\$9.173.000	\$9.015.000	\$158.000	2%	55%	55%
Total activos	\$ 16.741.570	\$ 16.465.000	\$276.570	2%	100%	100%
Pasivo						
Proveedores y cuentas por pagar	\$532.000	\$600.000	-\$ 68.000	-11%	3%	4%
Impuestos, gravámenes y tasas	\$532.000	\$520.000	\$ 12.000	2%	3%	3%
Total pasivo corriente	\$1.064.000	\$1.120.000	-\$ 56.000	-5%	6%	7%
Total pasivo	\$1.064.000	\$1.120.000	-\$ 56.000	-5%	6%	7%
Patrimonio					0%	0%
Capital social	\$473.067	\$454.750	\$ 18.317	4%	3%	3%
Utilidad (perdida) del periodo	\$ 15.204.504	\$ 14.890.250	\$314.254	2%	91%	90%
Total patrimonio	\$ 15.677.570	\$ 15.345.000	\$332.570	2%	94%	93%
Total pasivo y patrimonio	\$ 16.741.570	\$ 16.465.000	\$276.570	2%	100%	100%

Nota. La tabla contiene cifras del balance general del hotel Nalnoa Real. Fuente: Cámara de Comercio de Ipiales (2024)

Tabla 5*Estado de situación empresa hotel Nalnoa real*

Concepto	2019	2018	Variación Absoluta	Variación Relativa	AV 2019	AV 2018
Ingresos actividades ordinarias						
Ventas	\$115.710.550	\$102.450.250	\$ 13.260.300	13%	100%	100%
Total ingresos	\$115.710.550	\$102.450.250	\$ 13.260.300	13%	100%	100%
Costo de mercancia						
Costo de venta y operación	\$ 72.897.646	\$ 70.200.000	\$2.697.646	4%	63%	69%
Utilidad bruta	\$ 42.812.904	\$ 32.250.250	\$ 10.562.654	33%	37%	31%
Gastos de administración	\$ 1.824.000	\$ 980.000	\$844.000	86%	2%	1%
Gastos actividades ordinarias						
Salarios y demás pagos laborales	\$ 18.200.000	\$ 17.300.000	\$900.000	5%	16%	17%
Impuestos	\$ 1.423.100	\$ 1.125.000	\$298.100	26%	1%	1%
Servicios	\$ 2.721.300	\$ 2.680.000	\$ 41.300	2%	2%	3%

Mantenimiento y reparaciones	\$ 312.400	\$ 275.000	\$ 37.400	14%	0%	0%
Utilidad operativa	\$ 18.332.104	\$ 9.890.250	\$8.441.854	85%	16%	10%
Intereses						
Diversos	\$ 3.127.600	\$ 3.865.000	-\$ 737.400	-19%	3%	4%
Utilidad antes de impuesto	\$ 15.204.504	\$ 6.025.250	\$9.179.254	152%	13%	6%
Utilidad neta del ejercicio	\$ 15.204.504	\$ 6.025.250	\$9.179.254	152%	13%	6%

Nota. La tabla contiene las variaciones absolutas y relativas del Estado de Situación Financiera. Fuente: Cámara de Comercio de Ipiales (2024)

Tabla 6*Razones financieras de hotel Nalnoa real*

Razones de Liquidez	Empresa B	
	2019	2018
Razón Corriente	7,66	6,65
Prueba Ácida	4,73	4,11
Capital Neto de Trabajo	\$7.084.570	\$6.330.000
Razones de Rotación	2019	2018
Rotación de Inventarios (veces)	23	25
Rotación de inventarios (días)	16	155
Período Promedio de Cobro (días)	2	1
Rotación cuentas por cobrar (veces)	200	256
Razones de Rentabilidad	Empresa B	
	2019	2018
Margen de Utilidad Bruta	37,00%	31,48%
Margen de utilidad operativa	15,84%	9,65%
Margen de utilidad neta	13,14%	5,88%
Rendimiento sobre activos totales (ROA)	90,82%	36,59%

Rendimiento sobre el patrimonio (ROE)

96,98%

39,27%

Nota. La tabla muestra las razones financieras. Fuente: Autoría propia

4.2.2.1 Razones de liquidez.

Razón corriente: la razón corriente de la empresa b es bastante alta en ambos años, lo que indica una sólida capacidad para cubrir sus pasivos a corto plazo. El incremento en 2019 sugiere una mejora en la posición de liquidez de la empresa, con más activos disponibles para hacer frente a sus obligaciones corrientes.

Prueba ácida: la prueba ácida, que excluye los inventarios de los activos corrientes, también muestra una sólida posición de liquidez. El aumento de 4.11 a 4.73 entre 2018 y 2019 confirma que la empresa no depende demasiado de sus inventarios para mantener su liquidez.

Capital neto de trabajo: el capital neto de trabajo es positivo y ha aumentado de 2018 a 2019, lo que indica que la empresa está bien posicionada para mantener sus operaciones diarias sin depender de financiamiento externo.

4.2.2.2 Razones de rotación.

Rotación de inventarios (veces): la rotación de inventarios es elevada, lo que indica que la empresa está gestionando eficientemente su inventario, aunque ha disminuido ligeramente en 2019. Esto podría implicar una leve acumulación de inventarios en comparación con 2018, pero sigue siendo una rotación saludable.

Rotación de inventarios (días): la empresa tarda entre 14 y 16 días en vender su inventario, lo cual es un ciclo de rotación corto, mostrando una gestión efectiva de sus existencias.

Período promedio de cobro (días): el período promedio de cobro es extremadamente corto, lo que indica que la empresa recibe pagos casi de inmediato. Este nivel de eficiencia en la cobranza mejora entre 2018 y 2019, lo cual es muy favorable para el flujo de caja.

Rotación de cuentas por cobrar (veces): la rotación de cuentas por cobrar es extremadamente alta en ambos años, lo que respalda el rápido cobro de sus cuentas a crédito. Aunque ha disminuido ligeramente en 2019, sigue siendo un indicador muy positivo de la eficiencia en el manejo del crédito.

4.2.2.3 Razones de rentabilidad.

Margen de utilidad bruta: la empresa ha mejorado su margen de utilidad bruta en 2019, lo que indica que está obteniendo un mayor beneficio sobre sus ventas después de deducir los costos de producción. Esta mejora puede ser señal de una mayor eficiencia operativa o de una estructura de costos favorable.

Margen de utilidad operativa: el margen operativo también ha aumentado significativamente, lo que sugiere que la empresa está gestionando bien sus costos operativos y generando beneficios más sólidos a partir de sus operaciones principales.

Margen de utilidad neta: el margen de utilidad neta ha crecido de manera importante, lo que indica que la empresa ha incrementado sus beneficios netos después de todos los costos, incluyendo impuestos y gastos financieros. Esta mejora es un indicativo de una gestión financiera sólida y un control eficiente de los costos.

Rendimiento sobre activos totales (ROA): el ROA ha mejorado significativamente en 2019, lo que significa que la empresa está utilizando sus activos de manera muy eficiente para generar beneficios. Un aumento de esta magnitud es un claro signo de una excelente gestión de recursos.

Rendimiento sobre el Patrimonio (ROE): el ROE también ha crecido de manera impresionante, lo que indica que la empresa está generando altos retornos para sus accionistas. Esto sugiere que la inversión de los accionistas está siendo altamente rentable y que la empresa ha logrado aumentar su valor significativamente.

4.2.3 Análisis financiero de las empresas del sector Hotelero: Panadería Extrapan Guachucal

A continuación, se va realizar el análisis financiero con base a los estados financieros obtenidos por la cámara de comercio de Ipiales en donde se puede evidenciar el manejo contable que está llevando la panadería extrapan Guachucal

Tabla 7*Estado de situación financiera la panadería Extrapán Guachucal*

Panadería Extrapán Guachucal						
NIT 37009908-8						
Estado de situación financiera comparativo						
Por los años terminas a 31 de diciembre			Variación Absoluta	Variación Relativa	AV 2021	AV 2020
	2021	2020				
Activo						
Caja	\$1.523.400	\$ 879.000	\$ 644.400	73%	12%	7%
Cuentas de ahorro	\$ 789.000	\$1.890.800	-\$ 1.101.800	-58%	6%	16%
Inventarios de materias primas	\$2.590.000	\$3.210.000	-\$ 620.000	-19%	20%	26%
Cuentas por cobrar	\$3.770.000	\$1.780.000	\$1.990.000	112%	29%	15%
Total activo corriente	\$8.672.400	\$7.759.800	\$ 912.600	12%	66%	64%
Maquinaria y equipo	\$2.550.000	\$2.550.000	\$ -	0%	20%	21%
Equipo de oficina	\$ 720.000	\$ 720.000	\$ -	0%	6%	6%
Equipo de computación y comunicación	\$1.100.000	\$1.100.000	\$ -	0%	8%	9%
Total activos	\$13.042.400	\$12.129.800	\$ 912.600	8%	100%	100%
Pasivos						
Cuentas corrientes por pagar	\$3.200.000	\$2.100.000	\$1.100.000	52%	25%	17%

Total pasivos	\$3.200.000	\$2.100.000	\$1.100.000	52%	25%	17%
Patrimonio						
Capital social	\$4.199.436	\$8.250.450	-\$ 4.051.014	-49%	32%	68%
Utilidades acumuladas	\$5.642.964	\$1.779.350	\$3.863.614	217%	43%	15%
Total patrimonio	\$9.842.400	\$10.029.800	-\$ 187.400	-2%	75%	83%
Total pasivo + patrimonio	\$13.042.400	\$12.129.800	\$ 912.600	8%	100%	100%

Nota. La tabla contiene cifras del estado de situación financiera la panadería Extrapan Guachucal. Fuente: Cámara de Comercio de Ipiales (2024)

Tabla 8

Situación financiera de panadería Extrapan Guachucal

Concepto			Variación	Variación	AV 2021	AV 2020
	2021	2020	Absoluta	Relativa		
Ingresos actividades ordinarias						
Ventas	\$115.710.550	\$102.450.250	\$ 13.260.300	13%	100%	100%
Total Ingresos	\$115.710.550	\$102.450.250	\$ 13.260.300	13%	100%	100%
Costo de mercancia						
Costo de venta y operación	\$72.897.646	\$70.200.000	\$2.697.646	4%	63%	69%
Utilidad bruta	\$42.812.904	\$32.250.250	\$ 10.562.654	33%	37%	31%
Gastos de administración	\$1.824.000	\$ 980.000	\$ 844.000	86%	2%	1%
Gastos actividades ordinarias						
Salarios y demás pagos laborales	\$18.200.000	\$17.300.000	\$ 900.000	5%	16%	17%

Impuestos	\$1.423.100	\$1.125.000	\$ 298.100	26%	1%	1%
Servicios	\$2.721.300	\$2.680.000	\$ 41.300	2%	2%	3%
Mantenimiento y reparaciones	\$ 312.400	\$ 275.000	\$ 37.400	14%	0%	0%
Utilidad operativa	\$18.332.104	\$9.890.250	\$8.441.854	85%	16%	10%
Intereses						
Diversos	\$3.127.600	\$3.865.000	-\$ 737.400	-19%	3%	4%
Utilidad antes de impuesto	\$15.204.504	\$6.025.250	\$9.179.254	152%	13%	6%
Utilidad neta del ejercicio	\$15.204.504	\$6.025.250	\$9.179.254	152%	13%	6%

Nota. La tabla contiene las variaciones absolutas y relativas del Estado de Situación Financiera. Fuente: Cámara de Comercio de Ipiales (2024)

Tabla 9*Razones financieras de Panadería Extrapan Guachucal*

	Empresa C	
	2021	2020
Razones de Liquidez		
Razón Corriente	2,71	3,70
Prueba Ácida	1,90	2,17
Capital Neto de Trabajo	\$ 5.472.400	\$ 5.659.800
Razones de Rotación		
	2021	2020
Rotación de Inventarios (veces)	28	22
Rotación de inventarios (días)	8	11
Período Promedio de Cobro (días)	12	6
Rotación cuentas por cobrar (veces)	31	58
Razones de Rentabilidad		
	2021	2020
Margen de Utilidad Bruta	37,00%	31,48%
Margen de utilidad operativa	15,84%	9,65%
Margen de utilidad neta	13,14%	5,88%
Rendimiento sobre activos totales (ROA)	116,58%	49,67%
Rendimiento sobre el patrimonio (ROE)	154,48%	60,07%

Nota. La tabla muestra las razones financieras. Fuente: Autoría propia

4.2.3.1 Razones de liquidez.

Razón corriente: aunque la razón corriente disminuyó de 3.70 en 2020 a 2.71 en 2021, sigue siendo saludable, indicando que la empresa tiene suficientes activos corrientes para cubrir sus pasivos a corto plazo, pero la disminución puede reflejar una menor eficiencia en la gestión de sus activos corrientes.

Prueba ácida: la prueba ácida también muestra una caída, lo que indica que la empresa está en una posición menos líquida sin contar sus inventarios. Aunque todavía es positiva, esta tendencia descendente debe monitorearse para evitar problemas de liquidez en el futuro.

Capital neto de trabajo: el capital neto de trabajo se redujo levemente, lo que puede ser una señal de que la empresa está usando sus recursos más intensivamente. Aunque aún es positivo, esta reducción puede implicar una mayor presión sobre la liquidez a corto plazo.

4.2.3.2 Razones de rotación.

Rotación de inventarios (veces): la rotación de inventarios mejoró considerablemente, lo que indica que la empresa está vendiendo sus inventarios a un ritmo más rápido en 2021 en comparación con 2020. Esto es positivo, ya que sugiere una mejor gestión de inventarios.

Rotación de inventarios (días): el número de días que la empresa necesita para vender su inventario se redujo, lo que refleja una mayor eficiencia operativa en 2021.

Período promedio de cobro (días): el período promedio de cobro aumentó, lo que indica que la empresa tardó más en cobrar sus cuentas en 2021. Aunque sigue siendo relativamente corto, el aumento sugiere que la empresa podría estar extendiendo sus plazos de pago o enfrentando demoras en las cobranzas.

Rotación de cuentas por cobrar (veces): rotación de cuentas por cobrar disminuyó significativamente en 2021, lo que podría reflejar una desaceleración en el cobro de ventas a crédito o una mayor cantidad de crédito extendido a los clientes.

4.2.3.3 Razones de rentabilidad.

Margen de utilidad bruta: la mejora en el margen de utilidad bruta en 2021 indica que la empresa está generando mayores beneficios en relación con sus ventas después de los costos de producción, lo cual es positivo para la rentabilidad.

Margen de utilidad operativa: la empresa ha aumentado significativamente su margen operativo, lo que muestra una mejora en la eficiencia operativa y una mejor gestión de los costos.

Margen de utilidad neta: el margen de utilidad neta también mejoró sustancialmente, lo que indica que la empresa ha logrado incrementar sus beneficios netos, lo cual es una señal muy positiva de rentabilidad.

Rendimiento sobre activos totales (ROA): la roa muestra un incremento impresionante, lo que indica que la empresa ha mejorado drásticamente la eficiencia en el uso de sus activos para generar beneficios.

Rendimiento sobre el patrimonio (ROE): el roe se incrementó significativamente, lo que sugiere que la empresa está generando retornos mucho más altos para sus accionistas en 2021 en comparación con 2020, lo cual es un indicativo claro de una mayor rentabilidad y éxito financiero.

La panadería extrapan Guachucal, muestra una sólida mejora en su rentabilidad y eficiencia operativa durante 2021, con un notable incremento en sus márgenes y en los rendimientos sobre activos y patrimonio. Sin embargo, la disminución en algunos indicadores de liquidez y rotación de cuentas por cobrar sugiere que debe prestarse atención a la gestión de efectivo y crédito. En general, la empresa está en una posición fuerte y ha mejorado sustancialmente su desempeño financiero en comparación con el año anterior.

4.2.4 Análisis financiero de las empresas del sector Hotelero: Hotel Imperial Guachucal

A continuación, se va realizar el análisis financiero con base a los estados financieros obtenidos por la cámara de comercio de Ipiales en donde se puede evidenciar el manejo contable que está llevando hotel imperial Guachucal

Tabla 10*Balance general hotel imperial Guachucal*

Hotel Imperial Guachucal						
NIT 27209234-4						
Estado de situación financiera comparativo						
Por los años terminas a 31 de diciembre			Variación Absoluta	Variación Relativa	AV 2023	AV 2022
	2023	2022				
Activo						
Caja	\$ 850.000	\$ 550.000	\$ 300.000	55%	28%	18%
Cuentas de ahorro	\$ 200.000	\$ 420.000	-\$ 220.000	-52%	7%	14%
Inventarios	\$ 1.600.000	\$1.350.000	\$ 250.000	19%	53%	45%
Cuentas por cobrar	\$ 350.000	\$ 680.000	-\$ 330.000	-49%	12%	23%
Total activo corriente	\$ 3.000.000	\$3.000.000	\$ -	0%	100%	100%
Maquinaria y equipo	\$ -	\$ -	\$ -		0%	0%
Equipo de oficina	\$ -	\$ -	\$ -		0%	0%
Equipo de computación y comunicación	\$ -	\$ -	\$ -		0%	0%
Total activos	\$ 3.000.000	\$3.000.000	\$ -	0%	100%	100%
Pasivos						
Cuentas corrientes por pagar	\$ 500.000	\$ 650.000	-\$ 150.000		17%	22%

Total pasivos	\$ 500.000	\$ 650.000	-\$ 150.000		17%	22%
Patrimonio						
Capital social	\$ 2.500.000	\$2.350.000	\$ 150.000	6%	83%	78%
Utilidades acumuladas	\$ -	\$ -	\$ -		0%	0%
Total patrimonio	\$ 2.500.000	\$2.350.000	\$ 150.000	6%	83%	78%
Total pasivo + patrimonio	\$ 3.000.000	\$3.000.000	\$ -	0%	100%	100%

Nota. La tabla contiene cifras del estado de situación financiera. Fuente: Cámara de Comercio de Ipiales (2024)

Tabla 11

Estado de situación financiera hotel imperial Guachucal

Concepto			Variación	Variación	AV 2021	AV 2020
	2023	2022	Absoluta	Relativa		
Ingresos actividades ordinarias						
Ventas	\$20.000.000	\$15.000.000	\$5.000.000	33%	100%	100%
Total ingresos	\$20.000.000	\$15.000.000	\$5.000.000	33%	100%	100%
Costo de mercancía						
Costo de venta y operación	\$5.200.000	\$4.500.000	\$ 700.000	16%	26%	30%
Utilidad bruta	\$14.800.000	\$10.500.000	\$4.300.000	41%	74%	70%
Gastos de administración	\$2.600.000	\$1.280.000	\$1.320.000	103%	13%	9%
Gastos actividades ordinarias						
Salarios y demás pagos laborales	\$3.000.000	\$2.000.000	\$1.000.000	50%	15%	13%

Impuestos	\$1.423.100	\$ 380.000	\$1.043.100	275%	7%	3%
Servicios	\$ 350.000	\$ 250.000	\$ 100.000	40%	2%	2%
Mantenimiento y reparaciones	\$ 312.400	\$ 275.000	\$ 37.400	14%	2%	2%
Utilidad operativa	\$7.114.500	\$6.315.000	\$ 799.500	13%	36%	42%
Intereses						
Diversos	\$ 720.000	\$ 600.000	\$ 120.000	20%	4%	4%
Utilidad antes de impuesto	\$6.394.500	\$5.715.000	\$ 679.500	12%	32%	38%
Utilidad neta del ejercicio	\$6.394.500	\$5.715.000	\$ 679.500	12%	32%	38%

Nota. La tabla contiene las variaciones absolutas y relativas del Estado de Situación Financiera. Fuente: Cámara de Comercio de Ipiales (2024)

Tabla 12*Razones financieras de hotel imperial Guachucal*

	Empresa D	
	2023	2022
Razones de Liquidez		
Razón Corriente	6,00	4,62
Prueba Ácida	2,80	2,54
Capital Neto de Trabajo	\$ 2.500.000	\$ 2.350.000
Razones de Rotación		
	2023	2022
Rotación de Inventarios (veces)	3	3
Rotación de inventarios (días)	29	32
Período Promedio de Cobro (días)	6	17
Rotación cuentas por cobrar (veces)	57	22
Razones de Rentabilidad		
	2022	2021
Margen de Utilidad Bruta	74,00%	70,00%
Margen de utilidad operativa	35,57%	42,10%
Margen de utilidad neta	31,97%	38,10%
Rendimiento sobre activos totales (ROA)	213,15%	190,50%
Rendimiento sobre el patrimonio (ROE)	255,78%	243,19%

Nota. La tabla muestra las razones financieras. Fuente: Autoría propia.

