

ISTE SCIENTIST

Revista de Ciencia, Tecnología e Innovación

Volúmen 1, Número 02 (julio - diciembre 2022)

ISTE
THE SUPERIOR TECHNOLOGICAL UNIVERSITY OF SPAIN
Desde 1983

TECNOLÓGICO SUPERIOR
UNIVERSITARIO **ESPAÑA**



ISTE

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO ESPAÑA

ISTE SCIENTIST

Revista de Ciencia, Tecnología e Innovación

**INSTITUTO SUPERIOR
TECNOLÓGICO ESPAÑA**

Épsilon Meléndez
RECTOR

Héctor Meléndez
PRESIDENTE DEL CONSEJO DE REGENTES

COMITÉ EDITORIAL

Director General:

Ing. Épsilon Meléndez Romo. M.Sc.

E-mail: epsilon.melendez@iste.edu.ec

Director Editorial:

Ing. Ab. Frankz Carrera Calderón. M.Sc.

E-mail: frankz.carrera@iste.edu.ec

Editora Adjunta:

Econ. Alisva Cárdenas-Pérez, Ph.D.

E-mail: alisva.cardenas@iste.edu.ec

Asesor de Contenidos:

Ing. Luis Chávez M.Sc.

E-mail: asesoria@iste.edu.ec

Consejo Editorial Interno

Ing. Héctor Meléndez M.Sc. Instituto Tecnológico Superior Universitario España

Ing. Diego Molina M.Sc. Instituto Tecnológico Superior Universitario España

Dra. Ana Guédez Ph.D. Instituto Tecnológico Superior Universitario España

Ing. Andrés López, M.Sc., Instituto Tecnológico Superior Universitario España

Dr. Víctor Reinoso, Ph.D., Instituto Tecnológico Superior Universitario España

Ing. Wladimir Tenecota, M.Sc., Instituto Tecnológico Superior Universitario España

Ing. Eduardo Fernández. Ph.D., Instituto Superior Tecnológico España ISTE.

Ing. Tannia Huertas. Ph.D., Instituto Superior Tecnológico España ISTE.

Ing. Walter Navas. Ph.D., Instituto Superior Tecnológico España ISTE.

Ing. Diego Bonilla, M.Sc., Instituto Superior Tecnológico España ISTE.

Ing. Freddy Lalaleo, M.Sc., Instituto Superior Tecnológico España ISTE.

Ing. Ernesto Jara, M.Sc., Instituto Superior Tecnológico España ISTE.

Ing. Christian Meléndez, Instituto Tecnológico Superior Universitario España

Dr. Juan Álvarez, Ph.D., Instituto Tecnológico Superior Universitario España



Consejo Editorial Externo

Econ. Tangya Tandazo, Ph.D., CACES, Ecuador

Dr. Ramón Rueda Ph.D., Universidad de León, España

Ing. Roberto Giordano Lerena M.Sc., Universidad FASTA, Argentina

Ing. Fernando Uyaguari Ph.D., Universidad del Azuay, Ecuador

Ing. Juan Pablo Carvallo Ph.D., CEDIA, Ecuador

Dr. Mario Chauca Saavedra, Ph.D., Universidad Ricardo Palma, Perú

Dr. Henry Chero. Ph.D., Universidad Católica de Chimbote, Perú

Dr. Raúl Comas Ph.D., UNIANDES, Ecuador

Dr. Lenin Guerra, Ph.D., Universidad de Medellín, Colombia

Dr. Heiberg Castellanos, Ph.D., Universidad de Los Andes, Venezuela

Econ. Leonardo Izquierdo, Ph.D., UTPL, Ecuador

Lic. Edison Cabezas, M.Sc., ESPE, Ecuador

Ing. Victor Hugo Andaluz, Ph.D., ESPE, Ecuador

Econ. Guadalupe Mácas, Ph.D., Servicio de Rentas Internas, Ecuador

Ing. Janio Jadan, Ph.D., Universidad Indoamérica, Ecuador

Ing. Fernando Caicedo Ph.D., Universidad Técnica del Norte, Ecuador

Ing. Wladimir Chacón Ph.D., Universidad de Carabobo, Venezuela

Ing. Cesar Guevara Ph.D., Universidad Complutense de Madrid, España

Ing. Alina Pascual Ph.D., Universidad Iberoamericana UNINI, México

Dr. C. Maile Salgado Cruz Ph.D., Universidad de Matanzas, Cuba

Dr. C. Annaika Abad Alonso Ph.D., Universidad de Matanzas, Cuba

Dr. C. Pilarín Baujín Pérez, Ph.D., Universidad de Matanzas, Cuba

Phd. Roberto López López, Ph.D., UNIANDES, Ecuador

Dr. Juan José Llovera González, Ph.D., Universidad Tecnológica de La Habana “José Antonio Echeverría” (cujae) La Habana, Cuba

Dr. Tomas Espinosa Achong, Ph.D., Universidad de Matanzas “Camilo Cienfuegos” Matanzas, Cuba

Dr. Eliseo Suárez García, Ph.D., Universidad de Matanzas “Camilo Cienfuegos” Matanzas, Cuba



EDITORIAL

La investigación para que tenga impacto, debe ser publicada. Por tanto el rol del docente investigador se complementa con el rol de las instituciones que apuestan por la creación de revistas científicas que generen espacios no solo para la difusión de la ciencia sino también, para la discusión, contrastación y construcción de la misma. En este sentido, el Instituto Superior Tecnológico España, ha puesto especial esmero en llevar a su alma máter a investigadores que, mediante su formación y conocimientos, constituyen uno de los pilares fundamentales que permitirán que esta importante Institución Educativa de nivel superior en Ecuador, sea uno de los referentes más importantes no solo a nivel nacional sino también de Latinoamérica. Por tanto, en esta segunda entrega, contamos con el aporte de cinco artículos dirigidos por Doctores y Doctorantes, que mediante sus proyectos de investigación aportan a la generación de conocimiento relevante y útil, en donde sus resultados pretenden recibir el feedback necesario para la propuesta de soluciones factibles a los problemas presentados y que deben ser apoyados por las instituciones educativas, Gobierno y organizaciones internacionales para llegar a los sectores marginados de la sociedad.

Esperamos que las investigaciones presentadas en este número sean de beneficio de todos nuestros lectores y se divulguen entre sus colegas y estudiantes. Con esto, cumpliendo con nuestra alma máter y haciendo un esfuerzo en la difusión nacional e internacional de los diferentes artículos, ponemos a su entera disposición esta publicación e invitamos a otros investigadores a publicar sus investigaciones en nuestra revista.

Ing. Frankz Carrera, M.Sc.

**Director de la Unidad de Investigación
Instituto Superior Tecnológico España**



ÍNDICE

TEMA

Páginas

Jhimy Omar Manotoa-Mejía, María José Auz-Carvajal, Alex Adrian Ayala-Cadena

1-17

Investigación del sector floricultor y su impacto en el desarrollo económico del Ecuador:
Investigation of the floriculture sector and its impact on the economic development of
Ecuador

PDF

FLIPBOOK

AUDIO

Luis Patricio Illapa-Sánchez, Ismael Alexander Cando-Morejon, Nixon Joel Espín-Salambay

18-38

La Planificación Estratégica en la literatura científica en el periodo 2017 - 2022: Strategic
Planning within the scientific literature in the period 2017 – 2022

PDF

FLIPBOOK

AUDIO

Isabel Regina Armas-Heredia, Luis David Moreano-Martínez, Joselyn Brigitte Guanoluisa-Salazar

39-81

Análisis financiero basado en los incentivos tributarios de las actividades del sector Turístico
y Hotelero de la provincia de Cotopaxi: Análisis financiero basado en los incentivos
tributarios de las actividades del sector Turístico y Hotelero de la provincia de Cotopaxi

PDF

FLIPBOOK

AUDIO

Luis David Moreano-Martínez, Isabel Regina Armas-Heredia, Darwin Patricio Villacis-Yanez

82-97

La Fiscalidad local y su aporte en el crecimiento del sector turístico y hotelero de la provincia
de Pastaza: Local taxation and its contribution to the growth of the tourism and hotel sector
in the Pastaza's province

PDF

FLIPBOOK

AUDIO



Revista ISTE Scientist
Vol. 1 Núm. 2 (2022). pp. 1-17
Instituto Tecnológico Superior España
ISSN: 2953-6618
Tipo: Artículo Científico



Como citar: Manotoa-Mejía, J. O., Auz-Carvajal, M. J., & Ayala-Cadena, A. A. (2022). Investigación del sector floricultor y su impacto en el desarrollo económico del Ecuador. *ISTE SCIENTIST*, 1(02), 1-17. <https://revistas.iste.edu.ec/index.php/reviste/article/view/11>

Investigación del sector floricultor y su impacto en el desarrollo económico del Ecuador

Manotoa Mejía Jhimy Omar

endercarrasqueroster@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-7574-3023>
Universidad Técnica de Cotopaxi
Latacunga, Ecuador

Auz Carvajal María José

mjauz5@espe.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-3092-7814>
Universidad de las Fuerzas Armadas-ESPE
Sangolquí, Ecuador

Ayala Cadena Alex Adrian

aaayala6@espe.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-8084-1824>
Universidad de las Fuerzas Armadas-ESPE
Sangolquí, Ecuador

Recibido:18-07-2022 / **Aceptado:**04-11-2022 / **Publicado:**31-12-2022

Resumen

Las flores ecuatorianas es un producto con una alta demanda en los mercados mundiales. Explicaciones técnicas señalan que, por el hecho de que se cultivan en áreas de influencia de la línea equinoccial, las flores de Ecuador logran un colorido muy marcado y original. El sector florícola representa un pilar fundamental para el desarrollo económico y social, ya que es una industria fuerte, que permite crear divisas para el país, entre los principales mercados que exporta Ecuador está la Unión Europea, Rusia, Canadá, Ucrania, Estados Unidos etc. Para esta investigación se ha realizado búsquedas

bibliográficas de artículos relacionados con el tema, siendo una investigación tipo descriptiva, explicativa y documental empleando un método inductivo y deductivo. El objeto de estudio es el impacto del desarrollo económico ecuatoriano en el sector floricultor, detallando problemáticas recientes como el paro nacional desarrollado en octubre del 2018, en inicios del 2019 la pandemia por la COVID 19 y finalmente el conflicto político entre Rusia y Ucrania; el 45 % de las exportaciones de flores van al mercado euroasiático, del que reciben 70 millones de dólares al año y el conflicto ha impedido enviar las flores. Las estrategias empleadas por Ecuador en la exportación de flores han permitido la conquista de nuevos mercados actualmente Ecuador exporta a más de 100 países alrededor del mundo.

Palabras clave: Investigación, Sector Floricultor, Desarrollo económico, Ecuador.

Investigation of the floriculture sector and its impact on the economic development of Ecuador

Abstract

Ecuadorian flowers are a product with a high demand in world markets. Technical explanations point out that, due to the fact that they are grown in areas of influence of the equinoctial line, the flowers of Ecuador achieve a very marked and original color. The floricultural sector represents a fundamental pillar for economic and social development, since it is a strong industry, which allows the creation of foreign currency for the country, among the main markets that Ecuador exports is the European Union, Russia, Canada, Ukraine, United States, etc. For this research, bibliographic searches of articles related to the subject have been carried out, being a descriptive, explanatory and documentary type of research using an inductive and deductive method. The object of study is the impact of Ecuadorian economic development in the flower sector, detailing recent problems such as the national strike developed in October 2018, in early 2019 the Covid 19 pandemic and finally the political conflict between Russia and Ukraine; 45% of flower exports go to the Eurasian market, from which they receive 70 million dollars a year and the conflict has prevented the flowers from being sent. The strategies used by Ecuador in the export of flowers have allowed the conquest of new markets. Ecuador currently exports to more than 100 countries around the world.

Keywords: Research, Floriculture Sector, Economic development, Ecuador.

Introducción

A partir de los años 90 el sector florícola del Ecuador comienza a desarrollar un dinamismo en los cultivos de producción de flores para su exportación convirtiéndose hoy en día en uno de los principales motores del comercio exterior que aporta significativamente a la economía ecuatoriana. El sector floricultor es el arte de sembrar y cosechar flores que se utiliza para decoraciones a nivel mundial, la demanda de flores se incrementa en épocas de celebridades. Esto ha ocasionado un determinante desarrollo económico del país.

Las flores que se cultivan en Ecuador alcanzan una autenticidad única en el mercado mundial, por su variedad existente, belleza y calidad de producción. Gracias al factor climático del país que ayuda a la producción de flores de manera favorable, ya que otorga al cultivo de la flor características únicas como los colores naturales vivos.

Ecuador cuenta con una gran variedad y riqueza de productos agropecuarios de gran dimensión y se ha determinado muy importante para el desarrollo económico del país. Con lo expuesto anteriormente denota la importancia de abarcar sobre la temática del sector floricultor y el impacto de este en la economía ecuatoriana, planteando como problemática principal de estudio la investigación sobre la exportación de flores para el aporte a la economía y por ende al PIB.

Además de ser un tema de relevancia tanto económica como social, la realización de esta investigación y su publicación será de gran aporte para el entorno floricultor que permita brindar información de interés en aras de implementar nuevos mercados internacionales.

El presente tema posee varios estudios previos entorno a la misma temática como se los detalla a continuación.

En el año 1982 nace la primera empresa floricultora con visiones de exportación. Para el año 1984, el 22 de noviembre se incorpora en el Registro General de Asociaciones del Ministerio de Agricultura y Ganadería la Asociación de Productores de Flores del Ecuador, EXPOFLORES con el propósito de adquirir capital a través de la Corporación Financiera Nacional (CFN). (Toaquizza & Jumbo, 2017).

Este proceso de floricultura creció rápidamente gracias a las condiciones del clima que son muy favorables, por lo que Ecuador se encuentra sobre la Cordillera de los Andes. Logrando actualmente que Ecuador cuente con un importante porcentaje de empresas florícolas dedicadas al cultivo y a la exportación de las mismas.

La Asociación Nacional de Productores y Exportadores de Flores del Ecuador conocida como Expoflores tiene como finalidad de ayudar y unir al sector floricultor del país mediante representación gremial, capacitación y promoción a mercados internacionales de la flor ecuatoriana dándoles valor agregado a esta. (Toaquiza & Jumbo, 2017).