4.2.5 Razones de liquidez Hotel Imperial Guachucal

Razón corriente: la razón corriente ha aumentado significativamente, lo cual indica una mejora en la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones a corto plazo. Un valor de 6,00 sugiere que la empresa tiene 6 veces más activos corrientes que pasivos

corrientes, lo cual es una situación bastante sólida. Este aumento podría deberse a un aumento en activos corrientes o una disminución en pasivos corrientes. La razón corriente de 6,00 es considerablemente alta, lo que puede indicar una posición extremadamente conservadora en términos de liquidez. Aunque esto es positivo, podría ser útil revisar si la empresa está manteniendo excesivos niveles de activos corrientes que podrían ser invertidos de manera más productiva.

Prueba ácida: la prueba ácida también ha mejorado, indicando que incluso sin contar con los inventarios, la empresa puede cubrir sus pasivos corrientes con activos líquidos. Un valor de 2,80 es robusto y sugiere una buena capacidad para manejar deudas a corto plazo sin depender de la venta de inventarios. Esta mejora también podría deberse a una gestión eficiente de activos líquidos o una disminución en pasivos corrientes.

Capital neto de trabajo: el aumento en el capital neto de trabajo en \$150.000 sugiere que la empresa ha incrementado su capacidad para financiar sus operaciones diarias. Un capital neto de trabajo positivo y en aumento es una señal de buena salud financiera a corto plazo. Esto puede reflejar una gestión efectiva de los recursos y un aumento en los activos corrientes, o una reducción en los pasivos corrientes.

4.2.5.1 Razones de rotación Hotel Imperial Guachucal

Rotación de inventarios (veces): la disminución en la rotación de inventarios de 3,33 a 3,25 veces sugiere que la empresa está vendiendo su inventario a un ritmo ligeramente más lento. Esto podría deberse a una acumulación de inventarios o una disminución en la demanda. Es importante investigar si esta tendencia es temporal o parte de un patrón más amplio, ya que una rotación de inventarios más baja podría afectar la liquidez si el inventario no se convierte en ventas efectivamente.

Rotación de inventarios (días): la reducción en el período de rotación de inventarios (días) indica que la empresa está vendiendo sus inventarios más rápidamente, lo cual es positivo ya que minimiza el riesgo de obsolescencia y mejora la eficiencia operativa. La reducción de 32,85 días a 29,20 días es una señal de que la empresa está gestionando bien sus inventarios.

Período promedio de cobro (días): la disminución dramática en el período promedio de cobro es una mejora notable. Pasar de 16,55 días a 6,39 días significa que la empresa está recibiendo pagos mucho más rápidamente. Esto puede indicar una mejora en la

política de crédito o una gestión más efectiva de las cuentas por cobrar, lo cual fortalece el flujo de caja de la empresa.

Rotación cuentas por cobrar (veces): El aumento en la rotación de cuentas por cobrar es impresionante y complementa la disminución en el período promedio de cobro. Pasar de 22,06 veces a 57,14 veces significa que las cuentas por cobrar se están convirtiendo en efectivo mucho más rápidamente, lo cual es un buen indicativo de una gestión eficiente de las cuentas por cobrar.

4.2.5.2 Razones de rentabilidad.

Margen de utilidad bruta: el aumento en el margen de utilidad bruta es positivo, indicando que la empresa está generando una mayor proporción de ingresos después de costos directos de ventas. La mejora del margen de 70% a 74% sugiere que la empresa está controlando bien sus costos de producción o ha podido aumentar precios sin perder clientes.

Margen de utilidad operativa: la caída en el margen de utilidad operativa podría ser motivo de preocupación, ya que refleja que los costos operativos están creciendo más rápido que los ingresos operativos. Una disminución de 42,10% a 35,57% indica que la rentabilidad operativa se ha visto afectada, posiblemente debido a mayores costos operativos o gastos administrativos. Es importante investigar los motivos detrás de este aumento en los costos para tomar medidas correctivas.

Margen de utilidad neta: la disminución en el margen de utilidad neta también es significativa. Esto refleja que, a pesar del aumento en la utilidad bruta, otros gastos (como impuestos, intereses o gastos no operativos) han afectado la rentabilidad neta. La caída de 38,10% a 31,97% sugiere que la empresa debe analizar los componentes de sus gastos para identificar y controlar posibles áreas problemáticas.

Rendimiento sobre Activos Totales (ROA): El aumento en el ROA indica que la empresa ha mejorado su capacidad para generar ganancias a partir de sus activos. Un ROA de 213,15% es excepcionalmente alto, lo cual sugiere que la empresa está utilizando sus activos de manera muy eficiente para generar beneficios. Esta es una señal positiva para los inversores y refleja una gestión eficaz de los recursos de la empresa.

Rendimiento sobre el Patrimonio (ROE): El aumento en el ROE refleja que la empresa está generando mayores retornos para sus accionistas en relación con su capital. Un ROE de 255,78% es extremadamente alto y muestra que la empresa está utilizando muy bien

el capital invertido por los accionistas para generar beneficios. Esta mejora en el ROE es una señal positiva de la rentabilidad y la eficacia de la gestión en el uso del capital propio.

La empresa Hotel imperial Guachucal, se encuentra en una posición financiera favorable, con una sólida capacidad de liquidez, una gestión operativa eficiente y una alta rentabilidad. Sin embargo, es crucial que la empresa aborde la disminución en los márgenes de rentabilidad y monitoree de cerca la rotación de inventarios para asegurar una gestión efectiva y sostenibilidad a largo plazo. Con un enfoque proactivo en estas áreas, la empresa puede mantener y fortalecer su desempeño financiero en el futuro.

4.2.6 Análisis financiero de las empresas del sector Hotelero: Hotel, restaurante y asadero Tayrona.

A continuación, se va realizar el análisis financiero con base a los estados financieros obtenidos por la cámara de comercio de Ipiales en donde se puede evidenciar el manejo contable que está llevando hotel, restaurante y asadero Tayrona

Tabla 13*Balance general hotel, restaurante y asadero Tayrona*

Hotel, restaurante y asadero Tayrona							
NIT 27211429-4							
Estado de situación financiera comparativo							
Por los años terminas a 31 de diciembre			Variación Absoluta	Variación Relativa	AV 2023	AV 2022	
	2023	2022					
Activo							
Caja	\$ 320.000	\$ 420.000	-\$ 100.000	-24%	16%	21%	
Cuentas de ahorro	\$ 250.000	\$ 130.000	\$ 120.000	92%	13%	7%	
Inventarios	\$1.000.000	\$1.100.000	-\$ 100.000	-9%	50%	55%	
Cuentas por cobrar	\$ 430.000	\$ 350.000	\$ 80.000	23%	22%	18%	
Total activo corriente	\$2.000.000	\$2.000.000	\$ -	0%	100%	100%	
Maquinaria y equipo	\$ -	\$ -	\$ -		0%	0%	
Equipo de oficina	\$ -	\$ -	\$ -		0%	0%	
Equipo de computación y comunicación	\$ -	\$ -	\$ -		0%	0%	
Total activos	\$2.000.000	\$2.000.000	\$ -	0%	100%	100%	
Pasivos							
Cuentas corrientes por pagar	\$ 350.000	\$ 295.000	\$ 55.000		18%	15%	
Total pasivos	\$ 350.000	\$ 295.000	\$ 55.000		18%	15%	

Patrimonio							
Capital social	\$1.650.000	\$1.705.000	-\$	55.000	-3%	83%	85%
Utilidades acumuladas	\$ -	\$ -		\$ -		0%	0%
Total patrimonio	\$1.650.000	\$1.705.000	-\$	55.000	-3%	83%	85%
Total pasivo + patrimonio	\$2.000.000	\$2.000.000		\$ -	0%	100%	100%

Nota. La tabla contiene cifras del estado de situación financiera. Fuente: Cámara de Comercio de Ipiales (2024)

Tabla 14

Situación financiera hotel, restaurante y asadero Tayrona

Concepto			Variación	Variación	AV 2021	AV 2020
	2023	2022	Absoluta	Relativa		
Ingresos actividades ordinarias						
Ventas	\$ 800.000	\$1.800.000	-\$1.000.000	-56%	100%	100%
Total Ingresos	\$ 800.000	\$1.800.000	-\$1.000.000	-56%	100%	100%
Costo de mercancia						
Costo de venta y operación	\$ 200.000	\$ 180.000	\$ 20.000	11%	25%	10%
Utilidad bruta	\$ 600.000	\$1.620.000	-\$1.020.000	-63%	75%	90%
Gastos de administración	\$ 150.000	\$ 190.000	-\$ 40.000	-21%	19%	11%
Gastos actividades ordinarias						
Salarios y demás pagos laborales	\$ -	\$ -	\$-		0%	0%
Impuestos	\$ 55.000	\$ 45.000	\$ 10.000	22%	7%	3%

Servicios	\$ 100.000	\$ 95.000	\$ 5.000	5%	13%	5%
Mantenimiento y reparaciones	\$ -	\$ -	\$-		0%	0%
Utilidad operativa	\$ 295.000	\$1.290.000	-\$ 995.000	-77%	37%	72%
Intereses						
Diversos	\$ 50.000	\$ 120.000	-\$ 70.000	-58%	6%	7%
Utilidad antes de impuesto	\$ 245.000	\$1.170.000	-\$ 925.000	-79%	31%	65%
Utilidad neta del ejercicio	\$ 245.000	\$1.170.000	-\$ 925.000	-79%	31%	65%

Nota. La tabla contiene las variaciones absolutas y relativas del Estado de Situación Financiera. Fuente: Cámara de Comercio de Ipiales (2024)

Tabla 15*Razones financieras de hotel, restaurante y asadero Tayrona*

Razones de Liquidez	Empresa E	
	2023	2022
Razón Corriente	5,71	6,78
Prueba Ácida	2,86	3,05
Capital Neto de Trabajo	\$ 1.650.000	\$ 1.705.000
Razones de Rotación	2023	2022
Rotación de Inventarios (veces)	0,2	0,1
Rotación de inventarios (días)	456	223
Período Promedio de Cobro (días)	196	71
Rotación cuentas por cobrar (veces)	2	5
Razones de Rentabilidad	Empresa E	
	2023	2022
Margen de Utilidad Bruta	75,00%	90,00%
Margen de utilidad operativa	36,88%	71,67%
Margen de utilidad neta	30,63%	65,00%
Rendimiento sobre activos totales (ROA)	12,25%	58,50%
Rendimiento sobre el patrimonio (ROE)	14,85%	68,62%

Nota. La tabla muestra las razones financieras. Fuente: Autoría propia

4.2.6.1 Razones de liquidez

Razón corriente: la razón corriente ha disminuido, indicando una ligera reducción en la capacidad para cubrir obligaciones a corto plazo. Aunque sigue siendo alta, la disminución puede señalar una menor disponibilidad de activos corrientes en relación con los pasivos corrientes.

Prueba ácida: la prueba ácida también ha disminuido, lo que refleja una reducción en la capacidad de cubrir pasivos corrientes sin contar los inventarios. Aunque sigue siendo alta, la caída puede ser indicativa de una mayor dependencia de inventarios en la gestión de la liquidez.

Capital neto de trabajo: la disminución de \$55.000 en el capital neto de trabajo podría señalar una reducción en la capacidad de la empresa para financiar sus operaciones diarias, posiblemente debido a un aumento en los pasivos corrientes o una disminución en los activos corrientes.

4.2.7 Razones de rotación

Rotación de inventarios (veces): la rotación de inventarios ha mejorado ligeramente, pero sigue siendo muy baja. Esto indica que la empresa está vendiendo inventarios a un ritmo muy lento, lo que puede reflejar una baja demanda o problemas en la gestión del inventario.

Rotación de inventarios (días): el aumento en el período de rotación de inventarios (días) es significativo, lo que sugiere que los inventarios se están acumulando y se venden muy lentamente. Esto puede ser un signo de problemas con la demanda del producto o una sobreproducción.

Período promedio de cobro (días): el período promedio de cobro ha aumentado dramáticamente, indicando que la empresa está tardando mucho más en recibir pagos de sus clientes. Esto puede afectar gravemente el flujo de caja y sugiere una posible falta de eficiencia en la gestión de cuentas por cobrar.

Rotación de cuentas por cobrar (veces): la rotación de cuentas por cobrar ha disminuido, lo que refleja una ralentización en la conversión de cuentas por cobrar en efectivo. Este descenso es preocupante ya que indica que los cobros se están realizando a un ritmo mucho más lento.

4.2.7.1 Razones de rentabilidad.

margen de utilidad bruta: la disminución en el margen de utilidad bruta sugiere que los costos de ventas han aumentado o que la empresa ha tenido que reducir precios, impactando negativamente la rentabilidad bruta.

margen de utilidad operativa: la caída en el margen de utilidad operativa refleja un aumento en los costos operativos o una reducción en los ingresos operativos. esto sugiere que la eficiencia operativa ha disminuido significativamente.

margen de utilidad neta: la disminución en el margen de utilidad neta es considerable, lo que indica que la rentabilidad neta se ha visto afectada por mayores costos operativos, gastos financieros o impuestos, reduciendo significativamente las ganancias netas.

Rendimiento sobre activos totales (ROA): el ROA ha disminuido drásticamente, indicando que la empresa ha perdido eficiencia en la utilización de sus activos para generar beneficios. Esto puede ser resultado de una baja rentabilidad o una mala gestión de activos.

Rendimiento sobre el patrimonio (ROE): la caída en el ROE refleja una disminución en la rentabilidad para los accionistas. Esto sugiere que el retorno sobre el capital invertido ha caído significativamente, lo que puede afectar la percepción de los inversores.

La empresa Hotel, restaurante y asadero Tayrona enfrenta una disminución significativa en liquidez, eficiencia operativa y rentabilidad. La caída en la razón corriente, la prueba ácida y el capital neto de trabajo, junto con una gestión ineficaz del inventario y las cuentas por cobrar, reflejan problemas serios que deben ser abordados. La drástica reducción en los márgenes de rentabilidad y rendimientos (ROA y ROE) destaca la necesidad urgente de revisar y optimizar las operaciones para restaurar la estabilidad financiera y mejorar el desempeño general.

4.2.8 Análisis financiero de las empresas del sector Hotelero: Hotel Suite colonial

A continuación, se va realizar el análisis financiero con base a los estados financieros obtenidos por la cámara de comercio de Ipiales en donde se puede evidenciar el manejo contable que está llevando hotel suite colonial.

Tabla 16*Balance general hotel suite colonial*

Hotel Suite Colonial						
NIT 27174785-4						
Estado de situación financiera comparativo						
Por los años terminas a 31 de diciembre		Variación Absoluta	Variación Relativa	AV 2023	AV 2022	
2023	2022					
Activo						
Caja	\$ 420.000	\$ 550.000	-\$ 130.000	-24%	9%	12%
Cuentas de ahorro	\$ 250.000	\$ 200.000	\$ 50.000	25%	5%	4%
Inventarios	\$1.358.000	\$1.450.000	-\$ 92.000	-6%	29%	31%
Cuentas por cobrar	\$ 480.000	\$ 400.000	\$ 80.000	20%	10%	9%
Total activo corriente	\$2.508.000	\$2.600.000	-\$ 92.000	-4%	53%	55%
Maquinaria y equipo	\$ 950.000	\$ 750.000	\$ 200.000		20%	16%
Equipo de oficina	\$ 500.000	\$ 608.000	-\$ 108.000		11%	13%
Muebles y enseres	\$ 742.000	\$ 742.000	\$ -		16%	16%
Total activo no corriente	\$2.192.000	\$2.100.000				
Total activos	\$4.700.000	\$4.700.000	\$ -	0%	100%	100%
Pasivos						

Cuentas corrientes por pagar	\$1.980.000	\$1.500.000	\$ 480.000		42%	32%
Total pasivos	\$1.980.000	\$1.500.000	\$ 480.000		42%	32%
Patrimonio						
Capital social	\$2.500.000	\$3.000.000	-\$ 500.000	-17%	53%	64%
Utilidades acumuladas	\$ 220.000	\$ 200.000	\$ 20.000		5%	4%
Total patrimonio	\$2.720.000	\$3.200.000	-\$ 480.000	-15%	58%	68%
Total pasivo + patrimonio	\$4.700.000	\$4.700.000	\$ -	0%	100%	100%

Nota. La tabla contiene cifras del estado de situación financiera. Fuente: Cámara de Comercio de Ipiales (2024)

Tabla 17

Situación financiera hotel suite colonial

Concepto	2023	2022	Variación Absoluta	Variación Relativa	AV 2021	AV 2020
Ingresos actividades ordinarias						
Ventas	\$5.000.000	\$8.000.000	-\$3.000.000	-38%	100%	100%
Total Ingresos	\$5.000.000	\$8.000.000	-\$3.000.000	-38%	100%	100%
Costo de mercancia						
Costo de venta y operación	\$2.000.000	\$3.200.000	-\$1.200.000	-38%	40%	40%

Utilidad bruta	\$3.000.000	\$4.800.000	-\$1.800.000 -38%	60%	60%
Gastos de administración	\$ 320.000	\$ 300.000	\$ 20.000 7%	6%	4%
Gastos actividades ordinarias					
Servicios	\$ 100.000	\$ 95.000	\$ 5.000 5%	2%	1%
Mantenimiento y reparaciones	\$ 120.000	\$ 250.000	-\$ 130.000	2%	3%
Utilidad operativa	\$2.460.000	\$4.155.000	-\$1.695.000 -41%	49%	52%
Intereses	\$ -				
Utilidad antes de impuesto	\$2.460.000	\$4.155.000	-\$1.695.000 -41%	49%	52%
Utilidad neta del ejercicio	\$2.460.000	\$4.155.000	-\$1.695.000 -41%	49%	52%

Nota. La tabla contiene las variaciones absolutas y relativas del Estado de Situación Financiera. Fuente: Cámara de Comercio de Ipiales (2024)

Tabla 18*Razones financieras de hotel, restaurante y asadero Tayrona*

Razones de Liquidez	Empresa F	
	2023	2022
Razón Corriente	1,27	1,73
Prueba Ácida	0,58	0,77
Capital Neto de Trabajo	\$ 528.000	\$ 1.100.000
Razones de Rotación	2023	2022
Rotación de Inventarios (veces)	1	2
Rotación de inventarios (días)	248	165
Período Promedio de Cobro (días)	35	18
Rotación cuentas por cobrar (veces)	10	20
Razones de Rentabilidad	Empresa F	
	2023	2022
Margen de Utilidad Bruta	60,00%	60,00%
Margen de utilidad operativa	49,20%	51,94%
Margen de utilidad neta	49,20%	51,94%
Rendimiento sobre activos totales (ROA)	52,34%	88,40%
Rendimiento sobre el patrimonio (ROE)	90,44%	129,84%

Nota. La tabla muestra las razones financieras. Fuente: Autoría propia

4.2.8.1 Razones de liquidez.

Razón corriente: la razón corriente ha disminuido en 0,46 puntos, indicando una disminución en la capacidad de la empresa para cubrir sus pasivos corrientes con los activos corrientes. Esta disminución puede reflejar una menor disponibilidad de recursos líquidos y un potencial aumento en el riesgo de solvencia a corto plazo.