El sector florícola ecuatoriano es una de las principales fuentes de trabajo especialmente para la región sierra. Ya que por cada hectárea de cultivo se requieren al menos de 10 a 11 trabajadores. También es uno de los sectores que fomenta la equidad de género entre hombres y mujeres cerca del 50% de cada uno. (Contreras & López, 2021).

“Para el año 2005 Expoflores crea FlorEcuador Certified®, como un esquema de Certificación Socio- Ambiental para empresas de producción y/o exportación, comercialización y/o venta de flores del Ecuador.” (Expoflores, 2020).

Lo que permite cumplir estándares nacionales como internacionales, aumentando la competitividad del producto de flores en el mercado internacional añadiendo un valor agregado por el cumplimiento de estándares sociales y ambientales exigidos.

“Buscando aumentar procesos con una perspectiva sustentable que se refleje en beneficios económicos, ambientales y sociales en las diferentes empresas productoras, trabajadores y el consumidor final.” (Expoflores, 2020). De acuerdo con Expoflores, (2020). “La actualización a la V3.1 responde a la necesidad de ajustar los procesos de la realidad actual para apoyar en la gestión de las empresas florícolas para salvaguardar la salud y seguridad de sus colaboradores durante sus actividades diarias.” (s.n)

Las flores ecuatorianas son reconocidas como un producto con una demanda a nivel mundial en todos mercados, esto debido a que el país se encuentra en la línea equinoccial logrando un colorido muy marcado y original en las flores con un periodo largo de maduración, una calidad determinante. En China por ejemplo llega a valer 20 dólares cada rosa ecuatoriana. Considerando meses de alta demanda como enero y febrero por San Valentín donde los mercados asiáticos, de Europa y Estados Unidos elevan sus compras. (El Telégrafo, 2019).

Teniendo en cuenta que un tercio de la vida útil de las flores cortadas está influenciada por el ambiente previo de la cosecha, mientras los otros dos tercios dependen del manejo y las condiciones de postcosecha, por lo cual es imperativo integrar procesos más innovadores.

El uso de fungicidas en postcosecha es muy importante en las rosas y además de presentar menor afección de Botritis cinérea, es una de las principales enfermedades que afecta los tallos.

El desconocimiento de cada procesos de las normas de calidad de las rosas ecuatorianas para la exportación, ocasiona que los productores y distribuidores no se arriesguen a realizar grandes negocios con empresarios extranjeros, por lo tanto prefieren comercializar solo a nivel nacional; con las normas que facilitara el comercio de vendedores y compradores, que son elaboradas por un proceso de consenso que involucra a las partes interesadas, como son las empresas, asociaciones y los organismos de normalización. (ISO, 2019)

Los pedidos son cada vez más exigentes y cumplir estos estándares de calidad es uno de los retos más importantes para el sector de la floricultura, además cuando el valor comercial depende sus cualidades estéticas de la flor que se puedan mantenerse en el tiempo.

Este escenario es fundamental a la competitividad, los productos deben innovar en sus procesos en toda la cadena de valor desde el cultivo hasta su llegada al usuario final, teniendo en cuenta el tiempo en que la flor dure.

Es importante las divisas que genera este sector para el Ecuador ya que un sector con alta reputación en el mundo, el cultivo y exportación de flores tiene un impacto positivo en el desarrollo económico y social del país. Convirtiéndose una alta competitividad muy fundamental, sobre todo para mantener las cualidades comerciales de la flor, de cual el precio es determinado por su decorativo en el punto de venta y no en la cosecha.

Según la corporación Financiera Nacional, (2020), en el “año 2020 existieron 237 empresas que se dedicaron al cultivo de flores, de las cuales la mayoría se encontró situada en la provincia de Pichincha 73%”

Del mismo modo “para el año 2020, la superficie cosechada de flores en Ecuador fue de 4,930 hectáreas, abarcando una producción de 3,799,94 millones de tallos” (Corporación Financiera Nacional, 2020)

Entre los principales mercados que importa Ecuador está la Unión Europea, Rusia, Canadá, Ucrania, Estados Unidos etc.

El comportamiento de consumo en los mercados y países es de forma cultural, por ejemplo, en los mercados de Rusia tiene una marcada preferencia por las flores con grandes botones, abiertos, tallos gruesos y largos, en cambio Europa Central los mercados prefieren arreglos florales anaranjados y rosados y en Asia la gypsophila es la más cotizada. También existen preferencias a nivel mundial

que se mencionan: Flores orgánicas, con certificación para la producción sostenible y un comercio Justo. (Toaquiza & Jumbo, 2017).

El sector florícola representa un pilar fundamental para el desarrollo económico y social, ya que es una industria fuerte, que permite crear divisas en varios países desarrollados y en vías de desarrollo. El comercio exterior permite exportar los productos de cada país a nivel mundial permitiendo a este un desarrollo económico y una participación frente a mercados internacionales, aumentando la competitividad y creación de relaciones comerciales. (Cedillo, 2021).

Ecuador ha registrado una gran apertura internacional por los consumidores por ser un país con un clima apto para la agricultura y de gran diversidad natural, pero también por la estrategia comercial empleada en el sector floricultor, por poseer productores capacitados y gran variedad de producción de flores. (Andrade & Mosquera, 2018).

Ecuador exporta alrededor de 120 millones en varias variedades de flores a Ucrania, Bielorrusia y, en especial, a Rusia. Siendo el tercer destino de las flores nacionales ecuatorianas, luego de Estados Unidos y la Unión Europea. Solo por la festividad del Día de la Mujer se envían flores por un valor aproximado de USD 20 millones. (Astudillo, 2022)

En el Ecuador las flores en los últimos años representan un crecimiento económico importante del país, permitiendo la creación plazas de trabajo con un total 28,775 empleos, siendo el 34% correspondiente a MiPymes en el 2020, primordialmente en la provincia de Pichincha ya que representa el 73% de la producción de flores seguido de la provincia de Cotopaxi con un 12% de la producción (corporación Financiera Nacional, 2020).

La evolución del comercio exterior ecuatoriano ha sido efectiva, posicionando al sector floricultor como uno de los principales productos de exportación, permitiendo la apertura comercial con el resto del mundo y por ende una de las principales contribuciones al Producto interno Bruto. Entre los principales países exportadores están Estados Unidos, Rusia, Holanda, etc., que tienen un alto poder adquisitivo. (Cedillo, et al, 2021).

Según el Banco central del Ecuador (2020), "Entre los años 1990 a 2019, las exportaciones no petroleras ocuparon el 55% de participación promedio anual de las exportaciones totales (USD 181,744 millones). En este periodo, del total de las exportaciones no petroleras, las tradicionales representaron el 54% (USD 98,136 millones) y las no tradicionales tuvieron una participación del 46% (USD 83,607 millones)"

De acuerdo con Sánchez et al., (2020), "Las exportaciones nacionales se componen de productos primarios e industrializados. Las primarias representan el 79,8% del total, dentro de este grupo se encuentran las flores naturales. Este subproducto representó casi el 5% del total de exportaciones primarias del año 2019."

Del total de la producción nacional de flores un 4% es para consumo nacional, y el 96% para exportaciones en base a datos del SRI del año 2019. Las rosas y las gypsophilas son las variedades de rosas más exportadas con el 81.3% total de exportaciones en 2019 pero también exportan variedades como lirios, miniatura, alstroemeria, azucenas, áster, gerbera, pompones, orquídeas, follaje, hojas, ramas, y demás partes de flores. (Sánchez et al., 2020).

Según la Corporación Financiera Nacional, (2020), La exportación de flores se encuentra en el segundo puesto de aporte al desarrollo económico con un 0.82 % para el producto interno Bruto en el año 2020.

Las estrategias empleadas por Ecuador en la exportación de flores han permitido la conquista de nuevos mercados actualmente Ecuador exporta a más de 100 países alrededor del mundo. Sin embargo, la competitividad a nivel mundial es cuantiosa encontrando como principales competidores a nivel mundial a: Holanda, Colombia, Etiopia y Kenia.

Holanda representa cerca del 80 % de la exportación de flores a nivel mundial. Su estrategia empleada es la subasta permitiendo obtener mejores precios de sus productos. (Andrade & Mosquera, 2018).

Colombia evidencia alta competitividad debió a factores como la devaluación de peso colombiano, mano de obra barata para producción de flores permitiéndoles ofrecer sus productos a menor precio. Lo que ha conllevado al productor ecuatoriano a bajar el precio de su producto. (Andrade & Mosquera, 2018).

Etiopia se ha convertido en un país de gran interés internacional con tener tierras cultivables y climas que favorecen la producción de flores para su posterior exportación. (Andrade & Mosquera, 2018).

Finalmente encontramos a Kenia visualizándolo como un potencial productor de flores, por su mano de obra barata donde la remuneración básica es de \$60 a \$150 dólares mensuales, así como también por su ubicación geográfica que contribuye a reducir costos en transporte hacia los principales exportadores a nivel mundial. (Andrade & Mosquera, 2018).

En los últimos años el sector florícola esta atravesado varios escenarios complicados esto debido al paro nacional en octubre del 2018 y para inicios del

2019 la pandemia por Covid 19 y finalmente el conflicto político entre Rusia y Ucrania.

En este sentido la corporación Financiera Nacional (2020), detalla que “en el año 2019 la producción de flores aumentó en 4% respecto al 2018; mientras que, para el año 2020 se presentó una caída del 25% de la producción frente al 2019.”

“En el año 2020, el sector de las flores exportó \$827.14 MM de FOB, evidenciándose una caída del 6% respecto al 2019” (Corporación Financiera Nacional, 2020).

Según Expoflores, (2022). En 2021 las exportaciones no petroleras no mineras presenten un incremento del 14,2% frente a 2020, las exportaciones de flores ecuatorianas registraron USD 800 millones para 2021 con un crecimiento del 12.1 % en referencia al 2020.

Las exportaciones hacia Rusia se concentran en banano (70%); camarón (14%); y flores (10%). Siento estos sectores los más afectados y que según Fedexport, calculan pérdidas por USD 85 millones en lo que va del año. (Tapia, 2022).

Considerando que el 45% de exportaciones de flores son para el mercado euroasiático de donde reciben un valor de ingresos de 1.200 millones de dólares al año, pero esto se ha visto afectado en los últimos días por desembolsos pendientes y por problemas en envíos

Se registra incertidumbre en más de 400 empresas floricultoras del país, por el tiempo de duración de dicho conflicto y tener la certeza de tener las mismas cantidades de exportaciones anteriores. (Jacome, 2022).

El sector florícola ecuatoriano se une a los que afrontan ya el impacto del conflicto ruso- ucraniano por la paralización de las exportaciones. Según números expuestas por Alejandro Martínez, presidente ejecutivo de la Asociación Nacional de Productores y Exportadores de Flores del Ecuador (Expoflores), hasta el mes de febrero la deuda de los compradores de Rusia y Ucrania a la floricultura del Ecuador era de \$ 33 millones. (Expoflores, 2020).

Según números de Expoflores, durante los meses de febrero y mayo por festividades como San Valentín, Día de la Mujer y el Día de la Madre, en promedio el sector floricultor destina \$70 millones hacia los países eurasiáticos equivalente al 40% de sus ventas anuales en estos mercados.

El mercado ruso es importante para el país que se posiciono como el primer exportador de flor a los destinos en el año 2021, donde se representa aproximadamente el 15% de exportación

Inés Ortiz, gerente de la empresa Quito Inor Flowers, ubicada en Pastocalle de la provincia de Cotopaxi, asegura que actualmente la empresa y muchas del sector están imposibilitadas de cobrar a los clientes. La vicepresidenta de la Corporación de Floricultores del Sur cataloga la situación como crítica al asegurar que el despacho para el día de la Mujer se alcanzó a hacer y que entre enero y febrero se factura entre el 30% y el 35% total anual.

Una parte de sus clientes, lo dejaron en Holanda por que las ventas lo realizan con semanas de anticipación.

En el caso de Ucrania las exportaciones están totalmente paralizadas y con Rusia se está tratando de ver alguna opción para poder sobrellevar las sanciones económicas, se suma la devolución de la moneda, el rublo que le quita poder adquisitivo.

El 8 de marzo es una fecha festiva más rentables en Rusia ya que es el Día de la Mujer. El principal obsequio son las flores; En especial son las rosas. (Astudillo, 2022)

El 70% de la producción que reciben es desde el extranjero y nuestro país Ecuador es uno de los principales proveedores. Por eso, el impacto del conflicto dado entre Rusia y Ucrania afecta de forma directa al exportador. (El comercio, 2022).

Por todo lo detallado la hipótesis de estudio que se plantea es en entorno a la búsqueda de nuevos mercados internacionales de exportación y si esto ayudara a la economía ecuatoriana.

Metodología

El presente estudio es determinar el papel que han tenido las exportaciones de flores en la economía del Ecuador como un eje fundamental de desarrollo económico, además las exportaciones de flores han permitido el desarrollo de una clase agroexportadora. Dado esto se pretende conocer a fondo los pormenores de las exportaciones, dando el crecimiento económico que es de vital importancia para la concepción de la política pública y la planeación gubernamental.

Este análisis tuvo un enfoque cuantitativo, sus resultados fueron en base a datos tomados de fuentes secundarias, por lo que el diseño de la investigación utilizado fue no experimental. También la investigación fue de tipo descriptiva, explicativa y documental; utilizó los métodos inductivo y deductivo. La recolección de datos se dio por medio de una revisión documental de las 2 fuentes oficiales de estadísticas macroeconómicas como: Banco Central del

Ecuador, Ministerio de comercio exterior, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de agricultura y ganadería.

- La investigación es descriptiva, pues presenta las características del sector floricultor, la producción, los productores, las provincias en donde se concentran los cultivos y como este aporta a la economía ecuatoriana, así como el empleo de instrumentos como una encuesta cerrada que permitió tener referencia del tema investigado dentro de un marco y tiempo específico.
- La investigación es explicativa o causal, porque permite relacionar las exportaciones de flores ecuatorianas con el desarrollo económico y social de Ecuador. Además, se fundamenta con dato estadísticos sobre el sector floricultor y su aporte a la economía ecuatoriana obtenida de fuentes oficiales.
- La investigación es documental ya que revisa la información de otros autores y estadísticas de los organismos públicos y privados para poder comprender el estado actual del sector floricultor y realizar el análisis descriptivo y causal.
- Método inductivo: Se utilizó el método inductivo, pues a partir de los resultados que se obtiene en este análisis se podrá explicar de forma clara sobre el comercio internacional y su crecimiento económico.
- Método deductivo: También se utilizó el método deductivo, es decir se partió de los postulados generales del crecimiento económico para explicar el impacto de las exportaciones de flores en la economía ecuatoriana.