Prueba ácida: la prueba ácida ha bajado en 0,19 puntos, lo que sugiere que la capacidad de la empresa para cubrir pasivos sin contar los inventarios ha empeorado. Esto indica una debilidad en la liquidez más crítica, ya que la empresa ahora depende más de los inventarios para su liquidez.

Capital neto de trabajo: la caída en el capital neto de trabajo en \$572.000 muestra una reducción drástica en la capacidad de la empresa para financiar sus operaciones a corto plazo. Esto puede deberse a un aumento en los pasivos corrientes o una disminución en los activos corrientes, afectando la operativa y potencialmente poniendo presión sobre la capacidad de pago.

4.2.8.2 Razones de rotación.

Rotación de inventarios (veces): la rotación de inventarios ha disminuido en 0,74 veces, lo que indica que la empresa está vendiendo su inventario a un ritmo más lento. Esto podría ser resultado de una baja demanda o exceso de inventario, afectando la eficiencia operativa.

Rotación de inventarios (días): el aumento de 82,45 días en la rotación de inventarios sugiere que la empresa está tardando mucho más en convertir inventarios en ventas. Esto podría reflejar problemas en la demanda de productos o ineficiencia en la gestión de inventarios.

Período promedio de cobro (días): el aumento en el período promedio de cobro en 16,79 días indica que la empresa está tardando más en recibir pagos de sus clientes, lo que puede afectar el flujo de caja y la eficiencia en la gestión de cuentas por cobrar.

Rotación de cuentas por cobrar (veces): la disminución en la rotación de cuentas por cobrar en 9,58 veces sugiere que las cuentas por cobrar se están convirtiendo en efectivo a un ritmo más lento, lo que puede afectar el flujo de efectivo y la liquidez general de la empresa.

4.2.9 Razones de rentabilidad

Margen de utilidad bruta: el margen de utilidad bruta se mantiene constante, indicando que la empresa ha mantenido su capacidad para controlar los costos de ventas y obtener beneficios brutos estables.

Margen de utilidad operativa: la disminución de 2,74 puntos porcentuales en el margen de utilidad operativa refleja un ligero aumento en los costos operativos o una disminución en los ingresos operativos. Aunque el margen sigue siendo alto, la tendencia a la baja puede ser preocupante.

Margen de utilidad neta: la caída en el margen de utilidad neta sigue la misma tendencia que el margen operativo, indicando que los costos no operativos o gastos han impactado la rentabilidad neta de la empresa.

Rendimiento sobre activos totales (ROA): La disminución de 36,06 puntos porcentuales en el ROA muestra una reducción en la eficiencia para generar ganancias a partir de los activos. La empresa está menos eficiente en la conversión de activos en beneficios.

Rendimiento sobre el patrimonio (ROE): La caída de 39,40 puntos porcentuales en el ROE indica una disminución en la rentabilidad sobre el capital invertido por los accionistas. Aunque sigue siendo alto, esta caída refleja una menor rentabilidad para los inversores.

La empresa Hotel suite colonial enfrenta una disminución en la liquidez y la eficiencia operativa, con una notable caída en la capacidad para cubrir pasivos y una gestión de inventarios y cuentas por cobrar menos efectiva. Aunque los márgenes de rentabilidad se mantienen estables, la reducción en el ROA y ROE indica que la empresa ha perdido eficiencia en la generación de beneficios a partir de sus activos y patrimonio. Es crucial que la empresa mejore su gestión de recursos y eficiencia operativa para recuperar estabilidad financiera y optimizar su rendimiento.

4.2.10 Análisis financiero de las empresas del sector Restaurantes: Espigal Restaurante

A continuación, se va realizar el análisis financiero con base a los estados financieros obtenidos por la cámara de comercio de Ipiales en donde se puede evidenciar el manejo contable que está llevando el Espigal restaurante

Tabla 19*Balance genera el Espigal restaurante*

El Espigal Restaurante						
NIT 59797101-9						
Estado de situación financiera comparativo						
Por los años terminas a 31 de diciembre		Variación		Variación		
		Absoluta		Relativa		AV 2023
						AV 2022
		2023	2022			
Activo						
Caja	\$ 150.000	\$ 200.000	-\$ 50.000	-25%	8%	10%
Cuentas de ahorro	\$ 250.000	\$ 150.000	\$ 100.000	67%	13%	8%
Inventarios	\$ 420.000	\$ 420.000	\$ -	0%	21%	21%
Cuentas po cobrar	\$ 180.000	\$ 330.000	-\$ 150.000	-45%	9%	17%
Total activo corriente	\$1.000.000	\$1.100.000	-\$ 100.000	-9%	50%	55%
Maquinario y equipo	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ -		18%	18%
Equipo de oficina	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ -		8%	8%
Muebles y enseres	\$ 500.000	\$ 400.000	\$ 100.000		25%	20%
Total activo no corriente	\$1.000.000	\$ 900.000				
Total activos	\$2.000.000	\$2.000.000	\$ -	0%	100%	100%
Pasivos						

Cuentas corrientes por pagar	\$ 630.000	\$ 500.000	\$ 130.000		32%	25%
Total pasivos	\$ 630.000	\$ 500.000	\$ 130.000		32%	25%
Patrimonio						
Capital social	\$1.270.000	\$1.400.000	-\$ 130.000	-9%	64%	70%
Utilidades acumuladas	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ -		5%	5%
Total patrimonio	\$1.370.000	\$1.500.000	-\$ 130.000	-9%	69%	75%
Total pasivo + patrimonio	\$2.000.000	\$2.000.000	\$ -	0%	100%	100%

Nota. La tabla contiene cifras del estado de situación financiera. Fuente: Camara de comercio de Ipiales (2024)

Tabla 20

Situación financiera el espigal restaurante

Concepto	2023	2022	Variación Absoluta	Variación Relativa	AV 2021	AV 2020
Ingresos actividades ordinarias						
Ventas	\$3.000.000	\$2.000.000	\$1.000.000	50%	100%	100%
Total ingresos	\$3.000.000	\$2.000.000	\$1.000.000	50%	100%	100%
Costo de mercancía						
Costo de venta y operación	\$ 900.000	\$ 720.000	\$ 180.000	25%	30%	36%
Utilidad bruta	\$2.100.000	\$1.280.000	\$ 820.000	64%	70%	64%

Gastos de administración	\$ 120.000	\$ 120.000	\$- 0%	4%	6%
Gastos actividades ordinarias					
Servicios	\$ 100.000	\$ 80.000	\$ 20.000 25%	3%	4%
Mantenimiento y reparaciones	\$ 120.000	\$ 70.000	\$ 50.000	4%	4%
Utilidad operativa	\$1.760.000	\$1.010.000	\$ 750.000 74%	59%	51%
Intereses	\$ -				
Utilidad antes de impuesto	\$1.760.000	\$1.010.000	\$ 750.000 74%	59%	51%
Utilidad neta del ejercicio	\$1.760.000	\$1.010.000	\$ 750.000 74%	59%	51%

Nota. La tabla contiene las variaciones absolutas y relativas del Estado de Situación Financiera. Fuente: Cámara de Comercio de Ipiales (2024)

Tabla 21*razones financieras El Espigal restaurante*

Razones de Liquidez	Empresa G	
	2023	2022
Razón Corriente	1,59	2,20
Prueba Ácida	0,92	1,36
Capital Neto de Trabajo	\$ 370.000	\$ 600.000
Razones de Rotación	2023	2022
Rotación de Inventarios (veces)	2	2
Rotación de inventarios (días)	170	213
Período Promedio de Cobro (días)	22	60
Rotación cuentas por cobrar (veces)	17	6
Razones de Rentabilidad	Empresa G	
	2023	2022
Margen de Utilidad Bruta	70,00%	64,00%
Margen de utilidad operativa	58,67%	50,50%
Margen de utilidad neta	58,67%	50,50%
Rendimiento sobre activos totales (ROA)	88,00%	50,50%
Rendimiento sobre el patrimonio (ROE)	128,47%	67,33%

Nota. La tabla muestra las razones financieras. Fuente: Autoría propia.

4.2.10.1 Razones de liquidez.

Razón corriente: la razón corriente mide la capacidad de la empresa para cubrir sus obligaciones a corto plazo con sus activos corrientes. En 2023, la razón corriente disminuyó a 1.59 desde 2.20 en 2022, lo que indica una menor capacidad de cubrir sus deudas a corto plazo. Esto podría ser motivo de preocupación si la tendencia continúa, ya que podría señalar problemas de liquidez a largo plazo. Sin embargo, la empresa sigue siendo capaz de cubrir sus pasivos corrientes con sus activos corrientes.

Prueba ácida: la prueba ácida excluye los inventarios de los activos corrientes, proporcionando una medida más estricta de la liquidez. En 2023, cayó por debajo de 1, llegando a 0.92 desde 1.36 en 2022. Esto significa que la empresa no puede cubrir sus pasivos corrientes sin depender de la venta de inventarios, lo que sugiere un debilitamiento de la liquidez.

Capital neto de trabajo: el capital neto de trabajo ha disminuido significativamente en 2023, lo que puede reflejar un aumento en los pasivos corrientes o una disminución en los activos corrientes. Este cambio podría estar contribuyendo a la disminución de las razones de liquidez, ya que la empresa tiene menos margen para operar con seguridad financiera.

4.2.10.2 Razones de Rotación.

Rotación de inventarios: la rotación de inventarios mejoró en 2023, lo que sugiere que la empresa está vendiendo sus inventarios más rápidamente que en 2022. Esto es una señal positiva de la eficiencia operativa y de la demanda de sus productos, ya que está moviendo inventarios más rápido.

Rotación de inventarios en días: en línea con la mayor rotación de inventarios, el número de días que la empresa tarda en vender sus inventarios se redujo significativamente, lo que es un buen indicador de la eficiencia en la gestión de inventarios.

Período promedio de cobro: el período promedio de cobro se ha reducido drásticamente, lo que indica que la empresa está cobrando sus cuentas por cobrar más rápidamente. Esto mejora su flujo de efectivo y liquidez.

Rotación de cuentas por cobrar: la rotación de cuentas por cobrar también mejoró notablemente, lo que refleja una gestión más eficiente de sus cuentas por cobrar y una mejora en la capacidad de la empresa para convertir ventas a crédito en efectivo rápidamente.

4.2.10.3 Razones de rentabilidad.

Margen de utilidad bruta: la empresa ha logrado aumentar su margen de utilidad bruta, lo que indica una mejora en el control de costos de producción o un aumento en los precios de venta. Esto es una señal de que la empresa es más rentable en la venta de sus productos en 2023.

Margen de utilidad operativa: similar al margen de utilidad bruta, el margen operativo ha mejorado significativamente. Esto sugiere que la empresa ha controlado mejor sus gastos operativos, aumentando la rentabilidad de sus operaciones principales.

Margen de utilidad neta: el margen neto aumentó, por ello la empresa está reteniendo una mayor proporción de ingresos después de los costos y gastos, incluyendo impuestos. Esto es un fuerte indicador de la eficiencia en la generación de utilidades.

Rendimiento sobre activos totales: el ROA mide la eficiencia con la que la empresa está utilizando sus activos para generar utilidades. El aumento significativo de 50.50% a 88% en 2023 es una señal de que la empresa está utilizando sus activos de manera mucho más eficiente para generar ganancias.

Rendimiento sobre el patrimonio: el ROE ha mostrado una mejora impresionante, lo que indica que la empresa está generando un retorno muy elevado sobre los recursos aportados por los accionistas. Esto puede atraer inversores al ver que el capital invertido en la empresa está generando altos rendimientos.

En general, la empresa el espigal restaurante ha mostrado una mejora significativa en sus indicadores de rentabilidad, lo que refleja un mejor control de costos y una mayor eficiencia operativa. Sin embargo, las razones de liquidez han empeorado, lo que indica que la empresa podría estar enfrentando dificultades para cubrir sus obligaciones a corto plazo. A pesar de estos problemas de liquidez, los sólidos márgenes de rentabilidad, el mejor uso de los activos y la alta rotación de cuentas por cobrar sugieren que la empresa está en una buena posición para crecer. Sin embargo, debe prestar atención a su liquidez para evitar problemas financieros futuros.

4.2.11 Análisis financiero de las empresas del sector Hotelero: Wancha Wook 2

A continuación, se va realizar el análisis financiero con base a los estados financieros obtenidos por la cámara de comercio de Ipiales en donde se puede evidenciar el manejo contable que está llevando restaurante wancha wook 2.

Tabla 22*Balance general restaurante Wancha Wook 2*

Wancha Wook 2						
NIT 27.213.051-4						
Estado de situación financiera comparativo						
	Por los años terminas a 31 de diciembre		Variación Absoluta	Variación Relativa	AV 2023	AV 2022
	2023	2022				
Activo						
Caja	\$ 150.000	\$ 100.000	\$ 50.000	50%	15%	10%
Cuentas de ahorro	\$ 250.000	\$ 300.000	-\$ 50.000	-17%	25%	30%
Inventarios	\$ 420.000	\$ 420.000	\$ -	0%	42%	42%
Cuentas po cobrar	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ -	0%	18%	18%
Total activo corriente	\$1.000.000	\$1.000.000	\$ -	0%	100%	100%
Total activo no corriente	\$ -	\$ -				
Total activos	\$1.000.000	\$1.000.000	\$ -	0%	100%	100%
Pasivos						
Cuentas corrientes por pagar	\$ 100.000	\$ 500.000	-\$ 400.000		10%	50%
Total pasivos	\$ 100.000	\$ 500.000	-\$ 400.000		10%	50%

Patrimonio						
Capital social	\$ 900.000	\$ 500.000	\$ 400.000	80%	90%	50%
Utilidades acumuladas	\$ -	\$ -	\$ -		0%	0%
Total patrimonio	\$ 900.000	\$ 500.000	\$ 400.000	80%	90%	50%
Total pasivo + patrimonio						
	\$1.000.000	\$1.000.000	\$ -	0%	100%	100%

Nota. La tabla contiene cifras del estado de situación financiera. Fuente: Cámara de Comercio de Ipiales (2024)

Tabla 23

Situación financiera restaurante wancha wook 2

Concepto	2023	2022	Variación Absoluta	Variación Relativa	AV 2021	AV 2020
Ingresos actividades ordinarias						
Ventas	\$10.000.000	\$24.000.000	-\$ 14.000.000	-58%	100%	100%
Total ingresos	\$10.000.000	\$24.000.000	-\$ 14.000.000	-58%	100%	100%
Costo de mercancia						
Costo de venta y operación	\$3.500.000	\$4.500.000	-\$1.000.000	-22%	35%	19%
Utilidad bruta	\$6.500.000	\$19.500.000	-\$ 13.000.000	-67%	65%	81%
Gastos de administración	\$ 650.000	\$ 850.000	-\$ 200.000	-24%	7%	4%
Gastos actividades ordinarias						
Servicios	\$ 350.000	\$ 462.000	-\$ 112.000	-24%	4%	2%
Mantenimiento y reparaciones	\$ 320.000	\$ 450.000	-\$ 130.000		3%	2%

Utilidad operativa	\$5.180.000	\$17.738.000	-\$ 12.558.000	-71%	52%	74%
Intereses	\$ -					
Utilidad antes de impuesto	\$5.180.000	\$17.738.000	-\$ 12.558.000	-71%	52%	74%
Utilidad neta del ejercicio	\$5.180.000	\$17.738.000	-\$ 12.558.000	-71%	52%	74%

Nota. La tabla contiene las variaciones absolutas y relativas del Estado de Situación Financiera. Fuente: Cámara de Comercio de Ipiales (2024)

Tabla 24*razones financieras restaurante wancha wook 2*

	Empresa H	
	2023	2022
Razones de Liquidez		
Razón Corriente	1,11	2,00
Prueba Ácida	0,64	1,16
Capital Neto de Trabajo	\$ 100.000	\$ 500.000
Razones de Rotación		
	2023	2022
Rotación de Inventarios (veces)	8	11
Rotación de inventarios (días)	44	34
Período Promedio de Cobro (días)	7	3
Rotación cuentas por cobrar (veces)	56	133
Razones de Rentabilidad		
	2023	2022
Margen de Utilidad Bruta	65,00%	81,25%
Margen de utilidad operativa	51,80%	73,91%
Margen de utilidad neta	51,80%	73,91%
Rendimiento sobre activos totales (ROA)	518,00%	1773,80%
Rendimiento sobre el patrimonio (ROE)	518,00%	1773,80%

Nota. La tabla muestra las razones financieras. Fuente: Autoría propia

4.2.11.1 Razones de liquidez.

Razón corriente. La razón corriente muestra una disminución importante, de 2.00 en 2022 a 1.11 en 2023. Esto indica que la empresa ha reducido su capacidad para cubrir sus pasivos a corto plazo con sus activos corrientes. Si bien todavía es capaz de cubrir sus obligaciones, el margen es mínimo, lo que podría presentar problemas si los pasivos corrientes aumentan más.

Prueba ácida. La prueba ácida, que excluye los inventarios, cayó por debajo de 1, pasando de 1.16 en 2022 a 0.64 en 2023. Esto significa que, sin depender de la venta de inventarios, la empresa no puede cubrir sus obligaciones a corto plazo. Este descenso es un indicio de debilidad en la liquidez, lo que podría ser motivo de preocupación en el corto plazo.

Capital neto de trabajo. El capital neto de trabajo disminuyó drásticamente, lo que refleja una caída considerable en la capacidad de la empresa para mantener sus operaciones diarias sin presiones financieras. La caída de \$500,000 en 2022 a \$100,000 en 2023 muestra una disminución sustancial en la solvencia a corto plazo, lo que puede limitar la flexibilidad financiera de la empresa.

4.2.11.2 Razones de rotación

Rotación de Inventarios. La rotación de inventarios disminuyó, lo que significa que la empresa tardó más en vender su inventario en 2023 en comparación con 2022. Aunque la rotación sigue siendo alta, la caída podría sugerir que la eficiencia operativa en la gestión de inventarios ha empeorado ligeramente.

Rotación de Inventarios en Días. El número de días necesarios para vender el inventario ha aumentado de 34.07 días en 2022 a 43.80 días en 2023. Esto confirma que la empresa está tardando más en convertir inventarios en ventas, lo que podría estar relacionado con una disminución en la demanda o problemas operativos.

Período Promedio de Cobro. El período promedio de cobro ha aumentado, aunque sigue siendo relativamente bajo. En 2023, la empresa tarda 6.57 días en cobrar sus cuentas por cobrar, comparado con 2.74 días en 2022. Si bien el aumento no es crítico, podría señalar una menor eficiencia en la gestión de cuentas por cobrar.