Resultados

La población es finita, es decir que conocemos el total de la población con una formula:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{d^2 * N - 1 + Z^2 * p * q}$$

- Población = 422
- Z= 422
- Z=1.96 (seguridad 95)
- p= 0.05
- q= 1- p
- d= precision (5%)

$$n = \frac{422 * 3.8416 * 0.05 * 0.95}{0.009 * 421 + 3.8416 * 0.05 * 0.95}$$

$$n = \frac{422 * 3.8416 * 0.05 * 0.95}{3.789 + 3.8416 * 0.00475}$$

$$n = \frac{77.0048}{3.8072}$$

$$n = 20$$

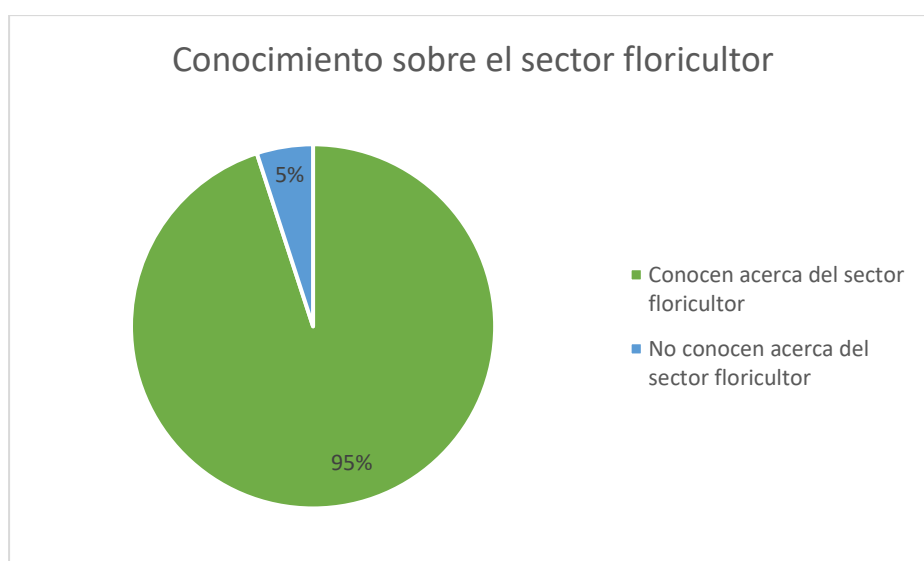
Muestra de los resultados

- Población: 422
- Muestra: n= 22
- Con el 95% de seguridad y el 5% de error.

En la figura 1 se observa que gran porcentaje de los encuestados conocen acerca del sector floricultor, hecho que se atribuye a que este sector nace hace muchas décadas atrás encontrando a la primera floricultora en el año 1982, y el inicio de exportaciones internacionales el 22 de noviembre de 1984. (Toaquiza & Jumbo, 2017).

Figura 1.

Conocimiento sobre el sector floricultor.



Nota: Elaboración propia

Con respecto a la aportación que tiene la exportación de flores con el producto interno bruto ecuatoriano se detalla en la figura 2 que más de la mitad de encuestados están de acuerdo que si existe una aportación al PIB, ya que las flores en los últimos años representan un crecimiento económico importante del país, permitiendo la creación plazas de trabajo con un total 28,775 empleos, siendo el 34% correspondiente a MiPymes en el 2020. Según la Corporación

Financiera Nacional, (2020), La exportación de flores se encuentra en el segundo puesto de aporte al desarrollo económico con un 0.82 % para el producto interno Bruto en el año 2020.

Tabla 1.

Aportación de la exportación de flores al producto interno bruto

| Año | Cultivo de flores (MM \$de 2007) | PIB Total (MM \$ de 2007) | Participación PIB |
|------------|---|--------------------------------------|--------------------------|
| 2017 | 553.29 | 70.956 | 0.78% |
| 2018 | 549.00 | 71.871 | 0.76% |
| 2019 | 550.84 | 71.879 | 0.77% |
| 2020 p | 546.74 | 66.308 | 0.82% |

Nota: La tabla nos muestra la aportación florícola al PIB (Arancel Nacional de Importaciones del Ecuador, 2021)

El sector de cultivo de flores registró en el año 2020 la cantidad de \$546.74 MM que aporta al Valor Agregado Bruto, esto representa una participación del 0.82% sobre el PIB Total del Ecuador.

En los últimos años el sector florícola esta atravesado varios escenarios complicados como en el 2019 por la pandemia por Covid 19 y el más reciente conflicto político entre Rusia y Ucrania. Considerando que el 45% de exportaciones de flores son para el mercado euroasiático de donde reciben un valor de ingresos de 1.200 millones de dólares al año, pero esto se ha visto afectado en los últimos días por desembolsos pendientes y por problemas en envíos. (Jacome, 2022).

En vista de la problemática que se atraviesa se hace necesario la búsqueda nuevos estrategias de comercialización exterior, así como la búsqueda de nuevos internacionales. Es necesario la apertura de nuevos mercados internacionales donde más de la mitad de encuestados están totalmente de acuerdo con dicha acción, recordando que actualmente Ecuador exporta a más de 100 países alrededor del mundo. Sin embargo, la competitividad a nivel mundial es cuantiosa encontrando como principales competidores a nivel mundial a: Holanda, Colombia, Etiopia y Kenia.

Discusiones

En base a los resultados de la encuesta aplicada se refleja una comprobación de la hipótesis planteada en el presente estudio misma que fue ¿la apertura de nuevos mercados de exportación de flores mejoraría la economía ecuatoriana?

Conforme el análisis y correlación de los elementos se evidencia que la mayor parte de la población encuesta da una afirmación con un porcentaje por más del 50% en las tres principales preguntas planteadas sobre si conoce el sector floricultor, la necesidad de apertura nuevos mercados internacionales de exportación y su incidencia favorable a la economía ecuatoriana. La variable dependiente que los encuestados tienen percepción sobre el sector floricultor ecuatoriano, ya que dicho sector tiene décadas de existencia y crecimiento continuo que en la actualidad han logrado poseer gran reconocimiento tanto a nivel nacional o internacional.

La variable independiente indica que más del 50% de encuestados concuerdan que el sector floricultor tiene un aporte considerable al producto interno bruto (PIB) del Ecuador. Con respecto al elemento sobre el objeto de estudio, más de la mitad de encuestados concuerdan que se requiere buscar nuevos mercados de exportación florícola.

De esta manera la hipótesis planteada es afirmada en base a los resultados positivos de las encuestas, así como la afirmación que realiza Cun y Salazar (2022), detallando que el sector floricultor representa un elemento de la economía ecuatoriana importante y de crecimiento continuo, con altas expectativas de buscar posicionamientos firmes a nivel internacional.

Sin embargo, la competitividad del sector floricultor ecuatoriano en el mercado internacional es baja, sobre todo porque los costos operacionales son altos afectando la rentabilidad de la producción. (Cun & Salazar, 2022). Por lo que se requiere a la búsqueda de nuevas estrategias de comercialización que alivie el valor de exportación y de esta manera mejore el nivel de competitividad a nivel internacional.

Entre las estrategias a aplicar se puede mencionar la desarrollada por Holanda donde se emplea la subasta de sus productos. Otra estrategia para emplear es la transición hacia el transporte marítimo, vista como una posibilidad menos costosa en la exportación de flores en comparación a la elevación de precios del flete aéreo.

La búsqueda de nuevos mercados internacionales podría favorecerse gracias al Acuerdo Comercial con la Asociación Europea de Libre Comercio - EFTA misma que está conformada por cuatro países europeos. (Sánchez & Freire, 2020). Esto permitirá facilitar los convenios comerciales y ayudará las inversiones

bilaterales, colocando en la mira a Suiza, por estar dentro de los 15 países que más importan flores ecuatorianas. (Sánchez & Freire, 2020)

Conclusiones

Por las condiciones del clima favorable, su ubicación al encontrarse sobre la Cordillera de los Andes en la actualidad Ecuador es reconocido por la calidad y variedad de flores exportadas con más de 100 mercados a nivel internacional.

Se determina que dentro del mercado Floricultor, Ecuador es el tercer proveedor de flores para el mundo el destino de las flores ecuatorianas al 2020 fueron para EEUU con un 45%, Rusia con un 15% y para Holanda es de un 5%. Evidenciando que a nivel del desarrollo económico hay un decrecimiento en exportaciones debido a sucesos continuos como la pandemia por COVID 2019 y el conflicto entre rusia y ucrania unos de los principales exportadores de rosas ecuatorianas.

Es por tanto necesario buscar nuevos mercados internacionales mediante la innovación de estrategias de exportación permitiendo aumentar la competitividad usando a favor el gran reconocimiento de las rosas ecuatorianas a nivel mundial.

Referencias

- Andalucía Emprende Fundación Pública Andaluza. (2016). *Estrategias de negociación*. Recuperado de <https://www.andaluciaemprende.es/wp-content/uploads/2019/02/Estrategias-de-negociación.pdf>
- Arancel Nacional de Importaciones del Ecuador. (2021). *Ficha Sectorial, Cultivo de Flores*. De: <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/downloads/biblioteca/2021/fichas-sectoriales-3-trimestre/Ficha-Sectorial-Flores.pdf>
- Asociación Matiz. (2015). *Resolución pacífica de conflictos. Guía de recursos y experiencias prácticas para educadors/as*. Recuperado de <https://www.ucm.es/data/cont/media/www/pag-50196/documentos/Gu%C3%ADa%20duIN.pdf>
- Bandomo, L. (2014). *Procedimiento para evaluar el nivel de complejidad de los procesos de negocio a partir de su representación gráfica* (Tesis de pregrado). Recuperado de <https://dspace.uclv.edu.cu/handle/123456789/6669>

- Barrios, A. (2016). Concepciones de conflictos interpersonales y desarrollo moral en la educación infantil Brasileña. *Revista de Psicología*, 34(2), 261–291. doi: 10.18800/psico.201602.002
- Budjac, B. (2012). *Técnicas de Negociación y resolución de conflictos* (1.ª ed). Ciudad de México, México: Pearson.
- Calderón, P. (2009). Teoría de conflictos de Johan Galtung. *Revista Paz y Conflictos*, (2), 60–81. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/2050/205016389005.pdf>
- Carrión, J. (2007). *Técnicas de Negociación VI Encuentro de Responsables de Protocolo y Relaciones Institucionales de las Universidades Españolas*, Recuperado de <https://www.yumpu.com/es/document/read/14231442/tecnicas-de-negociacion-universidad-de-alicante>
- Dasí, F., y Martínez, R. (2009). *Técnicas de negociación: Un método práctico* (7.ª ed.). Madrid, España: Business & Marketing School.
- Díaz, Á. (2016). *La importancia de la negociación en las organizaciones* (Tesis de pregrado). Recuperado de https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/5547/71473456J_GADE_Julio%2016%20pdf.pdf?sequence=1
- Espinoza, P. (2000). *Razonamiento moral y conducta social en el menor* (Tesis doctoral). Recuperado de <https://ruc.udc.es/dspace/handle/2183/5571>
- Estrada, S. (2012). Negociación y solución de situaciones para líderes organizacionales. *Scientia et Technica*, (51), 60–65. doi: 10.22517/23447214.1555
- Fernández, L. (2012). La comunicación y la negociación como herramientas estratégicas en la gestión de las relaciones públicas. *Quórum Académico*, 9(2), 296–314. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4117049.pdf>
- Fisher, R., Ury, W., y Patton, B. (1991). *Si de acuerdo! Como negociar sin ceder* (5.ª ed.). Bogotá, Colombia: Norma.
- Fragoso, R. (2015). Inteligencia emocional y competencias emocionales en educación superior, ¿un mismo concepto?. *Revista Iberoamericana de Educación Superior*, 6(16), 110–125. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/ries/v6n16/v6n16a6.pdf>

- Galtung, J. (1990). La violencia : cultural, estructural y directa. *Journal of Peace Research*, 27(3), 147–168. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/rlb/v12n2/v12n2a06.pdf>
- Guzmán, H. (2014). *Manual para el análisis y la intervención en conflictos sociales* (1.ª ed.). Guadalajara, México: ITESO.
- Jaca, L. (1987). El proceso de negociación en las organizaciones. *Revista Andaluza de Trabajo y Bienestar Social*, (12), 25–47. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2852301.pdf>
- Jaramillo, M. (2010). La negociación, una competencia fundamental para el diálogo social. *Con-Texto*, (33), 41–53. Recuperado de <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/contexto/article/view/2809/2444>
- Luna, A. (2017). Relación entre estilos de manejo de conflictos y empatía multidimensional en adolescentes bachilleres. *Revista Iberoamericana de las Ciencias Sociales y Humanísticas*, 6(12), 80–106. doi: 10.23913/ricsh.v6i12.126
- Martínez, M., Quintanal, J., y Renieblo, A. (2005). *Aprendo a solucionar conflictos. Estrategias, técnicas y programas* (1.ª ed.). Madrid, España: Sanz y Torres.
- Montes, C., Rodríguez, D., y Serrano, G. (2014). Estrategias de manejo de conflicto en clave emocional. *Anales de Psicología*, 30(1), 238–246. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16729452025%0ACómo>
- Munduate, L., Ganaza, J., y Alcaide, M. (1993). Estilos de gestión del conflicto interpersonal en las organizaciones. *Revista de Psicología Social*, 8(1), 47–68. doi: 10.1080/02134748.1993.10821669
- Navarro, Y., Climent, J., y López, M. (2017). Ansiedad, gestión conductual del conflicto y estrategias de afrontamiento en profesionales de la orientación laboral. *Universitas Psychologica*, 16(4). doi: 10.11144/Javeriana.upsy16-4.agcc
- Osorio, S. (2012). Conflicto, violencia y paz: Un acercamiento científico, filosófico y bioética. *Revista Latinoamericana de Bioética*, 12(2), 52–69. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/rlb/v12n2/v12n2a06.pdf>
- Pumario, E. (2014). *El arte de NEGOCIAR* (M-33495-2014). Recuperado de <http://aiim.es/wp-content/uploads/2016/06/EL-ARTE-DE-NEGOCIAR.pdf>
- Ramírez, J., y Borges, T. (2011). Adaptación y validación de un cuestionario de estilos de manejo de conflicto organizacional en una muestra de

trabajadores de brasileños. *Revista Psicologia Organizações e Trabalho*, 11(1), 75–89. Recuperado de <https://periodicos.ufsc.br/index.php/rpot/article/download/22247/20167/71622>

Saputi, D. (2008). *“Big Five”, Estilos de manejo del conflicto y resultados de la negociación. Un análisis de ruta* (Tesis de posgrado). Recuperado de <https://docplayer.es/15421741-Big-five-estilos-de-manejo-del-conflicto-y-resultados-de-la-negociacion-un-analisis-de-ruta.html>

Universidad Rafael Landívar. (2002). *Análisis del conflicto* (1.ª ed.). Ciudad de Guatemala, Guatemala: IDEADS.

Vera, L., Arias, D., y Acosta, Y. (2013). Escolar en las instituciones educativas. *Revista Electrónica de Humanidades, Educación y Comunicación Social*, 53(9), 1689–1699. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16729452025%0ACómo>

Villamediana, J., Donado, A., y Zerpa, C. (2015). Estilos de manejo de conflictos, inteligencia emocional y desarrollo moral. *Revista Dimensión Empresarial*, 13(1), 73–94. doi:10.15665/rde.v13i1.339

Vinyamata, E. (2015). Conflictología. *Revista de Paz y Conflictos*, 8(1), 9–24. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5117130.pdf>

Agradecimientos

Financiamiento

Conflicto de intereses

El contenido de **ISTE Scientist (ISSN: 2953-6618)**, publicados en este sitio están bajo una licencia de Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0). Los autores conservan los derechos morales y patrimoniales de sus obras. The contents of this article are under a Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) license. The authors retain the moral and patrimonial rights of their works.





Revista ISTE Scientist
Vol. 1 Núm. 2 (2022). pp. 18-38
Instituto Superior Tecnológico España
ISSN: 2953-6618
Tipo: Artículo Científico



Como citar: Illapa-Sánchez, L. P., Cando-Morejón, I. A., & Espín-Salambay, N. J. (2022). La Planificación Estratégica en la literatura científica en el periodo 2017 - 2022. *ISTE SCIENTIST*, 1(02), 18-38. <https://revistas.iste.edu.ec/index.php/reviste/article/view/8>

La Planificación Estratégica en la literatura científica en el periodo 2017 - 2022

Illapa Sánchez, Luis Patricio

lpillapa@espe.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0001-9845-0533>

Universidad de las Fuerzas Armadas-ESPE

Sangolquí, Ecuador

Cando Morejón, Ismael Alexander

iacando@espe.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0003-2354-5479>

Universidad de las Fuerzas Armadas-ESPE

Sangolquí, Ecuador

Espín Salambay, Nixon Joel

njespin5@espe.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-2127-3513>

Universidad de las Fuerzas Armadas-ESPE

Sangolquí, Ecuador

Recibido: 19-07-2022 / **Aceptado:** 10-11-2022 / **Publicado:** 31-12-2022

Resumen

El presente trabajo de investigación, trata de un estudio minucioso acerca de la planificación estratégica como objeto de estudio de diferentes autores, universidades y organismos internacionales. La metodología que se aplica es de enfoque cuantitativo, de revisión sistémica y análisis teórico, se considera las publicaciones científicas que se encuentran dentro de Scopus. Uno de los hallazgos más importantes es que el estudio de la planificación estratégica es un tema actual que ejerce un impacto positivo en las empresas, sobretodo en cuanto al manejo del presupuesto, ya que permite considerar las actividades de cada uno de los stakeholders en el proceso de crecimiento y desarrollo organizacional.

Palabras clave: Planificación estratégica, impacto empresarial, productividad.

Strategic Planning within the scientific literature in the period 2017 – 2022

Abstract

The present research work deals with a detailed study about strategic planning as an object of study by different authors, universities and international organizations. The methodology that is applied is of a quantitative approach, of systemic review and theoretical analysis, the scientific publications that are found within Scopus are considered. One of the most important findings is that the study of strategic planning is a current issue that has a positive impact on companies, especially in terms of budget management, since it allows considering the activities of each of the stakeholders in the process. growth and organizational development.

Keywords: Strategic planning, business impact, productivity.

Introducción

Las empresas son objetivas y para ello existen diferentes herramientas que impulsan el direccionamiento, una de las herramientas es la Planificación, en donde se encuentran inmersas todas las actividades, cada una con una persona responsable y su presupuesto asignado en cada uno de los proyectos. Una vez que ya se tiene el direccionamiento de las actividades que debe realizar cada uno de los elementos productivos, es necesario, colocar todas las tareas en un pliego gigante en donde se encuentre el cronograma, para de esta manera evaluar, cada cierto periodo de tiempo.

Ahora bien, las empresas en la actualidad se encuentran apoyadas con la planificación estratégica, pero en algunos casos, no lo toman de la manera profundizada, dejando un vacío en los temas importantes de objetividad de las empresas. Producto de esto es necesario entender que las herramientas deben ser utilizadas a cabalidad y debe existir la continuidad, para que todas las actividades se cumplan en beneficio de toda la organización. Es necesario de igual manera determinar si la herramienta se encuentra factible en la aplicación de todas las organizaciones en cuanto a la clasificación de su tamaño.

La planeación estratégica es el proceso por el cual los dirigentes ordenan sus objetivos y sus acciones en el tiempo. De hecho, el concepto de estrategia y el

de planeación están ligados indisolublemente, pues tanto el uno como el otro designan una secuencia de acciones ordenadas en el tiempo, de tal forma que se puede alcanzar uno o varios objetivos. (Mora et al., s. f., p. 80)

Dentro del orden de ideas contextualizado, la herramienta de la Planificación Estratégica es poderosa el momento de la toma de decisiones, debido a que se encuentra inmersa ya en el campo directivo y a través de la cual se observa el objetivo que se debe cumplir en cuanto a las ventas, a los ingresos y a los réditos de utilidad, la toma de decisiones no se debe tomar a la ligera, sino con responsabilidad, por el mercado tan volátil en el que se encuentran inmersas.

Lo esencial de la aplicación de la herramienta de la Planificación estratégica se encuentra en el estudio minucioso interno y externo, se plantea en primera instancia las deficiencias y los problemas que existen e cada una de áreas de la organización de esta manera podemos acceder a una lista de problemas y definir las posibles soluciones, aplicando inteligencia estratégica.

En la actualidad no se cuenta con una definición académica para inteligencia estratégica desde el enfoque administrativo, lo cual se debe principalmente a la falta de claridad del concepto y al uso independiente de las diferentes herramientas que tienen relación directa con prácticas de inteligencia estratégica. (Aguirre, s. f., p. 101)

Cabe considerar que, en la actualidad, los recursos tecnológicos aplicados brindar una mejor metodología de estudio y avance en la aplicación de estrategias, de igual manera las empresas no desean invertir en software, que es de impulso, para la consecución de objetivos institucionales.

La adopción de las tecnologías de información y comunicación (TIC), y del comercio electrónico o e-commerce en particular, beneficia a las empresas en la medida que posibilita la reducción de los costos de transacción y el incremento de la velocidad y eficiencia de los procesos y las operaciones organizacionales (Jones et al., s. f., p. 5)

En función de las ideas antes citadas, se puede deducir que la necesidad el uso de la herramienta de la Planificación Estratégica es una prioridad, sin embargo es conveniente aclarar si el uso de la herramienta tiene un impacto en la toma de decisiones y direccionamiento de la organización, es por ello necesario una revisión literaria de los textos que se encuentran en las revistas de alto impacto y que han llevado a las instituciones y empresas al éxito con su aplicación

Metodología

En relación con el tema expuesto, es necesario considerar una revisión literaria, debido a los resultados que ofrece y que se genera nuevos conocimientos acerca de la temática tratada en la presente investigación.

Las revisiones sistemáticas proveen una síntesis racional de la investigación básica. Supera las limitaciones de las revisiones narrativas al aplicar estándares rigurosos a la investigación secundaria (donde la unidad del estudio son otros estudios de investigación) como si fueran aplicados a estudios de investigación primaria (estudios originales). (Cochrane, s. f., p. 62)

Las revisiones sistemáticas dan oportunidad a los autores que desean incursionar en el tema y expandirlo generando y difundiendo conocimiento sobre el tema tratado, es por eso de vital importancia, tomar en cuenta este método, que ayuda a profundizar de mejor manera la aplicación de herramientas como lo es la Planificación Estratégica y su impacto organizacional.

En la extracción de datos se utilizaron fuentes de revistas de alto impacto que se encuentran indexados y publicados a nivel mundial en la plataforma Elsevier, indexados en Scopus. Los datos de las revistas que se consideraron son del Cuartil 1, como alto impacto y con la diferenciación de publicaciones no mayores a cinco años siendo el periodo de examinación en el tiempo desde el año 2017 al año 2022.

La base de datos que existe en las plataformas de conocimiento brinda múltiples opciones de estudio y amplía de manera exponencial el nivel de estudio realizado a través de los años, el meta análisis es una herramienta que ayuda a comprender de mejor manera las investigaciones realizadas, dando espacio a nuevas líneas de investigación y su estudio.

Para el análisis de la base de datos de los artículos indexados y publicados se realizó a través de la herramienta Lens, debido a que se encuentra en una misma plataforma las patentes y la producción científica (Castelló-Cogollos et al., s. f., p. 129). De este modo se visualiza de mejor manera las publicaciones, catalogadas acorde a las necesidades de la revisión sistemática.

Resultados

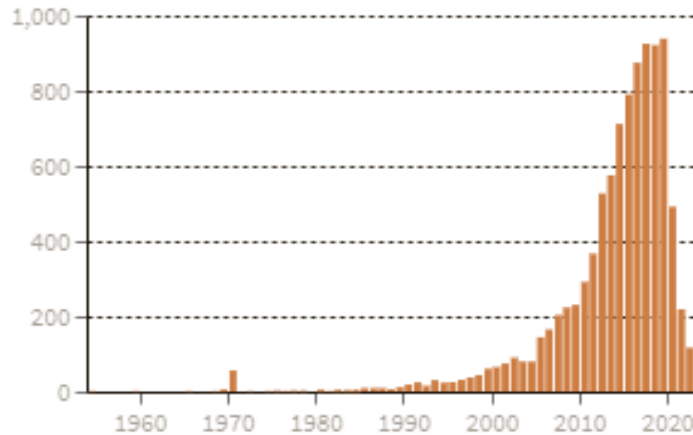
Planificación Estratégica

Por lo que se refiere al sistema de búsqueda a base de Lens.org, se tomó en consideración filtros, de esta manera la búsqueda es más precisa, para esto se delimitó la búsqueda con palabras claves como lo es Planificación And

Estratégica, lo que dio como resultado 10.538 publicaciones que se encuentran en esta plataforma con su ID respectivo, tal cual se muestra en la figura 1.

Figura 1.

Publicaciones de la Planificación Estratégica a través de los años



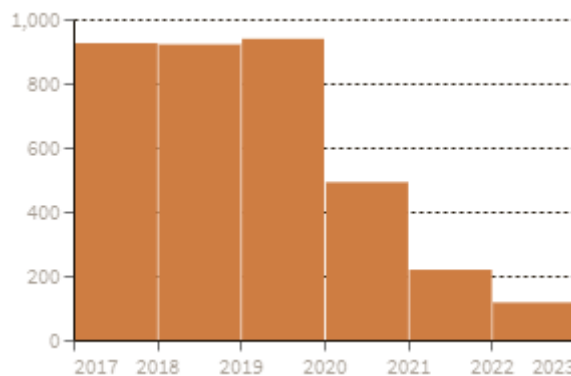
Nota. (Results The Lens - Free & Open Patent and Scholarly Search, 2022)

La variable con la que se trabaja a continuación es el rango de tiempo, en el cual, se toma en consideración un lapso de tiempo no mayor a cinco años, dando como resultado 3.605 publicaciones.

Las publicaciones fueron consideradas en este lapso de tiempo debido a que se encuentran mayores artículos en los últimos años y tienen cada una actualizaciones que permiten acercarse cada vez a la aplicación óptima de la Planificación Estratégica como herramienta de desarrollo de la Organización.

Figura 2

Publicaciones de la Planificación Estratégica en el rango de tiempo desde el año 2017 al 2022.



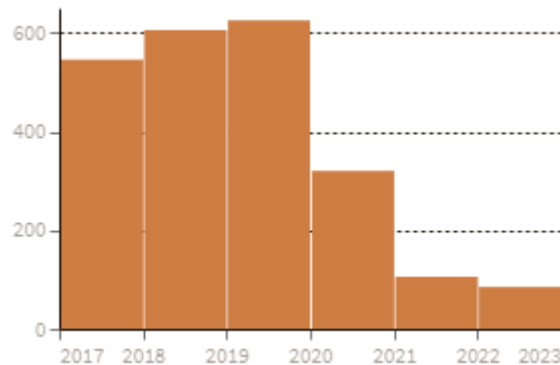
Nota. (Results The Lens - Free & Open Patent and Scholarly Search, 2022)

Se observa en la Figura 2., que el mayor número de publicaciones sobre planificación estratégica se encuentra en el año 2019, con 938 publicaciones.

Nuevamente si se desea datos más precisos de búsqueda es necesario delimitar aún más; en este caso el filtro utilizado fue el Tipo de Documento y se selecciona la variable Artículos de Revista, dando como resultado 1.684 publicaciones.

Figura 3

Publicaciones de la Planificación Estratégica en Artículos de Revista.



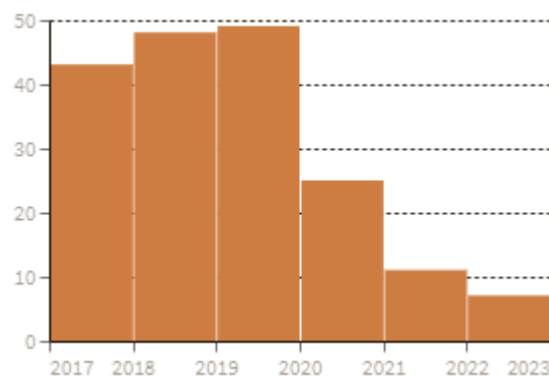
Nota. (Results The Lens - Free & Open Patent and Scholarly Search, 2022)

En la figura 3, se observa la delimitación con la variable Artículos de Revista, en la cual el mayor número de publicaciones se realizó en el año 2019 con 624 publicaciones.