Rotación de Cuentas por Cobrar. La rotación de cuentas por cobrar ha disminuido drásticamente. Esto sugiere que la empresa está tardando más en cobrar sus cuentas

pendientes. En 2022, la empresa mostraba una gestión excepcionalmente rápida, mientras que en 2023 la eficiencia ha disminuido notablemente.

4.2.11.3 Razones de Rentabilidad

Margen de Utilidad Bruta. El margen de utilidad bruta ha disminuido considerablemente, lo que podría indicar un aumento en los costos de producción o una reducción en los precios de venta. Esta caída del 81.25% al 65% en 2023 es una señal preocupante de que la empresa está generando menos ingresos en relación con sus costos directos.

Margen de Utilidad Operativa. El margen operativo también se ha reducido, lo que refleja una menor eficiencia en las operaciones principales de la empresa. Esta caída podría estar relacionada con un aumento en los gastos operativos o una reducción en las ventas, lo que afecta negativamente la rentabilidad operativa.

Margen de utilidad neta. Similar al margen operativo, el margen neto se ha reducido significativamente. Esta disminución refleja que la empresa está reteniendo una menor parte de sus ingresos después de todos los costos y gastos, lo cual es una señal de una caída en la rentabilidad general.

Rendimiento sobre activos totales (ROA). El ROA muestra una disminución drástica de 1773.80% en 2022 a 518% en 2023. Aunque el rendimiento sigue siendo muy alto, esta gran caída indica una menor eficiencia en la utilización de los activos para generar utilidades. Esto podría ser resultado de una disminución en las ventas o un uso menos eficiente de los recursos.

Rendimiento sobre el patrimonio (ROE). Al igual que el ROA, el ROE ha disminuido drásticamente, lo que indica que la empresa está generando un menor retorno sobre el capital de los accionistas. Aunque sigue siendo elevado, esta caída podría desincentivar a los inversores si la tendencia continúa.

La empresa WANCHA WOOK 2 ha mostrado un deterioro general en su posición financiera entre 2022 y 2023. Las razones de liquidez han caído notablemente, lo que sugiere una capacidad más limitada para cubrir obligaciones a corto plazo. La rotación de inventarios y cuentas por cobrar también ha disminuido, lo que puede indicar una menor eficiencia operativa y problemas de flujo de efectivo. En términos de rentabilidad, la empresa sigue siendo rentable, pero los márgenes se han reducido significativamente en 2023. Aunque los

niveles de ROA y ROE siguen siendo altos, su drástica disminución en comparación con el año anterior puede ser motivo de preocupación a largo plazo.

4.2.12 Análisis financiero de las empresas del sector Hotelero: Aroma café restaurante y

A continuación, se va realizar el análisis financiero con base a los estados financieros obtenidos por la cámara de comercio de Ipiales en donde se puede evidenciar el manejo contable que está llevando aroma café restaurante y +.

Tabla 25*Balance general aroma café restaurante y +*

Aroma café restaurante y +						
NIT 15815636-9						
Estado de situación financiera comparativo						
	Por los años terminas a 31 de diciembre		Variación	Variación	AV 2023	AV 2022
	2023	2022	Absoluta	Relativa		
Activo						
Caja	\$ 450.000	\$ 500.000	-\$ 50.000	-10%	9%	10%
Cuentas de ahorro	\$ 600.000	\$ 450.000	\$ 150.000	33%	12%	9%
Inventarios	\$ 500.000	\$ 600.000	-\$ 100.000	-17%	10%	12%
Cuentas por cobrar	\$ 450.000	\$ 450.000	\$ -	0%	9%	9%
Total activo corriente	\$2.000.000	\$2.000.000	\$ -	0%	40%	40%
Maquinaria y equipo	\$1.000.000	\$1.250.000	-\$ 250.000		20%	25%
Equipo de oficina	\$1.500.000	\$1.150.000	\$ 350.000		30%	23%
Muebles y enseres	\$ 500.000	\$ 600.000	-\$ 100.000		10%	12%
Total activo no corriente	\$3.000.000	\$3.000.000				
Total activos	\$5.000.000	\$5.000.000	\$ -	0%	100%	100%
Pasivos						

Cuentas corrientes por pagar	\$2.250.000	\$1.750.000	\$ 500.000		45%	35%
Total pasivos	\$2.250.000	\$1.750.000	\$ 500.000		45%	35%
Patrimonio						
Capital social	\$2.500.000	\$3.000.000	-\$ 500.000	-17%	50%	60%
Utilidades acumuladas	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ -		5%	5%
Total patrimonio	\$2.750.000	\$3.250.000	-\$ 500.000	-15%	55%	65%
Total pasivo + patrimonio	\$5.000.000	\$5.000.000	\$ -	0%	100%	100%

Nota. La tabla contiene cifras del estado de situación financiera. Fuente: Cámara de Comercio de Ipiales (2024)

Tabla 26

Situación financiera empresa aroma café restaurante

Concepto	2023	2022	Variación Absoluta	Variación Relativa	AV 2021	AV 2020
ingresos actividades ordinarias						
Ventas	\$3.800.000	\$36.000.000	-\$ 32.200.000	-89%	100%	100%
Total Ingresos	\$3.800.000	\$36.000.000	-\$ 32.200.000	-89%	100%	100%
Costo de mercancía						
Costo de venta y operación	\$1.100.000	\$12.000.000	-\$ 10.900.000	-91%	29%	33%
Utilidad bruta	\$2.700.000	\$24.000.000	-\$ 21.300.000	-89%	71%	67%

Gastos de administración	\$ 250.000	\$3.520.000	-\$3.270.000	-93%	7%	10%
Gastos actividades ordinarias						
Servicios	\$ 85.000	\$1.963.000	-\$1.878.000	-96%	2%	5%
Mantenimiento y reparaciones	\$ 100.000	\$ 250.000	-\$ 150.000		3%	1%
Utilidad operativa	\$2.265.000	\$18.267.000	-\$ 16.002.000	-88%	60%	51%
Intereses	\$ -					
Utilidad antes de impuesto	\$2.265.000	\$18.267.000	-\$ 16.002.000	-88%	60%	51%
Utilidad neta del ejercicio	\$2.265.000	\$18.267.000	-\$ 16.002.000	-88%	60%	51%

Nota. La tabla contiene las variaciones absolutas y relativas del Estado de Situación Financiera. Fuente: Cámara de Comercio de Ipiales (2024)

Tabla 27*Razones financieras de Aroma café restaurante*

Razones de Liquidez	Empresa I	
	2023	2022
Razón Corriente	0,89	1,14
Prueba Ácida	0,67	0,80
Capital Neto de Trabajo	-\$ 250.000	\$ 250.000
Razones de Rotación	2023	2022
Rotación de Inventarios (veces)	2	20
Rotación de inventarios (días)	166	18
Período Promedio de Cobro (días)	43	5
Rotación cuentas por cobrar (veces)	8	80
Razones de Rentabilidad	Empresa I	
	2023	2022
Margen de Utilidad Bruta	71,05%	66,67%
Margen de utilidad operativa	59,61%	50,74%
Margen de utilidad neta	59,61%	50,74%
Rendimiento sobre activos totales (ROA)	45,30%	365,34%
Rendimiento sobre el patrimonio (ROE)	82,36%	562,06%

Nota. La tabla muestra las razones financieras. Fuente: Autoría propia.

4.2.12.1 Razones de liquidez.

Razón corriente. La razón corriente disminuyó de 1.14 en 2022 a 0.89 en 2023, lo que indica que la empresa tiene menos activos corrientes en relación con sus pasivos corrientes. En 2023, la empresa no puede cubrir sus obligaciones a corto plazo, lo que sugiere problemas de liquidez. Una razón corriente por debajo de 1 indica que la empresa tiene más pasivos que activos corrientes.

Prueba ácida. La prueba ácida también ha disminuido, lo que agrava la situación de liquidez, ya que no solo incluye inventarios. En 2023, la empresa tiene menos capacidad para cubrir sus pasivos sin depender de la venta de inventarios. Este es otro signo de presión en la liquidez.

Capital neto de trabajo. El capital neto de trabajo ha cambiado drásticamente, pasando de \$250,000 en 2022 a -\$250,000 en 2023. Esto significa que los pasivos corrientes superan a los activos corrientes por una cantidad considerable, lo que sugiere que la empresa está en una posición financiera más precaria y podría tener dificultades para mantener sus operaciones a corto plazo.

4.2.12.2 Razones de Rotación

Rotación de inventarios. La rotación de inventarios ha disminuido considerablemente, lo que sugiere que la empresa está vendiendo sus inventarios más lentamente en 2023 en comparación con 2022. Esto podría reflejar una menor demanda o problemas operativos que afectan la eficiencia de la venta de inventarios.

Rotación de inventarios en días. El número de días necesarios para vender los inventarios ha aumentado drásticamente. En 2023, la empresa tardó 165.91 días en vender su inventario, comparado con solo 18.25 días en 2022. Este aumento significativo sugiere problemas graves en la gestión de inventarios o una disminución en la demanda de productos.

Período promedio de cobro. El período promedio de cobro ha aumentado de manera preocupante. En 2023, la empresa tarda 43.22 días en cobrar sus cuentas por cobrar, mientras que en 2022 tardaba solo 4.56 días. Este incremento señala una menor eficiencia en la gestión de cuentas por cobrar, lo que podría afectar negativamente el flujo de efectivo.

Rotación de cuentas por cobrar. La rotación de cuentas por cobrar ha caído drásticamente, lo que sugiere que la empresa está tardando mucho más en convertir las ventas

a crédito en efectivo. Esta baja rotación es un indicador de que la gestión de cobros ha empeorado significativamente en 2023.

4.2.13 3. Razones de Rentabilidad

Margen de utilidad bruta. A pesar de los problemas de liquidez y rotación, la empresa ha mejorado su margen de utilidad bruta, lo que significa que está reteniendo una mayor parte de sus ingresos después de cubrir el costo de ventas. Este aumento indica un mejor control de costos o una mejora en los precios de venta.

Margen de utilidad operativa. El margen operativo también ha mejorado, lo que indica que la empresa ha sido más eficiente en sus operaciones y ha reducido gastos operativos. Esto es positivo para la rentabilidad operativa de la empresa.

Margen de utilidad neta. Al igual que el margen operativo, el margen neto ha aumentado, lo que indica que la empresa está generando más beneficios después de cubrir todos los gastos. A pesar de los problemas en otras áreas, la empresa sigue siendo muy rentable.

Rendimiento sobre activos totales (ROA). El ROA ha disminuido drásticamente en 2023. Aunque sigue siendo positivo, la gran caída en la eficiencia con la que la empresa utiliza sus activos para generar utilidades es preocupante y podría estar relacionada con una menor rotación de inventarios y problemas de cobranza.

Rendimiento sobre el patrimonio (ROE). El ROE también ha disminuido significativamente, lo que indica que la empresa está generando un menor retorno para los accionistas en comparación con 2022. Aunque sigue siendo positivo, la caída es un indicio de que la rentabilidad del patrimonio ha sufrido un fuerte deterioro.

La Empresa Aroma café restaurante y + enfrenta serios problemas de liquidez y eficiencia operativa en 2023 en comparación con 2022. La disminución en la rotación de inventarios, el aumento en el período de cobro y la caída en las rotaciones de cuentas por cobrar indican que la empresa tiene problemas en la gestión de sus activos y en el flujo de efectivo. Aunque los márgenes de rentabilidad han mejorado, los indicadores de liquidez y rotación sugieren que la empresa podría enfrentar dificultades financieras a menos que mejore su gestión de activos y flujo de caja. Las caídas en el ROA y ROE también sugieren que la eficiencia general ha disminuido, lo que debe abordarse para mantener la sostenibilidad financiera a largo plazo.

Sector transporte. El sector transporte en Guachucal, enfrenta desafíos significativos, las fluctuaciones en la demanda y la infraestructura. Las empresas de transporte deben ser eficientes en la gestión de sus costos y en la satisfacción de las necesidades del cliente para sobrevivir.

La caída en la razón corriente y la prueba ácida indica una incapacidad para cubrir obligaciones a corto plazo, lo que es crítico en un sector donde la operación diaria depende de la liquidez. Además, el capital de trabajo neto negativo resalta la vulnerabilidad de la empresa, sugiriendo que no tiene suficientes recursos para operar sin recurrir a financiamiento externo.

A pesar de mejorar en la rotación de inventarios y en el período promedio de cobro, la empresa sigue enfrentando pérdidas operativas y netas. Esto sugiere que, aunque está logrando vender más rápidamente, no está controlando sus costos operativos, lo que es esencial en un sector donde cada peso cuenta.

Taxis La Sabana se encuentra en una posición financiera crítica dentro del sector transporte de Guachucal. La falta de liquidez y la creciente rentabilidad negativa sugieren que la empresa necesita implementar medidas urgentes, como la reestructuración de costos y la optimización de su modelo de negocio, La situación es un llamado a la acción para mejorar la gestión financiera y operar de manera más eficiente, de modo que pueda adaptarse a las condiciones del mercado y satisfacer las demandas de sus clientes.

Sector hotelero. Las empresas en el sector muestran diferencias en su capacidad de liquidez. Mientras que unas empresas reportan una razón corriente elevada, indicando una sólida capacidad para cubrir sus obligaciones a corto plazo, otras muestran una disminución en esta métrica, lo que sugiere problemas de liquidez, en cuanto a la gestión de inventarios y cuentas por cobrar es crucial. Aunque algunas empresas han mejorado su eficiencia operativa, como la disminución en el período promedio de cobro, otras enfrentan retos significativos, como la acumulación de inventarios y un aumento en el tiempo de cobro y con respecto a la rentabilidad, las empresas presentan un desempeño desigual. Algunas han mostrado un aumento en sus márgenes de utilidad, lo que sugiere una gestión eficaz y un control de costos, mientras que otras enfrentan caídas significativas en sus márgenes de utilidad bruta, operativa y neta.

hay indicios de potencial crecimiento. La mejora en algunos indicadores de eficiencia y la sólida posición de algunas empresas del sector puede recuperarse con una gestión adecuada. El sector hotelero en Guachucal se encuentra en una posición donde será vital implementar estrategias proactivas que aborden la gestión de liquidez, la eficiencia operativa y la rentabilidad.

Sector restaurantes. Las empresas analizadas muestran una tendencia a la baja en las razones de liquidez, lo que sugiere que muchas están enfrentando dificultades para cubrir sus obligaciones a corto plazo. Esto puede estar relacionado con la disminución en las ventas, problemas en la gestión de inventarios y un aumento en los pasivos, la mayoría de las empresas presentan una disminución en la rotación de inventarios y un aumento en el período promedio de cobro, indicando que están tardando más en vender sus productos y en cobrar a sus clientes. A pesar de los problemas de liquidez, algunas empresas mantienen márgenes de rentabilidad aceptables. Sin embargo, la caída en los márgenes de utilidad bruta y neta en varias empresas debido a un aumento en costos de insumos o presión sobre los precios.

El sector de restaurantes en Guachucal enfrenta un panorama desafiante, marcado por problemas de liquidez y eficiencia operativa. A pesar de que algunas empresas muestran signos de rentabilidad, la disminución en la rotación de inventarios y el aumento en los plazos de cobranza son preocupantes. Para mantener la sostenibilidad y competitividad, es crucial que las empresas del sector revisen sus estrategias de gestión de inventarios, optimicen su flujo de caja y se adapten a las cambiantes condiciones del mercado. Sin una mejora en la liquidez y la eficiencia operativa, el sector podría enfrentar dificultades significativas en el futuro cercano.

En la siguiente tabla se da a conocer los diferentes

Tabla 28

Clasificación empresas

Ítem	Empresa
Empresa A	Taxis la Sabana
Empresa B	Hotel Nalnoa Real
Empresa C	Panadería Extrapan Guachucal
Empresa D	Hotel Imperial Guachucal
Empresa E	Hotel, Restaurante y Asadero Tayrona
Empresa F	Hotel Suite Colonial
Empresa G	El Espigal Restaurante
Empresa H	restaurante wancha wook 2
Empresa I	Aroma café Restaurante

Nota. La tabla contiene la clasificación de las empresas. Fuente: Autoría propia.

En la tabla No 29, se da a conocer los diferentes indicadores de las 9 empresas encuestadas, del ultimo año.

Tabla 29

Cuadro comparativo

Indicadores	Empresa A	Empresa B	Empresa C	Empresa D	Empresa E	Empres a F	Empres a G	Empres a H	Empres a I
Razones de liquidez									
Razón corriente	0,87	7,66	2,71	6	5,71	1,27	1,59	1,11	0,89

Prueba Ácida	0,82	4,73	1,9	2,8	2,86	0,58	0,92	0,64	0,67
Capital Neto de Trabajo	\$4.44.92	\$7.084.0	\$5.472.4	\$2.500.0	\$1.650.0	\$528.00	\$370.00	\$100.00	\$250.0
	67	570	00	00	00	0	0	0	00
Razones de Rotación									
Rotación de inventarios (veces)	42	23	28	3	0,20	1	2	8	2
Rotación de Inventarios (Días)	9	16	8	29	456	248	170	43	166
Período de Promedio de Cobro (Días)	78	2	12	6	196	35	22	7	43
Rotación Cuentas por cobrar (Veces)	5	200	31	57	2	10	17	56	8
Razones de Rentabilidad									
Margen de Utilidad Bruta	100%	37%	37%	74%	75%	60%	70%	65%	71%
Margen de Utilidad Operativa	23%	16%	16%	36%	37%	49%	59%	52%	60%
Margen de Utilidad Neta	27%	13%	13%	32%	31%	49%	59%	52%	60%
Rendimiento sobre Activos	6%	91%	117%	213%	12%	52%	88%	518%	45%
Totales (ROA)									
Rendimiento sobre el patrimonio (ROE)	7%	97%	154%	256%	15%	90%	128%	518%	82%

Nota. La tabla muestra la comparación de las razones financieras de las empresas. Fuente: Autoría propia.

4.3 Estrategias de mejoramiento financiero que permitan la articulación de los actores del turismo en el municipio de Guachucal

El tercer objetivo de este proyecto de grado se orienta a desarrollar estrategias para el mejoramiento financiero que faciliten la articulación de los actores que están implicados en el sector turístico del municipio de Guachucal Nariño. Teniendo en cuenta la matriz DOFA, para esto es importante llevar a cabo cuatro elementos esenciales para su desarrollo los cuales son: la estrategia que se va a utilizar, el actor o actores responsables, las actividades específicas a realizar y los recursos materiales necesarios.

4.3.1 Identificación de Estrategias

Aprovechar las fiestas regionales, carnavales y la producción del producto lácteo como es la leche y papero para promover el turismo en el municipio

Gestionar capacitación al personal de hotelería, restaurante en cuanto a ofrecimiento de servicios en la parte turística e idiomas

Marketing digital que promocióne el ecoturismo, parques, reservas y los recursos naturales que posee el municipio de Guachucal

Promover la creación de agencias de viajes definidas y en ellas la contratación de guías turísticos para que puedan brindar un servicio adecuado al visitante lleno de conocimiento de los lugares que ofrece el municipio de Guachucal

Mejoramiento de infraestructura en las principales vías de acceso de Guachucal Nariño

Sensibilizar a dueños de los establecimientos de la importancia de establecer un sistema financiero y contable que les permita conocer realmente el estado económico en que se encuentra su negocio.