Y por último para definir el número de publicaciones se consideró una búsqueda minuciosa con la variable Tema en cuestión en donde se seleccionaron dos que son: Administración de Negocios y propiamente Planificación Estratégica, donde se encontró un resultado de 60 publicaciones.

Figura 4

Publicaciones de la Planificación Estratégica en Temas de Planificación y Administración de Negocios.



Nota. (Results The Lens - Free & Open Patent and Scholarly Search, 2022)

De las 70 publicaciones, se denota en la Figura 4 que en el año 2020 fue el auge de la aplicación de la herramienta de planificación estratégica. En este sentido, de los 49 artículos tomados en cuenta para el testeo, fue necesario indicar el factor de impacto de las publicaciones, esto ayudó a conocer de igual manera a qué editores representan, debido a que en los últimos 5 años ha existido una caída sustancial de publicaciones y el interés de los autores era demostrar qué pasó a través de los años y cuál pudo ser el factor que influyó en la caída del número de publicaciones referentes a la planificación estratégica.

Figura 5

Instituciones de mayor relevancia en publicaciones respecto al tema

| | | | | |
|---|---|--|--|---------------------------------------|
| 2 Universidad Carlos III de Madrid | 2 Docente de la Universidad Estatal del Sur de Manabí, UNESUM. Jipijapa, Ecuador | 2 Docente de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, ULEAM. Manta, Ecuador. | 3 Universidad Militar Nueva Granada | 3 universidad nacional de colombia |
| 3 universidad nacional de san marcos | 3 universidad catolica de cuenca | 2 Universidad Católica de Cuenca, UCACUE | 2 universidad cooperativa de colombia | 6 universidad de sevilla |

Nota. (Results The Lens - Free & Open Patent and Scholarly Search, 2022)

El mapa de calor de la figura 5, permite observar que la Universidad de Sevilla es la que se encuentra en primer lugar en el 2022, con 6 publicaciones. En segundo lugar se ubican: Universidad Militar de Nueva Granada, Universidad Nacional de Colombia, Universidad Católica de Cuenca, Universidad Nacional de San Marcos con 3 publicaciones y, por último, se encuentran la Universidad Cooperativa de Colombia, Universidad Católica de Cuenca, Universidad Laica Eloy Alfaro, Universidad Estatal de Manabí y Universidad Carlos III de Madrid, se puede decir que éstas son las Instituciones de Educación Superior que se encuentran activas en la temática correspondiente.

Figura 6

Principales campos de acción

La Planificación Estratégica en la literatura científica en el periodo 2017 - 2022



Nota. (Results The Lens - Free & Open Patent and Scholarly Search, 2022)

Los principales campos de estudio reflejados en la figura 6, indican que el área de los negocios tiene mayor impacto con 149 publicaciones, seguido en planificación estratégica con 59 publicaciones, además existen campos como el trabajo eléctrico con 59 publicaciones y el turismo con 21 publicaciones; cabe recalcar que dentro de todos los campos de acción en los cuales se aplica la planificación estratégica existen menos de 3.

Tabla 1

Detalle del número de publicaciones

| Lens ID | Title |
|---------------------|--|
| 005-842-749-220-80X | Violencia escolar y planificación educativa |
| 006-283-354-404-08X | PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA CORPORATIVA EN PYMES. CASO DE ESTUDIO DE UNA PYME EN MANTA, ECUADOR: |

| | |
|-------------------------|--|
| 006-574-914- 228-572 | La planificación estratégica y su incidencia en la competitividad de la microempresa del sector de muebles de madera del cantón Cuenca en la provincia del Azuay |
| 009-950-092- 659-01X | RELACIÓN ENTRE MARKETING Y UNIVERSIDAD. REVISIÓN TEÓRICA Y PROPUESTA DE UN MODELO TEÓRICO Y DE MARKETING 3.0 |
| 009-990-364- 955-469 | La evolución de las competencias de RRHH en organizaciones inmersas en la cuarta revolución industrial |
| 010-532-705- 012-408 | Planificación estratégica de la empresa “Mizchen Mizk” para los años 2020-2023 |
| 010-587-396- 793-64X | Revisión sobre capacidad de carga turística y la prevención de problemas ambientales en destinos emergentes |
| 013-643-880- 358-730 | Planificación estratégica en las empresas públicas de República Dominicana, caso CDEEE |
| 016-222-385- 147-809 | Uso de fontes de informação no monitoramento dos ambientes organizacionais: subsídios para o planejamento estratégico em bibliotecas universitárias brasileiras |
| 016-563-641- 966-906 | El ciclo del proyecto en los negocios |
| 019-058-893- 247-58X | Vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva en el modelo empresarial del sector hotelero colombiano |
| 022-845-554- 990-820 | Pequeñas empresas y las prácticas gerenciales: contribuciones a partir de la observación de las revistas brasileñas |
| 023-438-797- 472-575 | La dirección estratégica como mecanismo de mejoramiento de la gestión administrativa, caso Conlac-T de la provincia de Tungurahua |
| 024-144-875- 342-059 | Planificación estratégica situacional en la gestión escolar de las instituciones educativas |
| 032-184-941- 526-865 | Planificación Estratégica para la gestión Universitaria, experiencia de la Facultad de Enfermería |

| | |
|---------------------|--|
| 034-318-836-367-616 | Planificación Estratégica Administrativa para Pymes en Tiempos Post Covid. Caso de Estudio de Empresa Textil para la toma de decisiones 2019-2020 |
| 039-728-710-092-825 | A ATUAÇÃO DO COMITÊ PARALÍMPICO BRASILEIRO ENQUANTO ORGANIZAÇÃO DA SOCIEDADE CIVIL DE INTERESSE PÚBLICO |
| 039-911-753-767-293 | Estudio exploratorio sobre la percepción de la gestión de la Inteligencia Competitiva por los directivos en empresas aragonesas sin una práctica sistematizada |
| 041-523-329-681-260 | ADERÊNCIA ÀS ALAVANCAS DE CONTROLE ESTRATÉGICO: ESTUDO EM UMA INDÚSTRIA FARMACÊUTICA BRASILEIRA |
| 044-447-812-764-098 | LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y SU CONTRIBUCIÓN A LAS RELACIONES VECINALES ENTRE CHILE Y PERÚ |
| 044-613-689-544-233 | El Cuadro de Mando Integral Aplicado a la Planificación Estratégica de la Banca Privada.//The Balanced Scorecard Applied to the Strategic Planning of Private Banking. |
| 044-691-495-995-048 | Strategic planning and its relationship with organizational development in the regional hospital of Pucallpa |
| 045-479-088-474-526 | Universities Under Pressure: the Impact of International University Rankings |
| 045-675-096-927-60X | TEORIA DA TRÍPLICE HÉLICE: UMA PROPOSTA DE MODELO DE GESTÃO ESTRATÉGICA APLICADO À AGÊNCIA DE INOVAÇÃO DO CAFÉ (INOVACAFÉ) |
| 046-390-412-754-403 | Los efectos del Fondo para el Mejoramiento de la Calidad en la Universidad Nacional de Córdoba |
| 047-984-475-408-510 | La planificación estratégica de la comunicación en la era digital. Los casos de estudio de Wallapop, Westwing y Fotocasa |
| 048-647-832-362-389 | Strategic planning from a focus on equity: myth to reality in schools |
| 050-820-420-460-431 | Planeación y Planificación estratégica en comunicación educativa. Un estudio de caso en el contexto comunitario |

| | |
|---------------------|---|
| 052-829-322-682-341 | Planificación Estratégica del Presupuesto como Herramienta de Control de Gestión en Universidades Venezolanas |
| 057-282-688-078-419 | Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y su comunicación en las PYME |
| 057-715-721-964-318 | Planificación Estratégica en Instituciones de Educación Superior en Venezuela |
| 058-317-133-585-525 | Planificación estratégica. Caso de estudio educativo Universidad Federico Villarreal. |
| 059-877-714-834-122 | Técnicas de marketing en las cuentas oficiales de Twitter de los artistas flamencos |
| 063-135-373-217-696 | La planificación estratégica participativa. Conceptos e instrumentos para nuevos modelos de gestión pública |
| 063-847-812-491-722 | Gestión e innovación del turismo en el Caribe colombiano |
| 064-820-284-213-61X | Los contratos administrativos como herramienta de inclusión social |
| 069-829-380-409-711 | La incidencia de la Planificación estratégica en el desempeño del Marketing: Una revisión crítica |
| 075-707-715-604-319 | Modelos de gestión organizacional y planeación estratégica de las clínicas odontológicas especializadas ODONTOSTUDIO limitada |
| 076-292-230-190-036 | Importancia De La Innovación Para Emprendedores De Micro Y Pequeñas Empresas Mexicanas Del Sector Servicio En Villahermosa-Tabasco Y Mexicali-Baja California. Estudio Cuantitativo |
| 078-483-001-687-959 | PERTINENCIA DE LOS INSTRUMENTOS DE DESARROLLO EMPRESARIAL OFERTADOS POR ENTIDADES QUE CONFORMAN LA COMISIÓN REGIONAL DE COMPETITIVIDAD E INNOVACIÓN DEL DEPARTAMENTO DEL QUINDÍO |
| 081-131-340-088-511 | La política científica y tecnológica de China y la cooperación sino-argentina |

| | |
|---------------------|--|
| 081-717-099-558-959 | Sistema de evaluación Reder y el plan estratégico de una institución privada confesional |
| 085-874-285-291-068 | Relación de la Planificación Estratégica y la Gestión Administrativa en la Gerencia de Distribución del Centro de Aplicación de Productos Unión, Lima – 2018 |
| 086-219-239-634-256 | Collaborative and Individual Strategic Planning Effect on Performance of an Oral Task. |
| 087-912-592-206-801 | Planejamento estratégico em Organizações Não Governamentais: o caso da ATLMARJOM |
| 111-271-194-636-807 | La competitividad sistémica de la MIPYME manufacturera en el nivel micro: caso de la fabricación de muebles de madera, Ecuador |
| 122-065-686-797-756 | Planificación estratégica situacional: Un proceso metódico-práctico |
| 124-137-629-479-05X | La naturaleza estratégica del proceso de branding |
| 125-476-975-398-503 | PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO EM UNIVERSIDADES: ESTUDO NO PERU |
| 128-380-981-132-19X | Análise dos projetos políticos pedagógicos em escolas da cidade de Teófilo Otoni sob a ótica do planejamento estratégico |
| 133-623-925-349-524 | Planificación estratégica situacional del Instituto de Fomento al Talento Humano |
| 135-124-325-379-208 | Estructura organizacional, capital humano y redes de colaboración: Determinantes de la capacidad de innovación en restaurantes |
| 135-246-775-152-524 | Prospectiva en la planificación estratégica universitaria de la región del Cusco al 2021 |
| 135-744-304-028-342 | La planificación estratégica como herramienta de desarrollo de las empresas agropecuarias en el Ecuador |
| 139-096-437-987-224 | Implementación de la planificación estratégica para empresas del sector automotriz en la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas, Ecuador: Caso Importadora de Autorepuestos Mendoza: Implementation of strategic |

| | |
|---------------------|---|
| | planning for companies in the automotive sector in the city of Santo Domingo de los Tsáchilas, Ecuador: Case Import Autorepuestos Mendoza |
| 139-812-333-137-318 | Habilidades directivas y planificación estratégica en una universidad peruana |
| 147-595-313-980-115 | Strategic planning process as a management tool in a changing financial and business environment |
| 152-437-589-551-941 | Planificación estratégica y calidad del servicio educativo en los estudiantes de la Facultad de Psicología de la Universidad Federico Villarreal. |
| 168-927-555-661-133 | La planificación estratégica y su impacto en la rentabilidad de las microempresas. |
| 198-682-127-060-206 | Estado actual de las mipymes del sector textil de la confección en Lima |

Nota. (*Results The Lens - Free & Open Patent and Scholarly Search, 2022*)

A través del tiempo se ha considerado el número detallado de la planificación estratégica, es meritorio verificar que las revistas que se encuentran liderando en la publicación de la Planificación Estratégica es la revista como Dialnet con 13 publicaciones, a continuación, se encuentra Latindex con 9 publicaciones, Redalyc se encuentra en tercer lugar con 4. Existen publicaciones en otras revistas que no se encuentran reconocidas y que su acceso es difícil por no estar indexadas en ninguna base de datos importante; la mayor parte de publicaciones pertenecen a repositorios universitarios, es por ello que se ha colocado con una denominación de Otros con 15 publicaciones, dando así un total de 60 publicaciones en los últimos 5 años, lo que indica que el año de mayor publicación fue el 2019.

Tabla 2

Detalle del número de publicaciones indexadas

| Index | Número |
|----------------------|---------------|
| Dialnet | 13 |
| Latindex | 9 |
| Redalyc | 5 |
| Open Journal Systems | 4 |
| Google Académico | 4 |
| Scielo | 3 |

| | |
|-------------------------------|----|
| Researchgate | 2 |
| Core | 2 |
| Directory Open Journal access | 1 |
| Scimago | 1 |
| Elsevier | 1 |
| Otros | 15 |
| Total | 60 |

Nota. (Results The Lens - Free & Open Patent and Scholarly Search, 2022)

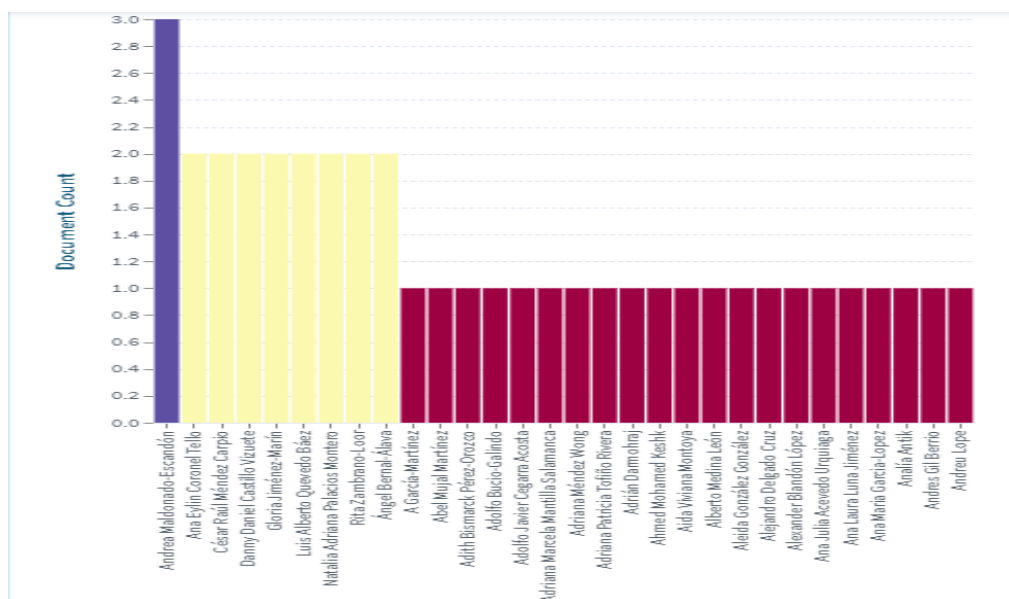
El estudio minucioso realizado de igual manera expone que la planificación estratégica se encuentra siendo utilizada como herramienta en todos los campos, como se observa en la tabla 1, es necesario decir que se encuentra en la agricultura, la educación, Psicología, Administración y más campos que son relativos sobretodo en el manejo de empresas.