Vinculo de actores turísticos, academia y la comunidad del municipio de Guachucal realizando un trabajo en equipo para el desarrollo turístico local y regional

Generar proyectos de inversión extranjera para la región que ayuden al crecimiento turístico

4.3.2 Detalle de estrategias de mejoramiento financiero

Estrategia Número uno: Aprovechar las fiestas regionales, carnavales y la producción leche y papa para promover el turismo en el municipio

Misión: Fortalecer el turismo en el municipio de Guachucal a través de la cultura y la agricultura por medio de experiencias turísticas vivenciales.

Visión: Para el 2030, Guachucal será reconocido a nivel nacional como el municipio lácteo y papero del departamento de Nariño, además de sus grandes celebraciones en épocas de carnaval, brindando experiencias para conocer de cerca el proceso agrícola y agroindustrial.

Objetivos:

Corto plazo: Desarrollar recorridos turísticos estratégicos en diferentes fincas del municipio.

Trazar capacitaciones técnicas

Largo plazo: Posicionar al municipio de Guachucal como sitio turístico y agrícola del departamento

Políticas:

Integración agrícola-cultural: Toda actividad cultural dar a conocer los diferentes productos agrícolas que produce la región.

Cooperación regional: gestión e integración de cooperativas, comités de fiestas y secretaria de Cultura, Educación y Agrícola, trabajar mancomunadamente

Valores:

- Identidad
- Calidad
- Cultura
- Sostenibilidad

Propuesta de valor: al igual que los demás municipios del departamento de Nariño, Guachucal brinda diferentes experiencias turísticas, a la vez, da a conocer e invita a participar en los procesos de producción de leche y papa.

Modelo de negocio

• Segmento de clientes: Hombres y mujeres que estén interesados en conocer y participar de la cultura del municipio de Guachucal.

• Canales: Ferias, Redes sociales, Plataformas de turismo regional, agencia de viajes.

• Relación con los clientes:

- Ingresos: souvenirs, entrada a eventos, hoteles, restaurantes, transporte
- Recursos clave: Fincas, transporte, rutas culturales-agrícolas, asociaciones.
- Socios clave: Asociaciones lácteas, Cooperativas de papa, Comité de fiestas, medios de comunicación, alcaldía.
- Costos: Publicidad, equipos de bioseguridad, honorarios capacitadores técnicos y guías.

Tabla 30

Estrategia número uno: Aprovechar las fiestas regionales, carnavales y la producción del producto lácteo como es la leche y papero para promover el turismo en el municipio

Actores responsables	Actividades	Recursos Materiales /Financieros
Comité de fiestas regionales y carnavales	Durante los desfiles que se realicen mostrar temáticas que muestren lugares turísticos producción de leche y papa	*Sonido para música y anuncios explicativos de lo presentado. *Publicidad de las fiestas y recorrido *Premios a las mejores presentaciones para su motivación
Asociación de productores Lácteos	Realizar un recorrido para dar a conocer como es la producción de leche a los turistas Fomentar el consumo de leche de calidad	*Utilización de buses para el traslado de turistas a las plantas de producción *Adecuado uso de implementos protectores para visitantes *Papelería de información de proceso de producción láctea.
Cooperativas de cultivadores de papa	Ofrecer al productor de capacitaciones sobre técnicas adecuadas de cultivo y cuidado de los mismos	*Folletos informativos de técnicas de cultivo y como protegerlos de plagas *Espacios adecuados para su capacitación

Actores responsables	Actividades	Recursos Materiales /Financieros
		*Certificados a los participantes de la capacitación y con ello motivarlos en su producción

Nota: En la tabla se puntualizan las estrategias, actores, actividad, y recursos utilizados para potenciar el turismo en el municipio de Guachucal. Fuente: Autoría propia.

Estrategia Numero dos: Gestionar capacitación al personal de hotelería, y restaurante en cuanto a brindar servicios en la parte turística e idiomas

Misión: Mejorar la calidad del servicio turístico a través de la capacitación de talento humano, siendo capaz de brindar experiencias de calidad, y hospitalidad sin importar la nacionalidad del turista.

Visión: para el año 2030, ser un referente turístico a nivel nacional e internacional, enfocados en la calidez humana, diversificación de servicios y personal capacitado.

Objetivos

Largo plazo:

Posicionar a Guachucal como destino turístico a nivel nacional e internacional.

Establecer un sistema de formación turística, cultural y técnica para empresarios, emprendedores, y agricultores.

Corto plazo: Desarrollar programas de capacitaciones en temas como: atención al cliente, idiomas, y comunicación asertiva.

Crear alianzas estratégicas con institutos o entidades que brinden formación empresarial como el Sena.

Políticas:

Política de calidad: Enfocarse en la formación continua del talento humano.

Política de alianzas institucionales: Desarrollar alianzas estrategias con entidades públicas, y académicas del sector público y privado.

Valores:

- Excelencia
- Formación continua

- Inclusividad

Propuesta de valor: El municipio de Guachucal brinda experiencias turísticas de calidad, donde resalta numerables costumbres de su región por medio del turismo vivencial, el cual garantiza profesionalismo y personal capacitado un segundo idioma.

Modelo de negocio

- Segmento de clientes: Turistas regionales y extranjeros interesados en conocer y participar de la cultura del municipio de Guachucal.
- Canales: Ferias, Redes sociales, Plataformas de turismo regional, agencia de viajes, instituciones educativas.
- Relación con los clientes:
- Ingresos: souvenirs, entrada a eventos, hoteles, restaurantes, transporte, posicionamiento de marca.
- Recursos clave: Personal calificado, alianzas institucionales, material didáctico.
- Socios clave: Alcaldía, Sena, Cámara de Comercio, Propietarios de hoteles y restaurantes.
- Costos: contratación de profesores, material educativo, certificaciones.

Tabla 31

Estrategia numero dos: gestionar capacitación al personal de hotelería, restaurante en cuanto a ofrecimiento de servicios en la parte turística e idiomas

Actores responsables	Actividades	Recursos Materiales /Financieros
Propietarios de establecimientos	Identificar los establecimientos que requieren la capacitación	*Alquiler de espacios adecuados para presentar la capacitación *Contratación de personas idóneas en conocimiento para que brinde una capacitación plena de conocimiento a los participantes
Alcaldía municipal	Distinguir las necesidades de las personas a capacitar y el establecimiento al que pertenece	*Reconocimiento al establecimiento que brinde esta capacitación al personal

Oficina de turismo municipal	de *Realizar cursos a corto plazo de talleres y seminarios	*Suministrar libretas y lapicero a los participantes
Subsecretaría de turismo	de *Realizar capacitación al personal de comportamientos con el turista	*Certificados para las personas que participen *Formatos de asistencia *Seguimiento
SENA	*Campañas de estudio de idiomas *Elaboración de diapositivas evaluación al final de la capacitación	*Elementos de apoyo para los capacitadores *Realización de manuales para presentar la enseñanza *Proyector de video

Nota: En la tabla se puntualizan las estrategias, actores, actividad, y recursos utilizados para potenciar el turismo en el municipio de Guachucal. Fuente: Autoría propia

Estrategia número tres: Marketing digital que promueva el ecoturismo, parques, reservas y los recursos naturales que posee el municipio de Guachucal

Misión: Promover el turismo ecológico por medio de herramientas de marketing digital que dé a conocer los diferentes parques, reservas naturales y paisajes de la región generando mayor visibilidad en redes sociales.

Visión: Guachucal será reconocido nacional e internacionalmente como ecoturístico de alta calidad a través del marketing digital dando a conocer sus riquezas naturales.

Objetivos

Largo plazo:

Consolidar como una identidad turística enfocado en su riqueza natural, agrícola, cultural y gastronómica.

Corto plazo:

Desarrollar contenido educativo, e informativo en redes sociales y plataformas de turismo

Políticas:

Política de sostenibilidad: Respetar el medio ambiente por medio de campañas de sensibilización y capacitación al personal.

Política de marketing digital: Crear contenido educativo e informativo promoviendo la sostenibilidad y conservación del medio ambiente.

Política de Responsabilidad social Corporativa: mejorar el bienestar social y ambiental del municipio de Guachucal.

Valores:

- Sostenibilidad
- Innovación
- Calidad

Propuesta de valor:

A través del marketing digital dar a conocer alternativas ecoturísticas asequibles y sostenibles, donde el turista puede conectar con la naturaleza.

Modelo de negocio

- Segmento de clientes: Hombres y mujeres que les guste el ecoturismo
- Canales: Redes sociales, plataformas digitales, WhatsApp Business, influencers.
- Ingresos: Visitas turísticas, posicionamiento de marca local sostenible.
- Recursos clave: Expertos en marketing digital, equipos de comunicación, material audiovisual.
- Socios clave: Alcaldía, Secretaría de Ambiente y Agricultura, influencers, empresas de marketing, diseñadores gráficos de la región.
- Costos: Contratación de profesionales de marketing y publicidad, campañas publicitarias, mantenimiento de plataformas.

Tabla 32

Estrategia número tres: Marketing digital que promocióne el ecoturismo, parques, reservas y los recursos naturales que posee el municipio de Guachucal

Actores responsables	Actividades	Recursos Materiales /Financieros
-------------------------	-------------	-------------------------------------

Propietarios de establecimientos	Análisis de los establecimientos para determinar qué tipo de publicidad necesitan	<ul style="list-style-type: none"> *Pago de los profesionales implicados en el marketing *Presupuesto para creación de marketing digital *Celulares para creación de redes y manejo de WhatsApp *Computadores para hacer publicidad y llevar control de redes sociales
Especialistas en marketing y gestor de redes sociales	Instagram, Facebook, elaboración de contenido atractivo de los lugares turísticos de Guachucal	<ul style="list-style-type: none"> *Recursos de gestión en redes sociales *Papelería
Programador de web	Optimizar el sitio web donde se va a hacer la publicidad	<ul style="list-style-type: none"> *Software de gestión digital
Diseñador Gráfico y Creativo digital	<ul style="list-style-type: none"> *Realizar propaganda *Hacer alianzas con empresas de publicidad *Uso de inteligencia artificial creación de un email para promoción a clientes 	<ul style="list-style-type: none"> *Colocar anuncios pegados para promocionar el turismo *Uso de herramientas como canva, video marketing *Realidad virtual *Dispositivos inteligentes *Plataformas de turismo y de viajes

Nota: En la tabla se puntualizan las estrategias, actores, actividad, y recursos utilizados para potenciar el turismo en el municipio de Guachucal. Fuente: Autoría propia

Estrategia Número cuatro: Promover la creación de agencias de viajes definidas con acompañamiento de guías turísticos para que puedan brindar un servicio adecuado al visitante lleno de conocimiento de los lugares que ofrece el municipio de Guachucal

Misión: Impulsar la creación de agencias turísticas formales, brindando seguridad y confianza al momento de adquirir algún servicio y visitar el municipio de Guachucal.

Visión: Ser reconocido como un municipio pionero en el turismo formal a través de agencias de viajes regionales, brindando una atención integral con diferentes servicios referentes al turismo.

Objetivos:

Largo plazo: Establecer una red de agencias de turismo legalmente constituidas
Desarrollar alianzas estratégicas con agencias de turismo nacionales e internacionales.

Corto plazo: Desarrollar cronograma de capacitaciones en conjunto a los diferentes guías en temas culturales, patrimoniales, de ecoturismo y turismo vivencial.

Políticas

Política de formalización: Toda agencia de turismo establecida en el municipio debe contar con los requisitos establecidos por Cámara de Comercio y Alcaldía Municipal.

Política de educación continua: Promover capacitaciones continuas a los colaboradores de las diferentes empresas de turismo

Valores:

- Responsabilidad
- Legalidad
- Calidad

Propuesta de valor

Para su comodidad y seguridad el municipio de Guachucal ofrece diferentes alternativas de turismo, las cuales se pueden conocer en las diversas agencias de turismo formales, aceptadas por la alcaldía.

Modelo de negocio

Segmento de clientes: Hombres y mujeres que les guste el ecoturismo

Canales: oficinas físicas, plataformas digitales, redes sociales, alianzas con hoteles, restaurantes.

Ingresos: Visitas turísticas, venta de paquetes turísticos, servicio de guía, transporte

Recursos clave: Guías turísticos capacitados, pólizas, material promocional, transporte

Socios clave: Alcaldía, Cámara de Comercio, Oficina de Turismo, hoteles, restaurantes

Costos: Contratación de profesionales, pagos de matrícula mercantil, seguros, capacitaciones, publicidad.

Tabla 33

Estrategia numero 4: Promover la creación de agencias de viajes definidas y en ellas la contratación de guías turísticos para que puedan brindar un servicio adecuado al visitante lleno de conocimiento de los lugares que ofrece el municipio de Guachucal

Actores responsables	Actividades	Recursos Materiales /Financieros
Alcaldía municipal	Apoyo a empresas turísticas del municipio	*Computadores *Alquiler de espacios para capacitación
Oficina de turismo municipal	*Evaluación de región a transitar *Creación de agencias de viaje	*Contratos con hoteles y restaurantes *Pólizas de seguro de viaje *Alquiler de busetas y carros
Cruz roja	*Capacitación guías en cómo tratar al usuario *Capacitación de primeros auxilios para guías turísticos	*Certificados para guías turísticos de curso realizado *Creación de folletos de la importancia de un guía turístico *Servicio de internet *libretas y lapiceros para apuntes
Empresarios locales del sector turístico	*Contratación de guías turísticos *Colaboración en eventos turísticos que promuevan la contratación de guías	*Pólizas de seguro de viaje *Mapas que contengan información del recorrido *Revisión de presupuesto para contratación de guías

	*Hacer una lista de los servicios que se pretenden ofrecer en las agencias de viaje.	
DIAN	*Regulación de los prestadores de servicio de turismo *Registro de agencias	*Certificación a las agencias inscritas para su libre funcionamiento

Nota: En la tabla se puntualizan las estrategias ,actores, actividad, y recursos utilizados para potenciar el turismo en el municipio de Guachucal. Fuente: Autoría propia

Estrategia número cinco: Mejoramiento de infraestructura en las principales vías de acceso de Guachucal Nariño

Misión: A través de la mejora y mantenimiento de vías de acceso promover el desarrollo turístico y socioeconómico de la región

Visión: para el 2023, convertir a Guachucal en un municipio altamente competitivo, con vías de acceso en buen estado que conecte con los diferentes atractivos culturales, agrícolas, gastronómicos y medio ambientales.

Objetivos:

Largo plazo: Garantizar el acceso permanente hacia y desde Guachucal en todas las temporadas del año por medio de rutas estratégicas.

Corto plazo:

Señalización de rutas turísticas en Guachucal

Gestionar la participación activa de entes gubernamentales.

Políticas:

Política de participación interinstitucional: Gestionar la colaboración entre el gobierno local, departamental y la comunidad

Valores:

- Seguridad
- Compromiso
- Calidad

Propuesta de valor

El municipio de Guachucal ofrece diferentes experiencias turísticas, y para que se lleven acabo de la mejor manera, se pretende promover el desarrollo vía y fácil acceso al municipio y sus destinos turísticos.

Modelo de negocio

- Segmento de clientes: Turistas nacionales y extranjeros, empresas turísticas y de transporte
- Canales: Redes sociales de los emprendimientos, y alcaldía o medios de comunicación del municipio, plataformas digitales, agencia de viajes.
- Ingresos: Visitas turísticas
- Recursos clave: Financiamiento gubernamental, maquinaria, mano de obra calificado, participación
- Socios clave: Alcaldía, INVIAS, empresarios y emprendedores, secretaria de Obras Públicas.
- Costos: Contratación de profesionales, arriendo de maquinaria.

Tabla 34

Estrategia número 5: Mejoramiento de infraestructura en las principales vías de acceso de Guachucal Nariño

Actores responsables	Actividades	Recursos Materiales /Financieros
Ministerio de transporte	Solicitud a INVIAS para arreglo de carreteras principales de Guachucal	*Inyección de dinero para reparación de vías * Verificación de cumplimiento del proyecto de mejora
Alcaldía municipal de Guachucal	*Evaluación de proyecto de mejoramiento *Recorrido para conocer el estado de las vías *Determinar el tiempo de intervención vial	*Uso de presupuesto en actividades establecida para el arreglo de la vía de Guachucal Nariño *Compra y pago de lo solicitado por parte de profesionales para arreglo

		*Planeación municipal para determinar si las vías pertenecen al municipio
Defensa civil Consejo de seguridad y movilidad vial	Acompañamiento en vías de acceso para evitar siniestros que afecten al turista y oriundos de Guachucal	*Búsqueda de lotes para guardar maquinaria *Convenio con compañías de seguridad para cuidado de herramientas de trabajo *Insumos para protección del turista y transportadores en vías
Comité de planificación Instituto Nacional de Vías (INVIAS)	Reparación de defectos puntuales Señalización y marcación de las carreteras Control de calidad en los elementos utilizados en la reparación	*Contratación de trabajadores para arreglos de vías *Alquiler de maquinaria y herramientas que se van utilizar en el arreglo como palas, picos, metros, cinceles, etc. *Arrendamiento de maquinaria pesada como retroexcavadoras, volquetas *Ingenieros civiles , arquitectos *Alimentación para colaboradores en el proyecto de mejora *Vehículos para transporte de personal e insumos *Consultar con veedores de la región *Remuneración a profesionales implicados en el proyecto y maestros de mano de construcción

Nota: En la tabla se puntualizan las estrategias ,actores, actividad, y recursos utilizados para potenciar el turismo en el municipio de Guachucal. Fuente: Autoría propia

Estrategia Número seis: Sensibilizar a dueños de los establecimientos de la importancia de establecer un sistema financiero y contable que les permita conocer realmente el estado económico en que se encuentra su negocio.

Misión: promover la estabilidad financiera y contable de hoteles, restaurantes y agencias de turismo a través de sistemas de gestión contable

Visión: para el 2030, todos los establecimientos comerciales del municipio de Guachucal deben contar con un sistema financiero y contable, siendo un municipio reconocido por su tejido empresarial formalizado y automatizado.

Objetivos:

Largo plazo:

Lograr que los establecimientos turísticos del municipio cuenten con un sistema de inventarios, contable y financiero para la toma de decisiones asertivas.

Corto plazo:

Concientizar a los empresarios y emprendedores sobre la importancia de la gestión contable

Desarrollar campañas de capacitaciones en temas contables, financieros y herramientas contables.

Políticas:

Política de formalización: Gestionar y apoyar la formalidad contable financiera y tributaria.

Valores:

- Confianza
- Seguridad
- Innovación

Propuesta de valor: Cada empresario, comerciante o emprendedor del sector turismo cuenta con una solución integral para la gestión y control de sus finanzas por medio de herramientas contables.

Modelo de negocio:

- Segmento de clientes: Propietarios de comercios, y empresas del sector turístico en el municipio de Guachucal.
- Canales: Redes sociales, plataformas educativas, encuentros académicos.
- Ingresos: Acceso a créditos, capacidad de ahorro por reducción de errores
- Recursos clave: Capacitaciones, visitas técnicas, software contable
- Socios clave: Universidades públicas y privadas, Alcaldía, secretaria de Educación, Cámara de Comercio, Dian
- Costos: profesionales, adquisición de softwares contables, espacios de formación

Tabla 35

Estrategia numero 6: Sensibilizar a dueños de los establecimientos de la importancia de establecer un sistema financiero y contable que les permita conocer realmente el estado económico en que se encuentra su negocio

Actores responsables	Actividades	Recursos Materiales /Financieros
Cámara de comercio	Realizar una inspección de establecimientos existentes e inscritos en la Cámara de Comercio de Ipiales	*A través del censo con el DANE *Personal para realizar esta evaluación
Microempresarios	*Identificar las necesidades del establecimiento *Seleccionar el software contable según la necesidad del local comercial *Establecer responsabilidades	*Contratación de software contable *Contratación de personas capacitadas para realizar este sistema *Computadores *Salón para capacitación *Presupuesto para aplicar este sistema contable *Reconocimiento en honorarios al personal que v aprestar esa asesoría

		como lo son los contadores y auxiliares contables
Contadores públicos	<ul style="list-style-type: none"> *Hacer un estudio para saber la necesidad contable del local comercial *Planificación del sistema contable según la necesidad del local comercial *Realizar acompañamiento y asesoría al comerciante 	<ul style="list-style-type: none"> *Folletos de explicación de la importancia de llevar acabo un sistema contable *Verificar si hay dinero para que el comerciante implemente el sistema contable
Auxiliares contables	<ul style="list-style-type: none"> *Crear un plan de implementación del sistema *Sugerir que hallan controles internos para evitar robos y errores *Implementar el sistema contable en los establecimientos *Capacitación al personal de comerciante para el manejo de este sistema contable *Dar cumplimiento a las solicitudes de la *Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales 	<ul style="list-style-type: none"> *Prestación de asesoría con idoneidad *Herramientas para realizar el control interno *Internet *Certificado a establecimientos que implementen este sistema
DIAN	Hacer cumplir reglas a los establecimientos requeridos	

por la institución, solicitud de
pago de impuestos

Nota: En la tabla se puntualizan las estrategias ,actores, actividad, y recursos utilizados para potenciar el turismo en el municipio de Guachucal. Fuente: Autoría propia

Estrategia número siete: Vinculo de actores turísticos, academia y la comunidad del municipio de Guachucal realizando un trabajo en equipo para el desarrollo turístico local y regional

Misión: Fomentar el turismo en el municipio de Guachucal a través de la articulación entre la comunidad y la academia, en aras de transformar la visión que actualmente existe del municipio.

Visión: para el año 2028 el municipio de Guachucal ser reconocido como un modelo de turismo innovador; promoviendo la gran diversidad de experiencias; agrícolas, lácteas, ecoturismo, turismo regional, y cultural.

Objetivos:

Largo plazo:

Cerrar brechas entre el gobierno, la academia y la comunidad a través de la construcción participativa.

Corto plazo:

Realizar mesas de trabajo, visitas técnicas y asesorías estudiantiles que promuevan las fortalezas y oportunidades del turismo.

Desarrollar estrategias conjuntas para mejorar el servicio del turismo por medio de la investigación.

Políticas

Política de cooperación interinstitucional: promover el trabajo mancomunadamente entre el gobierno, la academia y la comunidad

Política de formación: Buscar nuevas alternativas de financiamiento, y desarrollo por medio de la investigación y prácticas profesionales.

Valores:

- Innovación
- Compromiso

- Identidad

Propuesta de valor

La educación inmersa en una comunidad es una oportunidad abismal, ya que se pretende una evolución constante a través de la investigación e innovación continua

Modelo de negocio

- Segmento de clientes: Turistas nacionales y extranjeros enfocados en la cultura, e investigación.
- Canales: Redes sociales, plataformas educativas, encuentros académicos.
- Ingresos: Visitas turísticas
- Recursos clave: Capacitaciones, visitas técnicas, investigaciones aplicadas, diseño y desarrollo de estrategias.
- Socios clave: Universidades públicas y privadas, Alcaldía, secretaria de Educación
- Costos: Transporte, materiales académicos, herramientas tecnológicas

Tabla 36

Estrategia numero 7: Vinculo de actores turísticos, academia y la comunidad del municipio de Guachucal realizando un trabajo en equipo para el desarrollo turístico local y regional

Actores responsables	Actividades	Recursos Materiales /Financieros
Gobernación de Nariño	*Capacitaciones *Convenios con instituciones involucradas en el turismo	*Salón para capacitación *Apoyo para fomentar mediante proyectos la parte turística *Presupuesto para personal que brinde capacitaciones
Universidad Cesmag	*Asesorías por parte de la academia *Mesas de trabajo	

	*Retroalimentaciones por parte de docentes investigadoras	
	*Interacción con la comunidad	
Estudiantes	*Visita de reconocimiento al Municipio	*papelería de investigación
	*Análisis de situación financiera de establecimientos	*Transporte para desplazamiento de estudiantes
	*Investigación del municipio de Guachucal	*Video vin
	*Creación de diapositivas	*computadores
	*Captura de lugares turísticos del Municipio	*Celulares para toma de evidencias
	*Creación de estrategias para mejoramiento turístico	
Comunidad	Colaboración de la comunidad en brindar información necesaria a los estudiantes del estado de los establecimientos	

Nota. En la tabla se puntualizan las estrategias ,actores, actividad, y recursos utilizados para potenciar el turismo en el municipio de Guachucal. Fuente: Autoría propia

Estrategia número ocho: Generar proyectos de inversión extranjera para la región que ayuden al crecimiento turístico

Misión: Impulsar el desarrollo del municipio por medio de la inversión extranjera obtenida a través de proyectos que promuevan los atractivos culturales, turísticos y naturales del municipio.

Visión: para el 2030 el municipio será un modelo de desarrollo de eco turismo con ayuda internacional que impulsa el progreso cultural, competitivo, educativo y de infraestructura.

Objetivos

Largo plazo

Convertir al municipio de Guachucal un entorno estable y favorable para la inversión extranjera por medio de estrategias de promoción en especial del sector turístico-

Corto plazo

Direccionar proyectos turísticos a nivel internacional

Gestionar un entorno estable por medio de la planificación estratégica, la participación activa de la comunidad y gestión eficiente de recursos.

Políticas

Desarrollo sostenible: Controlar que toda inversión realizada respete los ecosistemas y la cultura del municipio

Gestión de proyectos: Planificación, control y desarrollo de proyectos, en especial de proyectos extranjeros.

Propuesta de valor

Como municipio altamente diverso en su cultura, gastronomía, agricultura ofrecemos un espacio estable para atraer inversión nacional e internacional mediante proyectos sostenible.

Modelo de negocio

- Segmento de clientes: Inversionistas extranjeros, agencias de viaje, comerciantes, emprendedores.
- Canales: Redes sociales, plataformas educativas, ferias internacionales, plataformas de inversión nacionales y extranjeras.
- Ingresos: Inversión extranjera, venta de paquetes turísticos, visita de turistas nacionales y extranjeros.
- Recursos clave: talento humano, apoyo institucional y académico, capital extranjero, atractivos turísticos
- Socios clave: Universidades públicas y privadas, Alcaldía, secretaria de Educación, Cámara de Comercio, Dian, FONTUR, Gobernación de Nariño.

- Costos: profesionales, campañas de marketing, capacitaciones.

Tabla 37

Estrategia numero 8: Generar proyectos de inversión extranjera para la región que ayuden al crecimiento turístico

Actores responsables	Actividades	Recursos Materiales /Financieros
Gobernación de Nariño	*Apoyo de emprendimientos en el municipio *Evaluación de establecimiento existentes	*Vallas para eventos *Apoyo económico a microempresas para su crecimiento.
Alcaldía municipal	*Campañas que promocionen el turismo *Generar alianzas estratégicas con entes que apoyen el turismo	*Sonido *Luces *Contratación de recreacionistas para publicidad * Personal para eventos de promoción.
Agencias de desarrollo local	*Publicidad de lugares turísticos del municipio de Guachucal y su atractivo *Creación de planes que muestren la gastronomía de tipo cultural que se maneja en la región	*Portal web *Planes que oferten actividades de senderismo, turismo aventura, interacción con comunidades indígenas y gastronomía local *Costos operativos para la gestión de alojamiento ,restaurantes y servicios turísticos *Tarifas de acceso a lugares de atracción *Venta de paquetes de experiencias turísticas

FONTUR	<ul style="list-style-type: none"> *Sugerir participación en eventos internacionales de turismo *Promover el ecoturismo de la región *Fortalecer la competitividad en el turismo de la región *Fomentar espacios de formación y emprendimiento. 	<ul style="list-style-type: none"> *Recursos del impuesto al turismo *Aportes a emprendedores en empresas de turismo *Apoyo económico en proyectos de promoción en la parte turística
Consejo de turismo de Guachucal	<ul style="list-style-type: none"> *Orientar al municipio en aspectos turísticos *Asesorar a los comerciantes en proyectos que generen competitividad turística nacional e internacional. 	<ul style="list-style-type: none"> Costos de capacitaciones para garantizar la calidad de experiencias ofrecidas al turista
Ministerio de medio ambiente	<ul style="list-style-type: none"> *Proyectos de cuidado al medio ambiente *Capacitaciones continuas 	<ul style="list-style-type: none"> *Inyección de dinero para cuidado de senderos y medio ambiente del Municipio

Nota: En la tabla se puntualizan las estrategias, actores, actividad, y recursos utilizados para potenciar el turismo en el municipio de Guachucal. Fuente: Autoría propia

Importancia de la unión de los actores turísticos y la comunidad. Es de mencionar que la unión de los actores turísticos y la comunidad es de suma importancia para el municipio de Guachucal porque permite un mejor desarrollo que sea sostenible para el municipio, esta articulación fomenta el desarrollo turístico de la región optimizando sus recursos innovando al turista y dejando una huella en el visitante de conocimiento y experiencia de lo bonito de la naturaleza que existe en la región nariñense y sus lugares. Las entidades gubernamentales y empresarios locales trabajan de manera unida para que exista un desarrollo turístico que beneficie al visitante como también a la comunidad de Guachucal.

5. Conclusiones

La actividad turística en el municipio de Guachucal, cuenta con un amplio potencial de crecimiento y desarrollo, a causa de su gran diversidad de atractivos y a la presencia de actores estratégicos que se encuentran inmersos en ella. Empresas como Frailejones Travel es un ejemplo de ello, puesto que posee una buena gama de servicios turísticos, enfocados en ofrecer una atención de calidad y operación eficiente a turistas nacionales e internacionales. De la misma forma, el sector transporte en cabeza de Coostransguachucal y Taxis La Sabana, han mostrado un compromiso sustancial con sus servicios, mediante el mantenimiento de sus vehículos y la seguridad de los pasajeros. Además, la infraestructura hotelera presenta las condiciones adecuadas para la satisfacción de los visitantes durante su periodo de estadía.

Es preciso señalar que persisten limitaciones alrededor del desarrollo sostenible del turismo en esta región, debido a que en las empresas del sector no se cuenta con planes de manejo ambiental, señalizaciones de emergencia, y se reconoce que hay una carencia significativa de herramientas digitales, como es el caso de pagos electrónicos, acceso a internet, manejo de marketing digital, entre otros, lo que limita la competitividad de este destino.

Existen debilidades en la preparación del personal en cuanto a la atención a turistas extranjeros a razón de la falta de dominio de otros idiomas, lo que dificulta la internacionalización de la oferta. En el área gastronómica, a pesar de que los restaurantes cumplen con los estándares de higiene y manipulación de alimentos, la ausencia de planes de emergencia ante desastres naturales y sostenibilidad ambiental, se enmarcan como desafíos que deben cumplirse para garantizar un servicio más seguro y responsable con los usuarios.

La actividad turística del municipio enfrenta amenazas externas como la inseguridad, inestabilidad económica y los riesgos naturales, lo que hace necesario la creación de estrategias de gestión de crisis y prevención de riesgos, para mejorar la competitividad del municipio en esta área.

En el ámbito contable, los establecimientos de transporte, hoteleros y restaurantes evidenciaron una gestión con bases significativamente empíricas, lo que dificulta obtener un panorama claro sobre su situación financiera; en este sentido, la falta de precisión en la que se incurre impide determinar si éstos generan ganancias o pérdidas, afectando la evaluación financiera de los negocios. En primera instancia, el sector transporte presenta dificultades financieras relacionadas con baja liquidez y pérdidas operativas continuas, Taxis La Sabana, en particular, requiere una reestructuración urgente para evitar mayores pérdidas.

El sector hotelero presenta un desempeño variado, dado que algunos establecimientos tienen liquidez sólida y eficiencia operativa, mientras que otros ostentan dificultades con inventarios y periodos de cobro, por lo cual, es de vital necesidad realizar la optimización de la gestión financiera y operativa.

El sector gastronómico ostenta problemas de liquidez, baja rotación de inventarios y mayores plazos de cobro, aunque algunas empresas conservan márgenes aceptables, el alza en costos afecta la rentabilidad. Sin ajustes en la gestión de inventarios y flujo de caja, el sector podría enfrentar mayores dificultades a futuro.

Mediante las estrategias señaladas en el documento de mejora financiera y la implementación de un sistema contable sólido en cada uno de los establecimientos de comercio de Guachucal, hará posible que los microempresarios logren comprender con mayor claridad su situación económica, lo que facilitará la toma de decisiones con base en información real y precisa, debido a que el contar con un registro adecuado de ingresos, costos, gastos y utilidades, hará que sea posible identificar oportunidades para mejorar, optimizar recursos y prevenir los posibles riesgos financieros y no financieros que puedan afectar la estabilidad de los negocios.

Las estrategias propuestas no solo generarán beneficios para los empresarios, sino que también será un componente que contribuya al desarrollo económico y social municipal, por cuanto facilitará la formalización y transparencia de la gestión financiera, debido a que

se podrán entregar a la economía formal y fortalecerá la competitividad del sector turístico, atrayendo más inversores y generando más empleo en el corto, mediano y largo plazo.

6. Recomendaciones

Teniendo presente los resultados obtenidos en la investigación, se recomienda que para fortalecer el sector económico en especial el turismo de Guachucal, es necesario que las empresas lleven a cabo estrategias enfocadas en la mejora de su competitividad y sostenibilidad; en este sentido, se recomienda implementar un sistema contable y financiero que facilitará una gestión más eficiente de las empresas, haciendo posible una mejor planificación estratégica y tener una visión más clara de las dinámicas del mercado, para adaptarse, permanecer y crecer en el tiempo.

Es preciso que las empresas del sector turístico y comercial aúnen esfuerzos para su formalización, es decir, su inscripción en Cámara de Comercio, la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), en conjunto con la actualización de balances y estados financieros, permitirán acceder a beneficios como créditos bancarios, programas de apoyo gubernamental y mayor credibilidad en el mercado. Así, la legalización de las operaciones empresariales no solamente fortalecerá la estabilidad económica de cada establecimiento, sino que, además, contribuirá al crecimiento ordenado del sector.

En relación al talento humano, se recomienda realizar capacitación continua del personal en temas como servicio al cliente, marketing digital, gestión administrativa y experiencias turísticas, con el propósito de garantizar una atención de calidad que logre satisfacer a los usuarios y se potencie la reputación del municipio como destino de visita. Conjuntamente, la articulación entre empresarios, comerciantes, comunidad y agentes turísticos, así como la academia, será determinante para el estudio, la promoción y fortalecimiento del municipio en este sector.

En términos contables y financieros, se recomienda la adición de programas y personal profesional en esta área, que permitan llevar de manera ordenada los costos, gastos, ingresos, deudas y utilidades de cada establecimiento, así como también, se tendrá un mayor reconocimiento de las obligaciones impositivas que acarrea cada comercio en particular.

Con el propósito de consolidar una oferta turística más variada en el municipio, es menester fomentar la creación y formalización de más agencias de viajes, ya que en esta área no se tiene una variedad de las mismas, lo que conlleva a limitaciones en la capacidad de atraer la atención de turistas. Esto permitirá ofrecer diferentes clases de recorridos

organizados, enfocados en dar a conocer atractivos naturales y culturales, contando con medios de transporte propicios y alimentación que muestre platos típicos de la región, en conjunto con la labor de guías expertos en la historia, cultura y costumbres de Guachucal, que logren generar experiencias enriquecedoras y positivas para los visitantes.

En cuanto a la forma de promocionar la oferta turística de Guachucal, se recomienda la creación y difusión de una guía turística, que contemple información sobre los atractivos locales, para ser promovida por medio de campañas, eventos y alianzas con agencias de viaje de otras ciudades y departamentos, entidades públicas, así como también en plataformas digitales, como es el caso de páginas web y redes sociales como Facebook, Instagram, X, Tiktok, entre otros. También, su distribución física en hoteles, restaurantes y oficinas de turismo ofrecerá una mayor visibilidad del municipio y podrá atraer un mayor número de visitantes, dando un impulso significativo a la economía local.

Ahora bien, el garantizar la seguridad en las actividades turísticas es fundamental, por este motivo, se recomienda el diseño e implementación de planes de contingencia que conlleven a preservar la integridad de los prestadores de los servicios de turismo y sus clientes, debido a que es necesario considerar riesgos como catástrofes naturales o accidentes durante caminatas, senderismo, cicloturismo o incluso en medios de transporte, con el propósito de ofrecer garantías de seguridad, afianzando la confianza de los visitantes potenciales y fomentará un turismo responsable y sostenible.

Finalmente, se recomienda la articulación de las empresas en conjunto con entidades gubernamentales y no gubernamentales para acceder a proyectos de inversión nacional y extranjera, así como a convocatorias de recursos internacionales. Esto permitirá desarrollar iniciativas que impulsen el turismo y el cuidado medio ambiente de esta área, asegurando la sostenibilidad del sector, la diferenciación de la oferta y la apuesta por un modelo de turismo con un alto grado de responsabilidad, serán clave para posicionar a Guachucal como un destino atractivo y competitivo en el mercado.

Referencias

- Acuerdo 022 del 2011. (2011). Concejo de Bogotá:
<https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=41212ydt=S>
- AETAPI. (2023). *Mesas de trabajo*. <https://aetapi.org/mesas-de-trabajo/>
- Ballina, F. (2013). *Paradigmas y perspectivas teórico-metodológicas en el estudio de la administración*. <https://www.uv.mx/iiesca/files/2013/01/paradigmas2004-2.pdf>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación. 3ra edición (3a ed.)*. McGraw Hill.
- Calderón, R. (2023). *Guachucal*. Colombia Turismo Web:
<http://www.colombiaturismoweb.com/departamentos/narino/municipios/guachucal/guachucal.htm>
- Caviedes, D., y Olaya, A. (2018). Ecoturismo en áreas protegidas de Colombia: una revisión de impactos ambientales con énfasis en las normas de sostenibilidad ambiental. *Luna Azul*(46), 311-330. <https://doi.org/10.17151/luaz.2018.46.16>
- Chanquey, Y., Lagos, N., y Llanco, C. (2021). Análisis del crecimiento económico en función del turismo en Chile, periodo 2000-2018. *Revista interamericana de ambiente y turismo*, 17(1), 34-46. <https://doi.org/10.4067/S0718-235X2021000100034>
- Coba, G. (2022). *Viajes de ecuatorianos a Colombia se disparan en 2022*. Primicias:
<https://www.primicias.ec/noticias/economia/viajes-ecuatorianos-colombia-turismo/>
- David, F. (2003). *Conceptos de administración estratégica (9a ed.)*. Pearson Educación.
- Decreto 1074 de 2015. (2015, 26 de mayo). Presidencia de Colombia:
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=76608>
- Decreto 1531 de 2019. (2019, 26 de agosto). Presidencia de Colombia:
https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma_pdf.php?i=99713
- Decreto 1782 de 2007. (2007, 22 de mayo). Presidencia de Colombia. Diario Oficial No. 46637:
https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma_pdf.php?i=25012

Decreto 2125 de 2012. (2012, 16 de octubre). Presidencia de Colombia. Diario Oficial No. 48.585:

https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma_pdf.php?i=50020

Decreto 229 de 2017. (2017, 14 de febrero). Presidencia de la República. Diario Oficial No. 50.147:

https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma_pdf.php?i=79382

Decreto 2650 de 1993. (1993, 29 de diciembre). Presidencia de Colombia. Diario Oficial No. 41.156: <https://incp.org.co/Site/2012/legislativa/2650.pdf>

Decreto 2706 de 2012. (2012, 27 de diciembre). Presidencia de la República. Diario Oficial No. 48.657:

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=51148>

Departamento Nacional de Planeación [DNP]. (2014). *Documento Conpes 3805. Prosperidad para las fronteras de Colombia*. <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/3805.pdf>

Díaz, F., Galindo, D., y Granada, L. (2021). *Planteamiento de estrategias prospectivas en torno a los guías de turismo para las futuras crisis, a partir de la COVID 19*. [Tesis de pregrado, Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca] Repositorio Unicolmayor: <https://repositorio.unicolmayor.edu.co/handle/unicolmayor/5585>

Diccionario Panhispánico del Español Jurídico . (2023). *Frontera*. <https://dpej.rae.es/lema/frontera>

El Economista. (2023). *Finanzas*. <https://www.economista.es/diccionario-de-economia/finanzas>

Elizalde, E. (2019). *Los estados financieros y las políticas contables*. <https://doi.org/10.33386/593dp.2019.5-1.159>

Farinango, M., Casanova, A., Solarte, C., y Rivera, G. (2020). *Polo de competitividad de la cuenca hidrográfica Carchi – Guaitara*. Universidad Cesmag.