El empresario no evidencia estrategias documentadas o planes organizados con cronogramas y acciones de trabajo. Obedece a su intuición de la realidad y necesidad del mercado, y efectúa un benchmarking de su competencia, sobre todo para el desarrollo de nuevos productos. (Larios-Francia, 2017, p. 130)

Se puede decir que, es necesario la utilización de este tipo de herramientas como la Planificación Estratégica, de igual manera buscar mejores mecanismos, como la generación de ideas y la toma de decisiones en base a la racionalidad.

Figura 7

Principales autores



Nota. (Results The Lens - Free & Open Patent and Scholarly Search, 2022)

La principal escritora acerca de la planificación estratégica y su aplicación es Andrea Maldonado Escandón con 3 publicaciones de ahí que se abre una brecha para autores que tienen 2 publicaciones, tomando en consideración nombres como Ana Coronel Tello, Gloria Jiménez Marín y Rita Zambrano Loor, de igual manera para una publicación se cita a nombres como García Martínez, Adolfo Bucio y otros que han aportado a la temática.

De todas las publicaciones existentes, España es el país que lidera el número de documentos publicados en el tema, seguido de Colombia y Brasil como se muestra en la tabla 3.

Tabla 3

Detalle del número de publicaciones por país

| Institution Country/Region | Document Count |
|-----------------------------------|-----------------------|
| Spain | 27 |
| Colombia | 19 |
| Brazil | 10 |
| Mexico | 9 |
| Peru | 7 |
| Argentina | 5 |
| Ecuador | 4 |
| United States | 4 |
| Cuba | 2 |
| Chile | 1 |
| Egypt | 1 |
| United Kingdom | 1 |
| Italy | 1 |
| El Salvador | 1 |
| Venezuela | 1 |
| Total | 93 |

Nota. (Results The Lens - Free & Open Patent and Scholarly Search, s. f., p. lens.org)

Según la tabla 3, países como Argentina, Ecuador y Estados Unidos, Cuba, Chile, Egipto, Reino Unido, Italia, El Salvador y Venezuela, son aquellos que publican en menor escala sobre la planificación estratégica. Cabe considerar que en algunos casos se ha tomado de manera representativa el número de publicaciones y que son las que se encuentran en el ranking de las publicaciones a nivel mundial, sin embargo el muestreo por gráficos y tablas excluyen a algunos países producto de la amplitud que existe en sus publicaciones y que no se demuestran en los gráficos tomados o en las tablas a considerar, siendo recomendable que se busque en todos los datos, gráficos y tablas los números exactos que pueden denotar inconsistencia en algunos parámetros.

Tabla 4

Detalle del número de publicaciones por editorial

| Publisher | Document Count |
|---|-----------------------|
| Universidad Externado de Colombia | 19 |
| European Scientific Institute, ESI | 9 |
| Universidad de los Llanos | 9 |
| Universidad el Bosque | 7 |
| INDTEC, C.A. | 5 |
| ANPTUR - Associacao Nacional de Pesquisa e Pos Graducao em Turismo | 4 |
| Universidade do Sul de Santa Catarina - UNISUL | 4 |
| Asociacion Espanola de Contabilidad y Administracion de Empresas (AECA) | 3 |
| Editorial CSIC | 3 |
| Editorial Ciencia Digital | 3 |
| Editorial Universidad de Sevilla | 3 |
| IBKNORGCORP S.A. | 3 |
| Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales, URBE | 3 |
| Universidad Complutense de Madrid (UCM) | 3 |
| Universidad Icesi | 3 |
| Universitat Jaume I | 3 |
| APESC - Associacao Pro-Ensino em Santa Cruz do Sul | 2 |
| Asesorias y tutorias para la Investigacion Cientifica en la Educacion Puig-Salabarría S.C. | 2 |
| Colegio de Postgraduados | 2 |
| Corporacion Colombiana de Investigacion Agropecuaria (Corpoica) | 2 |
| Escuela de Formacion de Infanteria de Marina | 2 |

| | |
|--|---|
| Forum XXI | 2 |
| Informa UK Limited | 2 |
| Knowledge E DMCC | 2 |
| Research, Society and Development | 2 |
| Revista IGOBERNANZA, Instituto Internacional de Gobierno | 2 |
| Universidad Autonoma de Manizales | 2 |
| Universidad EAFIT | 2 |
| Universidad Federal de Santa Maria | 2 |
| Universidad Internacional del Ecuador | 2 |
| Universidad Nacional de Lanus | 2 |
| Universidad Nacional de Trujillo | 2 |
| Universidad Peruana Union | 2 |
| Universidad de Chile | 2 |
| Universidad de Narino | 2 |
| Universidad de Santander - UDES | 2 |
| University Nove de Julho | 2 |
| Academia Nacional de Estudios Politicos y Estrategios (ANEPE) | 1 |
| Associacao Brasileira de Engenharia de Producao - ABEPRO | 1 |
| AutanaBooks | 1 |
| CEIT S.A. | 1 |
| Centro Internacional Virtual de Investigacion en Nutricion (CIVIN) | 1 |
| Colegio de Profesionales del Trabajo Social de Puerto Rico | 1 |
| Corporation Universidad de la Costa, CUC | 1 |
| ECORFAN | 1 |
| Ediciones Profesionales de la Informacion SL | 1 |
| Editorial de la Universidad de Granada | 1 |
| Educacao e Formacao | 1 |
| Faculdade de Biblioteconomia Comunicacao | 1 |
| * Elsevier | 1 |

Nota. (Results The Lens - Free & Open Patent and Scholarly Search, s. f., p. lens.org)

En cuanto a las editoriales que han publicado a través del tiempo como se muestra en la tabla 4, se encuentra en primer lugar La Universidad Externado de Colombia con 19 publicaciones, debido a que es una de las Universidades más antiguas y prestigiosa de América Latina, en los siguientes lugares están varias

Universidades que aportan con el conocimiento tanto en la investigación como en la vinculación con la sociedad.

Discusiones

La gestión financiera cumple un papel muy importante en las organizaciones; a través de la aplicabilidad de la planificación estratégica corporativa la entidad además de planificar, puede reducir recursos, debido a que las herramientas estratégicas permiten evaluar el entorno. (Escandón et al., 2019, p. 6)

Existe una relación significativa moderada, el cual manifiesta estar en un término medio, según lo expresado por la muestra, debido a poco dominio y manejo de cómo planificar utilizando la estrategia adecuada para lograr resultados de calidad en el aprendizaje de los estudiantes del nivel superior. (Coronel Tello & Acevedo-Rojas, 2020, p. 72)

El análisis del perfil corporativo, por medio del cual se estudia y define la personalidad de la organización (análisis interno), y también se analiza a la competencia y a los públicos de la organización, así como la imagen que tienen cada uno de ellos respecto a la compañía (análisis externo). (Maldonado-Escandón et al., 2017, p. 7).

No existe una empresa que no tenga problemas de gestión, es por ello que es de vital importancia la aplicación de la planificación como herramienta de toma de decisiones además de modelizaciones que permitan considerar el impacto financiero de las decisiones dentro de una empresa y de cómo repercute en el sistema financiero (Jaramillo & Cárdenas-Pérez, 2018).

Debido a que la planeación estratégica toma en cuenta a la empresa en su totalidad, ésta debe ser realizada por la cúpula de la empresa y ser proyectada a largo plazo, teóricamente para un periodo de 5 a 10 años, aunque en la práctica, hoy en día se suele realizar para un periodo de 3 a un máximo de 5 años, esto debido a los cambios constantes que se dan en el mercado. (T-ESPEL-0884. s. f.)

En este sentido, se utiliza en primera instancia un proceso de evaluación de todas las falencias de la Organización, una vez ya se ha realizado el análisis minucioso de los problemas, se cruzan las ideas en una matriz FODA, y de aquí se da un enfoque de cambio pro mejoras, con el que se utilizarán de igual manera las matrices de competitividad y de ambiente externo e interno.

Se determinó los factores internos que posee la organización mediante instrumentos tales como una ficha de observación, una encuesta y una entrevista

para obtener datos clave que permitan establecer cuáles son las fortalezas y debilidades que posee la empresa y posteriormente diseñar la matriz de evaluación de factores internos, tal como lo manifiesta Rosado et al. (2020)

Las microempresas contribuyen al crecimiento del empleo en Ecuador y aportan de manera significativa en la producción de bienes y servicios a la economía. Mejorar sus estrategias organizacionales y crear instrumentos de control, monitoreo y evaluación contribuye a mejorarla competitividad en el mercado y la rentabilidad de éstas. Crear una cultura organizacional en las microempresas puede realizar una importante contribución a los programas de desarrollo del país. (p.12)

Todo lo expuesto, permite demostrar que la herramienta de la Planificación Estratégica es necesaria para la toma de decisiones, debido a que existe evidencia que resulta importante en la generación de empleo, y en la maximización de la rentabilidad, en cada una de las organizaciones que pueden ser de diferentes áreas la aplicación de la Planificación Estratégica ayuda a conseguir los objetivos de manera rápida y de manera consecutiva.

Conclusiones

La documentación y revisión sistémica da la oportunidad de conocer que a través del tiempo y de las diferentes publicaciones denotan que la Planificación Estratégica es un objeto de estudio de actualidad dentro de la construcción del conocimiento en lo referente a la toma de decisiones. Se puede decir que es la herramienta idónea para que las empresas que puedan cumplir con sus objetivos y metas; a través del monitoreo de las diferentes actividades, tareas y subtareas en un cronograma responsable y con un presupuesto bien planeado. Por tanto, su estudio es un pilar en el que se afianza el futuro empresarial mediante una adecuada previsión de las acciones a tomar y las decisiones gerenciales que permitan llevar al éxito que toda empresa busca.

Referencias

- Aguirre, J. (s. f.). *Inteligencia estratégica: Un sistema para gestionar la innovación* / Lector mejorado de Elsevier. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2014.07.001>
- Castelló-Cogollos, L., Sixto-Costoya, A., Lucas-Domínguez, R., Agulló-Calatayud, V., de Dios, J. G., & Aleixandre-Benavent, R. (s. f.). Bibliometría e indicadores de actividad científica (XI). Otros recursos útiles en la

evaluación: Google Scholar, Microsoft Academic, 1findr, Dimensions y Lens.org. *Acta Pediatr Esp*.

Cochrane, A. (s. f.). *Ciertamente, se puede hacer una gran crítica a la profesión médica, por no haber organizado un resumen crítico por especialidad o subespecialidad, actualizando periódicamente, todos los ensayos clínicos controlados que sean relevantes (1)*.

Coronel Tello, A. E., & Acevedo-Rojas, E. S. (2020). Planificación estratégica y calidad del servicio educativo en los estudiantes de la Facultad de Psicología de la Universidad Federico Villarreal. *GOBERNANZA*, 3(12), 39-57. <https://doi.org/10.47865/igob.vol3.2020.83>

Escandón, A. M., Patiño, S. P., & Mendoza, F. R. C. (2019). PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA CORPORATIVA EN PYMES. CASO DE ESTUDIO DE UNA PYME EN MANTA, ECUADOR: ARTÍCULO DE INVESTIGACIÓN. *Revista Científica Multidisciplinaria Arbitrada "YACHASUN"*, 3(4), 1-8.

Jaramillo, M. & Cárdenas-Pérez, A. (2018). Modelización econométrica bajo la metodología de box-jenkins. Estudio empírico a la liquidez del sistema financiero ecuatoriano. *Investigación Operacional*, 39(4), 592-607.

Jones, C., Motta, J., & Alderete, M. V. (s. f.). *Gestión estratégica de tecnologías de información y comunicación y adopción del comercio electrónico en Mipymes de Córdoba, Argentina | Lector mejorado de Elsevier*. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2015.12.003>

Larios-Francia, R. P. (2017). Estado actual de las mipymes del sector textil de la confección en Lima. *Ingeniería Industrial*, 035, Art. 035. <https://doi.org/10.26439/ing.ind2017.n035.1795>

Maldonado-Escandón, A., Zambrano-Loor, R., & Bernal-Álava, Á. (2017). CONSIDERACIONES IMPORTANTES PARA LA GESTIÓN FINANCIERA Y PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA. *REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINARIA ARBITRADA YACHASUN-ISSN: 2697-3456*, 1(1), 1-8.

Mora, E., Vera, M., & Melgarejo, Z. (s. f.). *Planificación estratégica y niveles de competitividad de las Mipymes del sector comercio en Bogotá | Lector mejorado de Elsevier*. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2014.08.001>

Results The Lens—Free & Open Patent and Scholarly Search. (s. f.). The Lens - Free & Open Patent and Scholarly Search. Recuperado 20 de diciembre de 2022, de <https://www.lens.org/lens>

Rosado, Z. M. M., López, J. R. R., & Pataron, E. K. C. (2020). La planificación estratégica y su impacto en la rentabilidad de las microempresas. *Dilemas contemporáneos: Educación, Política y Valores*. <https://doi.org/10.46377/dilemas.v8i1.2443>

T-ESPEL-0884. (s. f.). Recuperado 20 de diciembre de 2022, de <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/5090/1/T-ESPEL-0884.pdf>

Agradecimientos

Financiamiento

Conflicto de intereses

El contenido de **ISTE Scientist (ISSN: 2953-6618)**, publicados en este sitio están bajo una licencia de Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0). Los autores conservan los derechos morales y patrimoniales de sus obras. The contents of this article are under a Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) license. The authors retain the moral and patrimonial rights of their works.