- Fierro, Á. (2016). *Contabilidad general con enfoque NIIF para las pymes* (5a ed.). Ecoe Ediciones.
- Filgueira, C. (2017). *Manual contable NIIF: aplicación práctica*. Editorial Universidad Alberto Hurtado.
- Fornero, R. (2018). *Análisis financiero con información contable. Manual de estudio programado*.
https://economicas.unsa.edu.ar/afinan/dfe/trabajos_practicos/afic/AFICCap1.pdf
- Franco, P. (1998). *Evaluación de estados financieros*. Universidad del Pacífico.
- Gobierno de La Pampa. (2020). *¿Qué es el desarrollo sostenible?*
<https://ambiente.lapampa.gob.ar/que-es-el-desarrollo-sostenible.html>
- Gómez, O. (2020). *El Sector Turismo: Clave para lograr la igualdad de género*.
<https://blogs.iadb.org/sostenibilidad/es/el-sector-turismo-clave-para-lograr-la-igualdad-de-genero/>
- Guerrero, R., Alvarado, C., y Galindo, F. (2014). *Administración 2*. Grupo Editorial Patria.
- Ibáñez, R., y Cabrera, C. (2011). *Teoría general del Turismo: un enfoque global y nacional*. Universidad autónoma de Baja California.
- Jojoa, L., y Andrade, L. (2023). *Formulación de un proyecto promotor de turismo comunitario en el corregimiento de la laguna del municipio de San Juan de Pasto – Nariño 2023*. [Tesis de pregrado, Corporación Universitaria Autónoma de Nariño] Biblioteca AUNAR.
- Ledhesma, M. (2018). *Tipos de turismo: nueva clasificación*. OMPT.
- Ley 1314 de 2009. (2009, 13 de julio). Congreso de Colombia. Diario Oficial No. 47.409:
http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1314_2009.html
- Ley 191 de 1995. (1995, 23 de junio). Congreso de Colombia. Diario Oficial 41.903:
<https://r.issu.edu.do/l?l=12883GcU>
- Ley 2068 de 2020. (2020, 31 de diciembre). Congreso de Colombia. Diario Oficial No. 51.544: http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_2068_2020.html

- Ley 43 de 1990. (1990, 13 de diciembre). Congreso de la República. Diario Oficial No. 39.602: https://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-104547_archivo_pdf.pdf
- Liu, Z. (2003). Sustainable tourism development: a critique. *Journal of Sustainable Tourism*, 11, 459-475. <https://doi.org/10.1080/09669580308667216>
- Lorenzana, D. (2023). *El análisis financiero en la empresa: ¿qué es y cómo hacerlo?* <https://emprendepyme.net/el-analisis-financiero.html>
- M., F. (11 de 05 de 2016). *agroptima*. *agroptima*: <https://www.agroptima.com/es/blog/agricultura-convencional/#:~:text=La%20desventaja%20principal%20de%20la,plagas%20y%200a%20enfermedades%20muy%20variadas>.
- Mahecha, S., San Juan, J., y Garavito, L. (2021). *Recomendaciones para el turismo de naturaleza en Colombia: contraste de casos destacados en el mundo*. Universidad Externado de Colombia. <https://bdigital.uexternado.edu.co/entities/publication/49e7c5a9-564c-4373-9ebb-7cb318d8bd3c>
- Mena, M. (2021). *Implementación de Estrategias para el Sector Turístico*. <https://revistaempresarial.com/industria/implementacion-de-estrategias-para-el-sector-turistico/>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2018). *Plan sectorial de turismo 2018-2022. Turismo: el propósito que nos une*. <https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=2ca4ebd7-1acd-44f9-9978-4c826bab5013>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2019). *Pacto por el crecimiento y para la generación de empleo del sector turismo. Estrategia sectorial para la generación de nuevas fuentes de crecimiento*. <https://www.colombiaproductiva.com/CMSPages/GetFile.aspx?guid=16e07563-8c02-45d6-ab7b-2ddfbe06d769>

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2022). *Turismo en armonía con la vida. Plan sectorial de turismo 2022-2026*. <https://www.mincit.gov.co/participa/consulta-ciudadana/27-12-2022-plan-sectorial-de-turismo-rvdo-dvt.aspx>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2023). *\$423.000 millones ha destinado el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo para impulsar los proyectos de turismo*. <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/industria/423-000-millones-de-mincomercio-para-turismo>
- Molano, A., Moncada, J., y Barrera, A. (2018). *Articulación nación-territorios: impactos sobre la competitividad y la gobernanza*. <http://www.icpcolombia.org/dev/articulacion-nacion-territorios-impactos-sobre-la-competitividad-y-la-gobernanza/>
- Monterrosa, H. (2020). *Conozca las condiciones de debe cumplir una empresa para ser considerada Pyme*. La República: <https://www.larepublica.co/empresas/conozca-las-condiciones-de-debe-cumplir-una-empresa-para-ser-considerada-pyme-3002771>
- Morillo, M. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Visión Gerencial*(1), 135-158. <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>
- Muguirra, A. (2022). *¿Qué es la investigación descriptiva?* <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-descriptiva/>
- Nava, M. (2009). Análisis financiero: una herramienta clave para una gestión financiera eficiente. *Revista Venezolana de Gerencia (RVG)*, 14(48), 606-628. <https://www.redalyc.org/pdf/290/29012059009.pdf>
- Obombo, K., y Velarde, M. (2019). El ecoturismo en las reservas de la biósfera: Prácticas y actitudes hacia la conservación. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 17(1), 97-112. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2019.17.007>
- Ortiz A., C. C. (05 de 2023). *Importancia en el precio final de la papa por el costo de importacion de fertilizantes quimicos en colombia*. Importancia en el precio final de la papa por el costo de importacion de fertilizantes quimicos en colombia:

<https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/5100/Trabajo%20de%20grado.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=Los%20altos%20costos%20en%20los%2C%20situaci%C3%B3n%20que%20ha%20llevado%20a>

Ortiz, Y., y González, I. (2018). Control estadístico de procesos en organizaciones del sector servicios. *Respuestas*, 23(1), 42-49. <https://doi.org/10.22463/0122820X.1500>

Orús, A. (2023). *El turismo en el mundo - Datos estadísticos*. Statista: <https://es.statista.com/temas/3612/el-turismo-en-el-mundo/#topicOverview>

Reyes, G., y Casasola, K. (2021). Turismo regenerativo: más allá de la sostenibilidad. *Ambientico*, 10(277), 74-80. https://www.ambientico.una.ac.cr/wp-content/uploads/tainacan-items/5/35078/010_-Gloriana-Reyes.pdf

Sigma. (2019). *¿Por qué es importante la contabilidad en una agencia de viajes?* <https://web.sigma.net/nota/434/por-qu-es-importante-la-contabilidad-en-una-agencia-de-viajes.html>

Siigo. (2018). *¿Qué es contabilidad financiera?* <https://www.siigo.com/blog/contador/contabilidad-financiera-que-es/>

Tomalá, S. (2013). *El agroturismo como una alternativa de desarrollo sostenible para la comuna Loma Alta, de la parroquia Colonche, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, año 2013 – 2018*. [Tesis de pregrado, Universidad Estatal Península de Santa Elena] Repositorio UPSE: <https://repositorio.upse.edu.ec/xmlui/handle/46000/1427>

Torres, P. (2016). Acerca de los enfoques cuantitativo y cualitativo en la investigación educativa cubana actual. *Atenas*, 2(34), 1-11. <https://www.redalyc.org/journal/4780/478054643001/478054643001.pdf>

Vega Andrea, C. A. (13 de 09 de 2021). *dominio de las ciencias*. dominio de las ciencias : [file:///C:/Users/Mario%20Guerra/Downloads/Dialnet-AnalisisDelMercadoParaLaComercializacionDeAbonoOrg-8383808%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/Mario%20Guerra/Downloads/Dialnet-AnalisisDelMercadoParaLaComercializacionDeAbonoOrg-8383808%20(3).pdf)

World Tourism Organization. (2015). *El turismo: un fenómeno económico y social*. <https://www.unwto.org/es/turismo>

World Tourism Organization. (2023). *El turismo va camino de recuperar los niveles prepandémicos en algunas regiones en 2023*. <https://www.unwto.org/es/news/el-turismo-va-camino-de-recuperar-los-niveles-prepandemicos-en-algunas-regiones-en-2023>

Anexos**Anexo A. Carta de certificación de con investigadores**

Anexo B. Encuesta dirigida a empresarios que ofrecen servicios de alojamiento (hoteles o posadas turísticas) del municipio de Guachucal

INFORMACIÓN GENERAL						
1	Nombre o razón social					
2	Propietario – administrador					
3	Dirección					
4	Página Web					
5	Nro empleados permanentes					
6	Está registrado en cámara de comercio	SI ___	NO ___			
7	Es usted propietario o arrendatario					
8	Este establecimiento pertenece a un gremio del sector turístico	SI ___	NO ___			
9	Si su respuesta fue afirmativa mencione el gremio					
10	En qué época del año considera que se presenta mayor actividad turística. (mencionar mes)					
ESTANDARES DE GESTION						
Evalué de 1 a 5 según su percepción, la gestión realizada en favor del recurso turístico (donde 5 totalmente de acuerdo, 4 de acuerdo, 3 indiferente, 2 en desacuerdo, 1 totalmente en desacuerdo.		1	2	3	4	5
11	Estado de conservación de la estructura, pisos, paredes, cielo raso y techo.					
12	Estado de conservación de elementos móviles: puertas, ventanas.					
13	Espacios públicos organizados para facilitar el acceso y la circulación fluida de las personas.					
14	Hotel diseñado y construido: de acuerdo al estilo de la cultura local; con materiales sólidos de origen local; en armonía con el entorno; en función de las condiciones climáticas.					
15	Acorde con la categoría del alojamiento.					
16	Sólido, uso de materiales y diseños locales, según la categoría del negocio y su localización..					
17	Uso de materiales y diseños locales; adaptada a la categoría del negocio y al recinto o local..					

18	En caso de ofrecer alimentos, se verifican mediante listas de chequeo las condiciones de manejo, preparación y servicio de alimentos.					
19	En caso de ofrecer alimentos, los empleados que manipulan alimentos utilizan uniformes adecuados (gorra o malla, delantal de color claro) limpios y calzado cerrado					
20	Acogedor, agradable y confortable.					
21	Rápida y esmerada; trato afable, cortés y servicial del personal a todo cliente.					
22	Información y rótulos preventivos de riesgos y peligros en el uso diario de los equipos.					
23	Dispositivos de protección en rampas, pisos resbalosos y lugares con peligro de caídas.					
24	Personal bien entrenado para emergencias. Equipo de primeros auxilios visible y accesible (botiquín, incendios y catástrofes naturales). Vías de evacuación bien señalizadas, de fácil acceso y siempre despejadas. Se cuenta con un plan de evacuación					
25	Se cuenta con los equipos de protección personal en función de las actividades realizadas.					
26	Tiene establecido procedimiento para la recepción de pagos electrónicos					
27	El establecimiento presta servicios complementarios al de alojamiento (estacionamiento, gimnasio, lavandería, otros)					
28	Actitud acogedora y vestimenta adecuada del personal					
29	Mantenimiento regular de la red eléctrica, ambiental, sanitaria y grifería (evitar fugas).					
30	Mantenimiento periódico de equipos eléctricos, a gas, leña, energía solar o eólica.					
SEGUIMIENTO Y ATENCIÓN DEL SERVICIO AL CLIENTE						
31	Indique el número de personas maneja un segundo idioma en su establecimiento					

32	Realiza alguna acción para la fidelización de los clientes como promociones e incentivos	SI____ -	NO ____
33	Realiza capacitaciones al personal	SI____ -	NO ____
34	Si contesto si, qué tipo de capacitación		
33	Qué estrategias de motivación tiene para el talento humano	Bonificación Días libres Otros_____	
35	Realiza algún proceso de evaluación y seguimiento del servicio ofrecido a sus clientes	SI____ -	NO ____
36	De acuerdo al número de habitaciones ofrecidas y de acuerdo al siguiente rango como se considera	<input type="checkbox"/> Pequeño: 2 a 19 habitaciones <input type="checkbox"/> Mediano: 20 a 39 habitaciones <input type="checkbox"/> Grande: 64 a 128 habitaciones	
OBSERVACIONES			

Muchas gracias por su colaboración

Anexo C. Encuesta dirigida a empresarios que ofrecen servicios de restaurante del municipio de Guachucal

INFORMACIÓN GENERAL			
1	Nombre o razón social		
2	Propietario – administrador		
3	Dirección		
4	Página Web		
5	N° empleados permanentes		
6	Está registrado en cámara de comercio	SI____	NO ____
7	Es usted propietario o arrendatario		
8	Este establecimiento pertenece a un gremio del sector turístico	SI____	NO ____
9	Si su respuesta fue afirmativa mencione el gremio		

10	En qué época del año considera que se presenta mayor actividad turística. (mencionar mes)					
ESTANDARES DE GESTION						
Evalué de 1 a 5 según su percepción, la gestión realizada en favor del recurso turístico (donde 5 totalmente de acuerdo, 4 de acuerdo, 3 indiferente, 2 en desacuerdo, 1 totalmente en desacuerdo.		1	2	3	4	5
11	El establecimiento cuenta con manual de buenas prácticas de higiene e inocuidad de alimentos					
12	Los servicios sanitarios están separados por genero					
13	Los servicios sanitarios están debidamente equipados con implementos de aseo					
14	Se tiene programas de desinfección y limpieza					
15	Se tiene programas de control de plagas.					
16	Cuenta con buena ventilación que permite la remoción de olores y calor.					
17	Existen recipientes suficientes, adecuados y bien ubicados e identificados para la recolección de basuras.					
18	Se verifican mediante listas de chequeo las condiciones de manejo, preparación y servicio de alimentos.					
19	Los empleados que manipulan alimentos utilizan uniformes adecuados y equipos de protección adecuados					
20	El establecimiento cuenta con un plan de emergencia (de desastres naturales, accidentes, aforo permitido, servicios públicos)					
21	El establecimiento tiene plan de manejo ambiental					
22	Cuenta con la señalización requerida por la aseguradora de riesgos profesionales ARP y SNGR: <ul style="list-style-type: none"> ● planos de evacuación detrás de las puertas ● señalización de evacuación ● salida de emergencia y puntos de encuentro. 					
23	Se cuenta con los equipos de protección personal en función de las actividades realizadas.					
24	Tiene establecido procedimiento para la recepción de pagos electrónicos					

25	Cuenta con servicio de internet para sus clientes.				
26	Instalaciones adecuadas y seguras de la cocina y cafetería según normas vigentes.				
27	Mantenimiento regular de la red eléctrica, ambiental, sanitaria y grifería (evitar fugas).				
28	Mantenimiento periódico de equipos eléctricos, a gas, energía solar o eólica.				
SEGUIMIENTO Y ATENCIÓN DEL SERVICIO AL CLIENTE					
29	Indique el número de personas maneja un segundo idioma en su establecimiento				
30	Realiza alguna acción para la fidelización de los clientes como promociones e incentivos	SI__	NO__		
31	Realiza capacitaciones al personal	SI__	NO__		
32	Información y rótulos preventivos de riesgos y peligros en el uso diario de los equipos.	SI__	NO__		
33	Qué estrategias de motivación tiene para el talento humano	Bonificación _____ Días libres _____ Otros _____ _____			
34	Realiza algún proceso de evaluación y seguimiento del servicio ofrecido a sus clientes	SI_____	NO_____		
OBSERVACIONES					
Posee carta impresa para sus clientes					
Se realiza control de inventarios de alimentos					
Cuántos empleados están certificados en higiene y manipulación de alimentos o similares					

Muchas gracias por su colaboración

Anexo D. Encuesta dirigida a empresarios que ofrecen servicios de agencias de viajes del municipio de Guachucal

INFORMACIÓN GENERAL	
1	Nombre o razón social
2	Propietario - administrador

3	Dirección					
4	Página Web					
5	N° empleados permanentes					
6	Está registrado en cámara de comercio	SI_____	NO _____			
7	Es usted propietario o arrendatario					
8	Este establecimiento pertenece a un gremio del sector turístico	SI_____	NO _____			
9	Si su respuesta fue afirmativa mencione el gremio					
10	En qué época del año considera que se presenta mayor actividad turística. (mencionar mes)					
ESTANDARES DE GESTION						
Evalué de 1 a 5 según su percepción, la gestión realizada en favor del turismo (donde 5 totalmente de acuerdo, 4 de acuerdo, 3 indiferente, 2 en desacuerdo, 1 totalmente en desacuerdo.		1	2	3	4	5
11	El establecimiento cuenta con medios de pago aceptados por operadores y prestadores de servicios turísticos					
12	Los servicios que presta la agencia es por todo el año					
13	Los servicios que presta la agencia involucran los diferentes tipos de turismo.					
14	La agencia cuenta con servicios para el turista internacional, nacional y local					
15	La agencia cuenta con programas de publicidad a través de todos los medios que generalmente usa el turista para su plan.					
16	La agencia cuenta con convenios y alianzas para la promoción y desarrollo de su actividad turística.					
17	La agencia identifica y gestiona de manera pertinente los recursos y destinos con que cuenta la región o municipio donde presta sus servicios turísticos.					
18	La agencia cumple con los requisitos formales y legales para la prestación de sus servicios turísticos					

19	La agencia cuenta con reconocimiento y aceptabilidad en la prestación de servicios turísticos en la región				
20	El establecimiento cuenta con un plan de emergencia (de desastres naturales, accidentes, aforo permitido, servicios públicos)				
21	El establecimiento tiene plan de manejo ambiental				
22	Cuenta con la señalización requerida por la aseguradora de riesgos profesionales ARP y SNGR: <ul style="list-style-type: none"> ● planos de evacuación detrás de las puertas ● señalización de evacuación ● salida de emergencia y puntos de encuentro. 				
24	Tiene establecido procedimiento para la recepción de pagos electrónicos				
25	Cuenta con servicio de internet para sus clientes.				
SEGUIMIENTO Y ATENCIÓN DEL SERVICIO AL CLIENTE					
29	Indique el número de personas maneja un segundo idioma en su establecimiento				
30	Realiza alguna acción para la fidelización de los clientes como promociones e incentivos	SI _____	NO _____		
31	Realiza capacitaciones al personal	SI _____	NO _____		
32	Si contestó sí qué tipo de capacitación				
33	Qué estrategias de motivación tiene para el talento humano	Bonificación Días libres Otros _____ _____			
34	Realiza algún proceso de evaluación y seguimiento del servicio ofrecido a sus clientes	SI _____	NO _____		
OBSERVACIONES					