Revista ISTE Scientist

Vol. 1 Núm. 2 (2022). pp. 39-81

Instituto Superior Tecnológico España

ISSN: 2953-6618

Tipo: Artículo Científico



Como citar: Armas-Heredia, I. R., Moreano-Martínez, L. D., & Guanoluisa-Salazar, J. B. (2022). Análisis financiero basado en los incentivos tributarios de las actividades del sector Turístico y Hotelero de la provincia de Cotopaxi. *ISTE SCIENTIST*, 1(02), 39-

81. <https://revistas.iste.edu.ec/index.php/reviste/article/view/9>

Análisis financiero basado en los incentivos tributarios de las actividades del sector Turístico y Hotelero de la provincia de Cotopaxi

Armas-Heredia, Isabel Regina

isabel.armas@utc.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-7582-6400>

Universidad Técnica de Cotopaxi

Latacunga, Ecuador

Moreano-Martínez, Luis David

lacando7@espe.edu.ec

luis.moreano@utc.edu.ec

Universidad Técnica de Cotopaxi

Latacunga, Ecuador

Guanoluisa-Salazar, Joselyn Brigitte

jbguanoluisa@espe.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-0117-4104>

Universidad de las Fuerzas Armadas-ESPE

Sangolquí, Ecuador

Recibido: 22-07-2022 / **Aceptado:** 18-11-2022 / **Publicado:** 31-12-2022

Resumen

Los Incentivos Tributarios son aquellos que brindan facilidades y beneficios a los contribuyentes para el pago de impuestos en base a la Ley, de igual manera dar a conocer cuáles son los incentivos tributarios de las empresas del sector turístico de la provincia de Cotopaxi. Dentro de los beneficios e incentivos más sobresalientes para las compañías destacan: Deducciones, Exenciones, Impuesto a la Renta e Impuesto al Valor Agregado, de igual forma las organizaciones se han beneficiado de la deducción de los

mismos. De igual manera, la mayor parte de las entidades que realizaron transferencias de bienes inmuebles destinados primordialmente al turismo han sido beneficiadas por exoneraciones de los impuestos de registro y alcabala. Asimismo, una parte importante de compañías que han realizado actividades de comercialización de paquetes turísticos haciendo uso del 100% del crédito tributario dirigido al sector. Por otro lado, se reconoció que los beneficios e incentivos que menos se aplicaron fueron los dirigidos a la deducción de pago al exterior, exención del impuesto a la renta. Por consiguiente, no se mantienen informados sobre dicho incentivo, por lo que tampoco son beneficiarias del mismo. Las metodologías utilizadas en el trabajo son cuantitativas, cualitativas y descriptivas. Toda esta información se presentó por medio de tablas con ejemplificaciones, y otras herramientas visuales con la finalidad de reforzar los conceptos y temas desarrollados dentro del mismo, todo esto se realizó basándose en la revisión y recopilación de información bibliográfica de páginas web, artículos científicos, posts informativos, página oficial de SRI (Servicio de Rentas Internas).

Palabras clave: Beneficios, Incentivos Tributarios, Impuestos.

Financial analysis based on the tax incentives of the activities of the Tourism and Hotel sector of the Cotopaxi's Province

Abstract

Tax Incentives are those that provide facilities and benefits to taxpayers for the payment of taxes based on the Law, in the same way to publicize what are the tax incentives of companies in the tourism sector of the province of Cotopaxi. Among the most outstanding benefits and incentives for companies, the following stand out: Deductions, Exemptions, Income Tax and Value Added Tax, in the same way organizations have benefited from their deduction. Similarly, most of the entities that made transfers of real estate intended primarily for tourism have benefited from exemptions from registration and alcabala taxes. Likewise, an important part of companies that have carried out tourist package marketing activities making use of 100% of the tax credit directed to the sector. On the other hand, it was recognized that the benefits and incentives that were least applied were those aimed at the deduction of payments abroad, income tax exemption. Consequently, they are not kept informed about said incentive, so they are not beneficiaries of it either. The methodologies used in the work are quantitative, qualitative and descriptive. All this information was presented through tables with examples, and other visual tools in order to reinforce the concepts and themes developed within it, all this was done based on the review and compilation of

bibliographic information from web pages, scientific articles, informative posts, official page of SRI (Internal Revenue Service).

Keywords: Benefits, Tax Incentives, Taxes.

Introducción

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo general dar a conocer todo acerca del Análisis Financiero basado en los Incentivos Tributarios de las actividades del Sector Turístico y Hotelero de la Provincia de Cotopaxi, donde se utilizará la metodología cuantitativa y descriptiva basándose en datos descriptivos a través de gráficas con sus respectivas especificaciones y otras herramientas visuales con la finalidad de recopilar la mayor información para el desarrollo del mismo.

Para poder tener un poco más claro el tema a tratar se hablará de que es el turismo, tipos de turismo, importancia, beneficios, la importancia de la Planificación Tributaria, los incentivos tributarios, a su vez el respectivo análisis financiero con la utilización de indicadores. Donde se puede decir que el turismo es una actividad que consiste en desplazarse a un lugar distinto a nuestro sitio de residencia con la finalidad puede ser descansar, entretenernos o adquirir conocimiento, existen diferentes tipos de turismo como el Turismo de compras, cultural, rural, formativo, gastronómico, etc.

Es un sector de gran importancia para la economía de los países, está conformado por varios sectores económicos como el hotelería, restaurantes, transporte, agencias de viaje, recreación, entre otros por lo que ha sido considerada una de las industrias más grandes del mundo. Dentro de la Provincia de Cotopaxi a nivel cantonal Latacunga es uno de los cantones que tiene la mayor cantidad de concentración turística con un 42,69% seguido de los cantones Pujilí 15,99%, Salcedo 14,77%, La Maná 9,74%, Saquisilí 6,13%, Sigchos 5,39% y Pangua 5,28%.

El beneficio que tiene el turismo para el país es muy importante ya que aporta cerca de 700 millones de dólares anuales, mediante divisas que llegan al Estado por medio de impuestos y tasas, pero también de manera directa a la empresa privada, a los medianos y pequeños comerciantes y prestadores de servicios, principales actores del turismo en Ecuador.

Teniendo también el Beneficio Económico el cual es similar al beneficio contable pero menor que este, debido a que refleja el coste de oportunidad de una empresa para un inversor, mientras que el Beneficio Contable es la diferencia entre todos los ingresos y todos los gastos de un periodo, entendido

comúnmente como la utilidad de un negocio o empresa y el Beneficio Financiero es una ventaja, recompensa o ganancia que tiene un valor monetario, puede incluir obtener dinero, bienes, servicios, descuentos, contratos comerciales, empleos, préstamos.

A su vez la planificación tributaria, es muy importante ya que plantea herramientas que buscan el cumplimiento de la normativa legal con el propósito de evitar sanciones por incumplimiento de deberes formales, por defraudación y evasión en los pagos tributarios que le correspondan.

Los incentivos tributarios también son muy importantes ya que tienen la capacidad de minimizar la carga tributaria a través de exenciones, deducciones, tasas reducidas y diferimiento con el objetivo de impulsar los diferentes sectores económicos de un país. En la provincia de Cotopaxi los incentivos tributarios dentro del sector turístico son la exención de impuestos que gravan actos societarios, crédito tributario por la comercialización de paquetes turísticos, deducción de los costos y gastos por concepto de promoción, publicidad y diferimiento del pago de impuesto a la renta e IVA.

Dentro del análisis financiero que se realizó a las empresas turísticas de la provincia de Cotopaxi se utilizó los indicadores financieros como la Liquidez, la Solvencia, Gestión y la Rentabilidad. La liquidez representa la cualidad de los activos para ser convertidos en dinero efectivo de forma inmediata sin pérdida significativa de su valor. De tal manera que cuanto más fácil es convertir un activo en dinero se dice que es más líquido.

Por otro lado, la solvencia refleja las cantidades de los bienes que una empresa dispone para saldar sus deudas, pero sí para esa empresa no es fácil convertir esos bienes en efectivo para realizar sus cancelaciones, entonces no existe liquidez.

Un indicador de gestión financiera es concluyente para medir el éxito o cumplimiento de los objetivos trazados en una organización, forman una parte clave de retroalimentación de un proceso, monitoreo del avance o ejecución de metas establecidas, planes estratégicos entre otros. Mientras que la rentabilidad sirve para medir la efectividad de la administración de la empresa para controlar los costos y gastos y, de esta manera, convertir las ventas en utilidades

Metodología

La investigación se realizó bajo el enfoque cuantitativo cuya base de análisis es el control sobre los fenómenos observados, así como un punto de vista de

conteo y magnitudes de las variables (Pacheco, 2011). Sustentado en la literatura para definir una postura teórica. De ahí, se midieron variables y se establecieron conclusiones respecto de los resultados que generan beneficios económicos para el destino turístico.

El enfoque cualitativo se basa en un esquema inductivo y su método de investigación es interpretativo, contextual y etnográfico. Este método captura la experiencia de los individuos y estudia ambientes naturales sobre las empresas y sus resultados.

Según Sampieri (2010), el proyecto tiene investigación descriptiva porque se realizó análisis de los indicadores financieros para describir de mejor manera el tema en base a los datos estadísticos con sus respectivas especificaciones.

Toda esta información se presentó por medio de tablas con ejemplificaciones, y otras herramientas visuales con la finalidad de reforzar los conceptos y temas desarrollados dentro del mismo, todo esto se realizó basándose en la revisión y recopilación de información bibliográfica de páginas web, artículos científicos, posts informativos, página oficial de SRI (Servicio de Rentas Internas).

Resultados

El turismo

Es un fenómeno social consistente en la expulsión voluntaria y temporal de una persona o grupo de personas que se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro lugar, principalmente por motivos recreativos, culturales o de salud, donde realizan actividades lucrativas o a veces son remunerados y generan múltiples interacciones de trascendencia social, económica y cultural.

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. (Pololikashvili, 2022)

Los destinos proporcionados por la naturaleza y la diversidad cultural tienen beneficios económicos para las comunidades, es decir las autoridades dan mejoras en relación al turismo. "Son lugares de naturaleza y de cultura que deben aprovecharse y desarrollarse junto con otras infraestructuras de servicio como transporte, alojamiento y recursos humanos" (Kimbu, 2011).

Tipos de turismo

Suele identificarse para referenciar al turismo son los viajes por ocio o vacaciones, por salud, de religión, las visitas con amigos y familiares, en relación con los gustos de los viajeros y las actividades que puedan realizarse durante el hospedaje en aquel lugar.

Según Gardey (2008),

- **Turismo de compras:** se identifica por estar organizado con el fin de recorrer los centros comerciales y sitios donde el viajero puede consumir comprando.
- **Turismo cultural:** se localiza centrado en visitas a museos, exposiciones, y demás lugares propios del lugar donde el viajero consigue conocer más sobre la historia y la vida cultural del espacio que visita.
- **Turismo rural:** se describe a cualquier actividad turística que se localice en un medio rural, junto de áreas naturales, litorales y que permiten actividades relacionadas con el trabajo del sector rural, es respetuoso con el medio ambiente que pretende unirse al resto de las actividades turísticas aprovechando los recursos locales.
- **Turismo formativo:** tiene como meta ofrecer al viajero conocimientos sobre una materia determinada, objetivo de su viaje.
- **Turismo gastronómico:** se asemeja por que los viajeros conozcan las comidas autóctonas del lugar y realicen degustaciones y actividades relacionadas con la cocina.
- **El agroturismo:** consiste en actividades en medios rurales donde los turistas se alojan y pueden participar de las actividades propias del lugar, colaborando en la restauración de granjas o cortijos.
- **El ecoturismo:** es el que se realiza en medios de protección natural, tiene prioridad la preservación de la naturaleza.
- **Turismo de aventura:** radica en una serie de actividades que se realizan en un entorno rural y cuyo objetivo es ofrecer sensaciones de descubrimiento, poner a prueba los límites de supervivencia de los turistas.

Cabe destacar que existen ocho diferentes tipos de turismo, en Ecuador se practica cada una de estas, para la sostenibilidad de las diferentes comunidades para no perder su cultura, y de igual manera para los turistas conocer más sobre esta.

Principales cantones generadores de ingresos en la provincia de Cotopaxi

De acuerdo al Censo de Población y Vivienda (INEC, 2010), Cotopaxi cuenta con 409.205 habitantes, distribuidos de la siguiente manera: 173.094 personas en la Población Económicamente Activa (PEA) parejo al 42.3%, 146.253 personas en la Población Económicamente Inactiva (PEI) equivalente al 35.7% y 89.858 personas menores de 10 años equivalente al 22% de la población total de la Provincia, y a partir de esa distribución de manera cantonal se encuentra que a nivel cantonal Latacunga es el cantón que mayor cantidad de PEA concentra con el 42,69% seguido de los cantones Pujilí 15,99%, Salcedo 14,77%, La Maná 9,74%, Saquisilí 6,13%, Sigchos 5,39% y Pangua 5,28%.

El Valor Agregado Bruto (VAB) por rama de actividad económica La estructura económica de la Provincia de Cotopaxi se analiza a partir del Valor Agregado Bruto (VAB), que constituye los valores que se agregan a los bienes y servicios en las distintas etapas del proceso productivo, a partir de este valor se obtiene el PIB luego de añadirle al valor agregado del país los impuestos indirectos que gravan las operaciones de producción. Según información del Banco Central del Ecuador al año 2010 el VAB de Cotopaxi fue de 1.173.896 miles de dólares, en donde el sector terciario aporta con el 52,04%, el sector primario con el 27,74%, el y el 20,23% correspondiente al sector secundario.

Analizando el VAB a nivel cantonal se determina que el Cantón Latacunga es el que mayor Valor Agregado Bruto genera en el 62,02%, concentrado principalmente en actividades de agricultura, ganadería, silvicultura, pesca, transporte y comercio al por mayor y menor, el resto de los cantones tienen un aporte en menor escala, así el cantón Salcedo aporta con el 13,12, Pujilí el 8,80%, La Maná el 6,42%, Saquisilí el 3,38% y Sigchos con el 2,63%. En las diversas actividades que la provincia realiza para las actividades que la ciudadanía pueda subsistir se encuentra en un nivel bajo ya que algunos sectores existen un alto nivel de pobreza.