Muchas gracias por su colaboración

Anexo E. Encuesta dirigida a empresarios que administran los recursos turísticos del municipio de Guachucal

INFORMACIÓN GENERAL		
1	Nombre o razón social del Administrador	
2	La administración del recurso es pública o privada	Pública ____ Privada
3	Ubicación del recurso	
4	Página Web	
5	Nº empleados permanentes	
6	Está registrado en cámara de comercio	SI ____ NO ____
7	Es usted propietario o arrendatario	
8	Este establecimiento pertenece a un gremio del sector turístico	SI ____ NO ____
9	Si su respuesta fue afirmativa mencione el gremio	
10	En qué época del año considera que se presenta mayor actividad turística. (mencionar mes)	
11	A cuál de las siguientes categorías pertenece el recurso turístico	a) Sitios Naturales ____ b) Manifestaciones culturales ____ c) Folclore ____ d) Gastronomía e) Acontecimientos programados ____ f) Realizaciones técnicas, científicas o artísticas ____
12	Descripción del recurso turístico	8
13	Particularidades distintivas del recurso turístico	
14	Acceso al recurso turístico	a) Terrestre. Especifique _____ b) Aéreo. Especifique _____

		c) Marítimo o fluvial _____
15	Tipo de Acceso al Recurso	Libre ____ Previa presentación de boleto o ticket ____ Semi-restringido (previo permiso) ____ Otro, cuál? _____
16	Época propia	Mencionar si la visita se realiza durante: Todo el Año ____ Esporádicamente-algunos meses _____ _____ Fines de semana _____ Feriados ____ Especificar la fecha _____ HORARIO DE VISITA: _____
17	De los siguientes servicios adicionales con cuales se cuenta dentro del recurso	a) Alojamiento ____ b) Alimentación ____ c) Lugares de esparcimiento ____ Especifique cuáles: _____ _____

ESTANDARES DE GESTION

Evalué de 1 a 5 según su percepción, la gestión realizada en favor del recurso turístico (donde 5 totalmente de acuerdo, 4 de acuerdo, 3 indiferente, 2 en desacuerdo, 1 totalmente en desacuerdo.		1	2	3	4	5
17	Evalúa el estado actual del recurso turístico					
18	Evalúe el estado de los servicios dentro del recurso relacionados con Agua, Desagüe, Luz, Teléfono, Alcantarillado, Señalización					
19	Evalúe el estado de los servicios fuera del recurso relacionados con Agua, Desagüe, Luz, Teléfono, Alcantarillado, Señalización.					
20	Se tiene programas de desinfección y limpieza del recurso					

15	Se tiene programas de control de plagas.					
17	Existen recipientes suficientes, adecuados y bien ubicados e identificados para la recolección de basuras.					
18	En caso de ofrecer alimentos se verifican mediante listas de chequeo las condiciones de manejo, preparación y servicio de alimentos.					
19	Los empleados cuentan con los uniforme y equipos necesarios para la prestación del servicio					
20	El establecimiento cuenta con un plan de emergencia (de desastres naturales, accidentes, aforo permitido, servicios públicos)					
21	El establecimiento tiene plan de manejo ambiental					
22	Cuenta con la señalización requerida por la aseguradora de riesgos profesionales ARP y SNGR: <ul style="list-style-type: none"> ● planos de evacuación detrás de las puertas ● señalización de evacuación ● salida de emergencia y puntos de encuentro. 					
24	Tiene establecido procedimiento para la recepción de pagos electrónicos					
25	Cuenta con servicio de internet para sus clientes.					
SEGUIMIENTO Y ATENCIÓN DEL SERVICIO AL CLIENTE						
29	Indique el número de personas maneja un segundo idioma en su establecimiento					
30	Realiza alguna acción para la fidelización de los clientes como promociones e incentivos	SI_____	NO _____			
31	Realiza capacitaciones al personal	SI_____	NO _____			
32	Si contestó si qué tipo de capacitación					
33	Qué estrategias de motivación tiene para el talento humano	Bonificación Días libres Otros _____ _____				

34	Realiza algún proceso de evaluación y seguimiento del servicio ofrecido a sus clientes	SI_____	NO _____
OBSERVACIONES			
De acuerdo al número de habitaciones ofrecidas y de acuerdo al siguiente rango como se considera			
Pequeño: 2 a 19 habitaciones			
Mediano: 20 a 39 habitaciones			
Grande: 64 a 128 habitaciones			

Muchas gracias por su colaboración

Anexo F. Encuesta dirigida a empresarios que ofrecen servicios de transporte del municipio de Guachucal

INFORMACIÓN GENERAL						
1	Nombre o razón social					
2	Propietario - administrador					
3	Dirección					
4	Página Web					
5	Nro empleados permanentes					
6	Está registrado en cámara de comercio	SI_____	NO _____			
7	Es usted propietario o arrendatario					
8	Este establecimiento pertenece a un gremio del sector turístico	SI_____	NO _____			
9	Si su respuesta fue afirmativa mencione el gremio					
10	En que época del año considera que se presenta mayor actividad turística. (mencionar mes)					
ESTANDARES DE GESTION						
Evalué de 1 a 5 según su percepción, la gestión realizada en favor del recurso turístico (donde 5 totalmente de acuerdo, 4 de acuerdo, 3 indiferente, 2 en desacuerdo, 1 totalmente en desacuerdo.		1	2	3	4	5
11	Vehículo interior: en muy buen estado y limpio.					

12	Vehículo exterior: bien pintado y protegido según las condiciones climáticas de la zona.					
13	Decoración con motivos locales, nombre del vehículo, logos y letreros informativos.					
14	Trato afable, cortés y servicial a los viajeros.					
15	Respetar horarios, evitar retrasos y cumplir con el itinerario prometido al turista.					
16	Acceso a vehículos fácil y en buen estado. Asientos sólidos, confortables y tapizados.					
17	Cabina interior con porta equipaje de mano.					
18	Ventilación, aire acondicionado o calefacción en vehículos cerrados.					
19	Cortinas protectoras en ventanas y lona en cubierta.					
20	Motor en perfecto funcionamiento; ruedas bien mantenidas; repuestos disponibles.					
21	Cinturones de seguridad en vehículos.					
22	Faros adecuados para lluvia o neblina.					
23	Caja de herramientas completa y en buen estado para reparaciones mecánicas y eléctricas.					
24	En perfecta salud, bien alimentadas y con arneses adecuados (caballos, asnos, llamas).					
25	Chofer con licencia profesional, conocimientos de mecánica y entrenamiento en emergencias del vehículo.					
26	Vehículo interior: en muy buen estado y limpio.					
27	Vehículo exterior: bien pintado y protegido según las condiciones climáticas de la zona.					
28	Decoración con motivos locales, nombre del vehículo, logos y letreros informativos.					
27	Trato afable, cortés y servicial a los viajeros.					

28	Respetar horarios, evitar retrasos y cumplir con el itinerario prometido al turista.					
SEGUIMIENTO Y ATENCIÓN DEL SERVICIO AL CLIENTE						
29	Indique el número de personas maneja un segundo idioma en su establecimiento					
30	Realiza alguna acción para la fidelización de los clientes como promociones e incentivos	SI_____	NO _____			
31	Realiza capacitaciones al personal	SI_____	NO _____			
32	Si contesto si qué tipo de capacitación					
33	Qué estrategias de motivación tiene para el talento humano	Bonificación Días libres Otros _____ _____				
34	Realiza algún proceso de evaluación y seguimiento del servicio ofrecido a sus clientes	SI_____	NO _____			
OBSERVACIONES						
Posee carta impresa para sus clientes						
Se realiza control de inventarios de alimentos						
Cuántos empleados están certificados en higiene y manipulación de alimentos o similares						

Anexo G. Encuesta dirigida a guianza turística del municipio de Guachucal

INFORMACIÓN GENERAL	
1	Institución
3	Dirección
4	Página Web
5	Nro empleados permanentes
6	Director o Jefe

ESTANDARES DE GESTION						
Evalué de 1 a 5 según su percepción, la gestión realizada en favor del recurso turístico (donde 5 totalmente de acuerdo, 4 de acuerdo, 3 indiferente, 2 en desacuerdo, 1 totalmente en desacuerdo).		1	2	3	4	5
11	Guías debidamente capacitados, con licencia profesional y acreditación comunitaria.					
12	Presentación y vestimenta adecuadas a la función. Atención y trato afable, cortés y servicial al turista.					
13	Capacidad para comunicar en lengua materna.					
14	Dominio de lengua local y un idioma extranjero.					
15	Autoridad y competencias para guiar grupos.					
16	Cumplir con todo el programa prometido al turista.					
17	Puntualidad: respetar horarios y evitar retrasos.					
18	Prever acompañantes para excursiones largas.					
19	Conocimiento profundo de la cultura local y los ecosistemas de los sitios visitados. Impartir normas de conducta a los visitantes sobre preservación del patrimonio natural y cultural; velar por su estricto respeto.					
20	Disponer de material informativo adecuado y diverso: impresos y audiovisuales.					
21	En perfecta salud, bien alimentadas y con arneses adecuados (caballos, asnos, llamas).					
23	Información y señalización preventiva de riesgos y peligros en senderos y excursiones.					
24	Equipo de seguridad en perfecto estado: comunicación (radio y celular), mapas, brújula, linterna, binoculares.					
25	Seguro de accidentes contratado por el negocio.					
26	Guía bien entrenado para primeros auxilios y emergencias con turistas (accidentes y malestares).					
27	Equipo de primeros auxilios y socorro disponible.					

28	Equipo para uso de turistas limpio y desinfectado: carpas, utensilios, vajilla, botas, acémilas.					
29	Pulcritud de vestimenta e higiene diaria de los guías. Disponer de bolsas para recoger basura y otros usos.					
SEGUIMIENTO Y ATENCIÓN DEL SERVICIO AL CLIENTE						
30	Indique el número de personas maneja un segundo idioma en su establecimiento					
31	Realiza alguna acción para la fidelización de los clientes como promociones e incentivos	SI_____	NO _____			
32	Realiza capacitaciones al personal	SI_____	NO _____			
33	Si contesto si qué tipo de capacitación					
34	Qué estrategias de motivación tiene para el talento humano.	Bonificación Días libres Otros_____				
35	Realiza algún proceso de evaluación y seguimiento del servicio ofrecido a sus clientes	SI_____	NO _____			
OBSERVACIONES						
Posee carta impresa para sus clientes						
Se realiza control de inventarios de alimentos						
Cuántos empleados están certificados en higiene y manipulación de alimentos o similares						

Anexo H. Correo de la cámara de comercio de Ipiales con estados financieros de los establecimientos de Guachucal Nariño.



Julián David Rendón Ordoñez
Auxiliar Digitalizador de Registro Público
Cámara de Comercio de Ipiales
Carrera 11 No. 15-28
Teléfono: [7734247](tel:7734247) Ext. 106
Ipiales-Nariño

-  3581.pdf
-  5644.pdf
-  11352.pdf
-  18338.pdf
-  19358.pdf
-  37888.pdf
-  40980.pdf
-  50054.pdf
-  51513.pdf

 <p>UNIVERSIDAD CESMAG NIT: 800.109.387-7 VIGILADA MINEDUCACIÓN</p>	CARTA DE ENTREGA TRABAJO DE GRADO O TRABAJO DE APLICACIÓN – ASESOR(A)	CÓDIGO: AAC-BL-FR-032
		VERSIÓN: 1
		FECHA: 09/JUN/2022

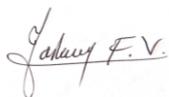
San Juan de Pasto, 4 de septiembre de 2025

Biblioteca
REMIGIO FIORE FORTEZZA OFM. CAP.
Universidad CESMAG
Pasto

Saludo de paz y bien.

Por medio de la presente se hace entrega del Trabajo de Grado denominado **Identificación de las capacidades de desarrollo turístico desde el eje estratégico financiero en el municipio de Guachucal, ubicado en la zona de frontera de Colombia Ecuador**, presentado por los autores Daniel Felipe Florez Cuastumal y Yudi Melissa Rodríguez Valencia del Programa Académico Contaduría Pública al correo electrónico biblioteca.trabajosdegrado@unicesmag.edu.co. Manifiesto como asesora, que su contenido, resumen, anexos y formato PDF cumple con las especificaciones de calidad, guía de presentación de Trabajos de Grado o de Aplicación, establecidos por la Universidad CESMAG, por lo tanto, se solicita el paz y salvo respectivo.

Atentamente,



Marleny Cecilia Farinango Vivanco
CC 59816466
Contaduría Pública
3008162774
mcfarinango@unicesmag.edu.co

 UNIVERSIDAD CESMAG <small>NIT: 800.109.387-7 VIGILADA MINEDUCACIÓN</small>	AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE GRADO O TRABAJOS DE APLICACIÓN EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL	CÓDIGO: AAC-BL-FR-031
		VERSIÓN: 1
		FECHA: 09/JUN/2022

INFORMACIÓN DEL (LOS) AUTOR(ES)	
Nombres y apellidos del autor: Daniel Felipe Florez Cuastumal	Documento de identidad: 1233189222
Correo electrónico: Felipe079624@gmail.com	Número de contacto: 3238893178
Nombres y apellidos del autor: Yudi Melissa Rodriguez Valencia	Documento de identidad: 1085308178
Correo electrónico: Valery.13@outlook.com	Número de contacto: 3217055880
Nombres y apellidos del autor:	Documento de identidad:
Correo electrónico:	Número de contacto:
Nombres y apellidos del autor:	Documento de identidad:
Correo electrónico:	Número de contacto:
Nombres y apellidos del asesor: Marleny Cecilia Farinango Vivanco	Documento de identidad: 59.816.446
Correo electrónico: mcfarinango@unicesmag.edu.co	Número de contacto: 3008162774
Título del trabajo de grado: Identificación de las capacidades de desarrollo turístico desde el eje estratégico financiero en el municipio de Guachucal, ubicado en la zona de frontera de Colombia Ecuador	
Facultad y Programa Académico: Ciencias administrativas y contables Contaduría Pública	

En mi (nuestra) calidad de autor(es) y/o titular (es) del derecho de autor del Trabajo de Grado o de Aplicación señalado en el encabezado, confiero (conferimos) a la Universidad CESMAG una licencia no exclusiva, limitada y gratuita, para la inclusión del trabajo de grado en el repositorio institucional. Por consiguiente, el alcance de la licencia que se otorga a través del presente documento, abarca las siguientes características:

- a) La autorización se otorga desde la fecha de suscripción del presente documento y durante todo el termino en el que el (los) firmante(s) del presente documento conserve(mos) la titularidad de los derechos patrimoniales de autor. En el evento en el que deje(mos) de tener la titularidad de los derechos patrimoniales sobre el Trabajo de Grado o de Aplicación, me (nos) comprometo (comprometemos) a informar de manera inmediata sobre dicha situación a la Universidad CESMAG. Por consiguiente, hasta que no exista comunicación escrita de mi(nuestra) parte informando sobre dicha situación, la Universidad CESMAG se encontrará debidamente habilitada para continuar con la publicación del Trabajo de Grado o de Aplicación dentro del repositorio institucional. Conozco(conocemos) que esta autorización podrá revocarse en cualquier momento, siempre y cuando se eleve la solicitud por escrito para dicho fin ante la Universidad CESMAG. En estos eventos, la Universidad CESMAG cuenta con el plazo de un mes después de recibida la petición, para desmarcar la visualización del Trabajo de Grado o de Aplicación del repositorio institucional.

 <p>UNIVERSIDAD CESMAG NIT: 800.109.387-7 VIGILADA MREDCACIÓN</p>	AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE GRADO O TRABAJOS DE APLICACIÓN EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL	CÓDIGO: AAC-BL-FR-031
		VERSIÓN: 1
		FECHA: 09/JUN/2022

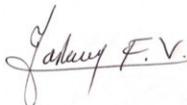
- b) Se autoriza a la Universidad CESMAG para publicar el Trabajo de Grado o de Aplicación en formato digital y teniendo en cuenta que uno de los medios de publicación del repositorio institucional es el internet, acepto(amos) que el Trabajo de Grado o de Aplicación circulará con un alcance mundial.
- c) Acepto (aceptamos) que la autorización que se otorga a través del presente documento se realiza a título gratuito, por lo tanto, renuncio(amos) a recibir emolumento alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y/o cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente autorización y de la licencia o programa a través del cual sea publicado el Trabajo de grado o de Aplicación.
- d) Manifiesto (manifestamos) que el Trabajo de Grado o de Aplicación es original realizado sin violar o usurpar derechos de autor de terceros y que ostento(amos) los derechos patrimoniales de autor sobre la misma. Por consiguiente, asumo(asumimos) toda la responsabilidad sobre su contenido ante la Universidad CESMAG y frente a terceros, manteniéndola indemne de cualquier reclamación que surja en virtud de la misma. En todo caso, la Universidad CESMAG se compromete a indicar siempre la autoría del escrito incluyendo nombre de(los) autor(es) y la fecha de publicación.
- e) Autorizo(autorizamos) a la Universidad CESMAG para incluir el Trabajo de Grado o de Aplicación en los índices y buscadores que se estimen necesarios para promover su difusión. Así mismo autorizo (autorizamos) a la Universidad CESMAG para que pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.

NOTA: En los eventos en los que el trabajo de grado o de aplicación haya sido trabajado con el apoyo o patrocinio de una agencia, organización o cualquier otra entidad diferente a la Universidad CESMAG. Como autor(es) garantizo(amos) que he(hemos) cumplido con los derechos y obligaciones asumidos con dicha entidad y como consecuencia de ello dejo(dejamos) constancia que la autorización que se concede a través del presente escrito no interfiere ni transgrede derechos de terceros.

Como consecuencia de lo anterior, autorizo(autorizamos) la publicación, difusión, consulta y uso del Trabajo de Grado o de Aplicación por parte de la Universidad CESMAG y sus usuarios así:

- Permiso(permitimos) que mi(nuestro) Trabajo de Grado o de Aplicación haga parte del catálogo de colección del repositorio digital de la Universidad CESMAG por lo tanto, su contenido será de acceso abierto donde podrá ser consultado, descargado y compartido con otras personas, siempre que se reconozca su autoría o reconocimiento con fines no comerciales.

En señal de conformidad, se suscribe este documento en San Juan de Pasto a los 4 días del mes de septiembre del año 2025

 Firma del autor	 Firma del autor
Nombre del autor: Yudi Melissa Rodriguez Valencia	Nombre del autor: Daniel Felipe Florez Cuastumal
Nombre del autor:	Nombre del autor:
 <hr/> Marleny Farinango Vivanco asesora	



UNIVERSIDAD
CESMAG
NIT: 800.109.387-7
VIGILADA MINEDUCACIÓN

**AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE
GRADO O TRABAJOS DE APLICACIÓN EN
REPOSITORIO INSTITUCIONAL**

CÓDIGO: AAC-BL-FR-031

VERSIÓN: 1

FECHA: 09/JUN/2022