Importancia del Turismo para la Economía de Cotopaxi

Tabla 1

Actividades Económicas en el Cantón Latacunga, por Parroquias en %

| Parroquias | Agricultura la Silvicultura | Comercio | Sector Público | Manufactura | % De la Economía del Cantón |
|----------------------|-----------------------------------|----------|----------------|-------------|-----------------------------------|
| Once de Noviembre | \$ 43,49 | \$23,45 | \$8,04 | \$25 | \$1,17 |
| Alaquez | \$69,88 | \$9,82 | \$8,6 | \$11,68 | \$3,47 |

| | | | | | |
|------------------------|----------|---------|---------|---------|---------|
| Belisario Quevedo | \$70,83 | \$12,55 | \$6,22 | \$10,38 | \$3,53 |
| Guaytacama | \$41,09 | \$11,23 | \$34,44 | \$13,23 | \$6,77 |
| Joseguango Bajo | \$77,37 | \$6,57 | \$3,87 | \$12,17 | \$1,81 |
| Latacunga | \$19,91 | \$31,38 | \$27,33 | \$21,64 | \$55,21 |
| Mulaló | \$ 75,19 | \$ 7,47 | \$3,029 | \$13,3 | \$5,26 |
| Poalo | \$76, 86 | \$8,43 | \$5,53 | \$9,16 | \$3,27 |
| Tanicuchi | \$54,34 | \$13,90 | \$5,92 | \$23,82 | \$7,66 |
| San José de Pastocalle | \$60,72 | \$8,63 | \$4,34 | \$26,29 | \$6,91 |

Nota: Información recuperada de (Sistema Nacional de Información, 2017)

Análisis. Se puede evidenciar sus respectivas Parroquias con sus sectores Agrícolas, Comercio, Sector Público, Manufactura cada parroquia tiene sus respectivas cantidades en cada sector y su respectivo porcentaje en la economía del cantón. Elaborado por (Mónica Guamán, 2022)

Según datos del INEC 2010, la Población Económicamente Activa del cantón Latacunga es de 73,897, es decir, el 43.3% de la población del cantón. El 26,8% de la PEA se emplea en agricultura, ganadería, silvicultura y pesca; el comercio emplea el 14,6%; la industria manufacturera el 12,6% y el 12,9% se ocupa en el sector público, siendo estas actividades las más representativas. (Dirección de Turismo, 2020-2025)

Importancia del Turismo para la Economía del País

El turismo es un sector de gran importancia y dinamismo para la economía de los países receptores. Este sector está conformado por varios sectores de la economía como el hotelaría, restaurantes, transporte, agencias de viaje, recreación, entre otros por lo que ha sido considerada una de las industrias más grandes del mundo.

Análisis de los Factores Determinantes del Turismo en Ecuador

Para determinar los resultados que ha generado dentro del modelo del país a continuación se evidencia un resumen de los resultados obtenidos.

Tabla 2

Análisis de los Factores determinantes del turismo en Ecuador

| VARIABLES | EQ4 |
|------------------|------------|
|------------------|------------|

| | |
|--|----------------|
| PIB per cápita rezagado Ecuador | \$1,152 |
| Índice desarrollo de Ecuador | \$0,354 |
| Infraestructura de Ecuador | \$3,808 |
| Oferta Monetario de Ecuador | \$0,915 |
| Apertura comercial de Ecuador | \$0,699 |

*Nota: Variables determinantes del turismo y su EQ4 con sus respectivos valores
Tomado de (Mónica Guamán, 2022).*

Se puede observar que el turismo del país se ve positivamente por los ingresos rezagados, el índice de desarrollo humano y por la apertura comercial. De la misma forma, la variable la infraestructura resulta no ser significativa para el turismo. Los resultados de Ecuador en la variable de los precios, medido a través de la oferta monetaria la cual resulta ser no significativa para el caso ecuatoriano (Gascon, 2006)

Además, las nuevas tendencias, los mercados han empezado a incursionar en nuevos modelos de negocios, donde la principal opción se centra en los diferentes tipos de turismo como un impulsador de la económica de los países, se propone identificar el aporte del sector turismo en la economía del país. Donde se desarrolla una investigación con un enfoque descriptivo, aplicada con diseño documental y revisión teórica mencionada (Johana Milena Mogrovejo-Andrade, 2019).

Beneficio social de la actividad turística

El estudio busca considerar los beneficios no económicos de la actividad turística por ello se trabaja como participantes a las empresas turísticas de las ramas de alojamiento, alimentación, esparcimiento, de montaña y otros servicios que en Ecuador de acuerdo con el censo económico son 71815 establecimientos, de los cuales se consideran 310 locales, siempre que cumplan con los siguientes criterios: posean al menos 5 empleados, tengan más de dos años de funcionamiento y pertenezcan a los sectores indicados (Grasso, 2006).

Actividades recreativas

Figura 1

Actividades Recreativas

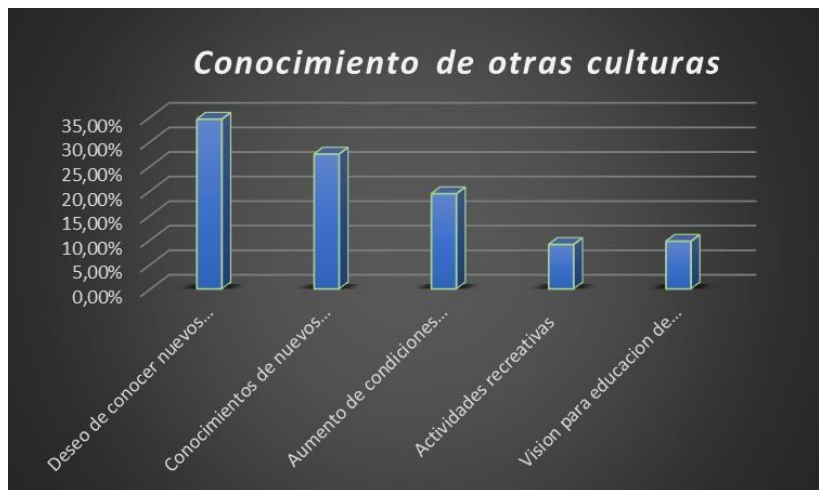


Elaborado por (Monica Guamán, 2022)

Se observa que practicar deportes (29,68%) y viajar (27,42%) son las principales actividades de distracción que los encuestados realizan en su tiempo libre, esto depende de los gustos y preferencia de cada persona, sin embargo, enfocándose en el turismo se puede mencionar que es una actividad que se ha visto limitada hasta cierto punto por el factor económico y calidad de vida de las personas en la generación de plazas de trabajo (Gascon, 2006) debido a que las crisis por la que atraviesa actualmente el país ha reducido el número de viajes internacionalmente.

Figura 2

Conocimiento de otras culturas



Nota: Elaborado por (Mónica Guaman, 2022)

Conocimiento en otras culturas

Los cambios que ha generado el contacto con turistas han sido de gran beneficio para erradicar viejos paradigmas sociales en cuanto a esta actividad (Lopez & López, 2004); se evidenció que los principales cambios que se generan son el deseo de conocer nuevos países (34% de los encuestados) y aprender otros idiomas (27% de los encuestados) (gráfico 2). • Exploración de destinos Al momento de elegir el destino turístico, los viajeros consideran como factor más relevante los precios y promociones (38,71% de encuestados), en segunda instancia están los atractivos geográficos del destino y el estatus de este (28,71%); otro factor relevante de aceptación fue el estatus del lugar (21,94%).

El turismo es un sector de gran importancia y dinamismo para la economía de los países receptores. Este sector está conformado por varios sectores de la economía como el hotelería, restaurantes, transporte, agencias de viaje, recreación, entre otros por lo que ha sido considerado una de las industrias más grandes del mundo.

El Turismo y sus Vinculaciones con la Economía

Aun cuando el turismo es uno de los más grandes empleadores y exportadores de servicios, y que para la economía mundial es uno de los sectores principales, existen limitados estudios acerca de la contribución de este sector al crecimiento de la economía de los países (ORTIZ, 2011, 2012)

Las políticas gubernamentales relacionadas con el turismo son por tanto de vital importancia y deben ser cuidadosamente diseñadas de manera que busquen incentivar el desarrollo de infraestructura propicia para el turismo, equilibren las condiciones de oferta y demanda de cada destino, promuevan la especialización en el área de turismo, buscando nuevas actividades de turismo, potenciales e impulsen la innovación. Todo ello con el objetivo de proporcionar un mayor valor agregado que se refleje en la balanza de pagos mencionada (Gokovali, 2010).

Adicionalmente, el turismo, por su calidad de generador de oportunidades de negocio y expansión de la economía, ha logrado contribuir en el mejoramiento de la calidad de vida de las personas, crear conciencia ecológica y mejorar el crecimiento económico, el mismo que permite mejorar el acceso a educación y salud; es decir, generar desarrollo humano, el cual de manera recíproca influye positivamente en el turismo (Mehregan et al, 2012).

No obstante, la relación entre el turismo y el desarrollo económico no ha sido suficientemente profundizada en los estudios revisados y podría ser un tema de interés para nuevas investigaciones, para de esta manera determinar si el turismo está realmente aportando a mejorar la calidad de vida de las personas de los destinos turísticos.

Beneficios del turismo

El turismo no es sólo una fuente de ingresos, sino también de empleo, el cual en el Ecuador representa cerca de medio millón de empleos directos y una cifra similar en empleos indirectos, dinamizando con esto la economía nacional.

El turismo aporta cerca de 700 millones de dólares anuales, mediante divisas que llegan al Estado por medio de impuestos y tasas, pero también de manera directa a la empresa privada, a los medianos y pequeños comerciantes y prestadores de servicios, principales actores del turismo en Ecuador (Ministerio de Turismo, 2020).

Para poder reactivar el turismo en el Ecuador, el presidente Guillermo Lasso emitió un decreto en enero del 2022, donde se oficializó la reducción del Impuesto al Valor Agregado (IVA) del **12%** al **8%**. La reducción del IVA se aplicó a los alimentos, alojamiento, bebidas, transporte que se dedicarán principalmente al turismo.

Principales beneficios del turismo

- Beneficio económico

El beneficio económico es similar al beneficio contable pero menor que este, debido a que refleja el coste de oportunidad de una empresa para un inversor. Además, el beneficio normal describe a la situación en la que el beneficio económico es cero. (Rivas, 2012).

Para la economía del País el turismo es muy importante ya que contribuye al crecimiento de los ingresos efectivos con un aumento de recursos efectivos (grandes plazas de trabajo), la distribución más equitativa de los recursos y la estabilidad del mercado de divisas.

- Beneficio contable

El beneficio contable es la diferencia entre todos los ingresos y todos los gastos de un periodo, entendido comúnmente como la utilidad de un negocio o empresa. Este beneficio es el objetivo principal de las organizaciones con fines de lucro. (Pérez, 2015),

Los ingresos procedentes del turismo se generan como resultados de los gastos de los turistas, que se define como el total de los ingresos de consume que incurre un visitante durante el viaje y su estancia en el destino, los gastos que tienen los turistas tienen un gran impacto directo en la economía, contribuyendo a la creación de ingresos nacionales.

- Beneficio financiero

El beneficio financiero es una ventaja, recompensa o ganancia que tiene un valor monetario. Puede incluir obtener dinero, bienes, servicios, descuentos, contratos comerciales, empleos, préstamos. (Pérez, 2015).

El turismo ha sido uno de los principales ingresos económicos que tiene Ecuador, ya que entre más personas vengan al país y dejen dinero es beneficioso para el mismo, a su vez aporta al desarrollo económico y también a la creación de nuevas plazas de trabajo. Generando cada día ingresos y aumentos en la economía del país.

Importancia de la planificación tributaria

Galarraga, (2012) señala que la planificación tributaria, plantea herramientas que no se orienta para excluir ingresos, ni para ocultarlos, y en ningún caso para evadir obligaciones tributarias, ellas buscan el cumplimiento de la normativa legal con el propósito de evitar sanciones por incumplimiento de deberes formales, por defraudación y evasión en los pagos tributarios que le corresponda, por tal motivo, esta herramienta debe evitar abusar de las formas jurídicas.

Dentro del régimen tributario existe varios principios básicos como el que no hay exigencia de tributos sin ley que exprese de lo creado y el de la unidad e igualdad tributaria, estas prestaciones son mayoritarias en base a lo que tiene de la planificación tributaria, por otro lado, las empresas que cuentan condiciones económicas para que paguen cantidades igualitarias en las contribuciones de estas. Si la planificación tributaria vulnera estos principios, el contribuyente puede proponer la acción contencioso-tributaria respecto de las situaciones de hecho o de derecho que se hubieren suscitado. (Andrade, 2011)

La planificación tributaria surge como medida de control en base al cumplimiento de las obligaciones tributarias dentro del sector empresarial del sector turístico, la planificación tributaria es importante para proporcionar a la organización una herramienta o guía para evitar sanciones, multas o moras por el incumplimiento de deberes formales, o pagos tributarios, y así se evitará alguna infracción tributaria y evasión, con ello se obtendrá una alternativa de mejora dentro de la administración de recursos financieros, mismo que será sobre la búsqueda de medidas de prevención y solución frente a los problemas que puedan afectar el cumplimiento de deberes formales de los diferentes contribuyentes que se encuentren en esta.

Una correcta optimización de la planificación tributaria requiere de:

- Una operación aún no realizada.
- Un riguroso análisis de las normas tributarias que aplican sobre la operación.

- La identificación de escenarios posibles.
- El impacto tributario en cada uno de ellos.
- Un análisis financiero de la implementación de cada escenario.
- Un análisis de factibilidad (tiempos, trámites, posibilidad).
- La elección de la alternativa más económica y eficiente

Análisis de los incentivos tributarios

1. Exenciones o Exoneración de Pago

Para entender este incentivo tendremos que saber el significado de la palabra exención, Gil (2015) menciona que “La exención fiscal es un derecho por el cual un hecho por el que debía pagarse un impuesto queda exonerado del mismo. Así, el contribuyente queda liberado de ese tributo por mandato de la ley.” (p.1), por lo tanto, la exención no es más que una anulación al pago de impuestos total o parcial impuesta por el estado con la finalidad estimular una inversión librando de carga impositiva a algunas ramas de la producción y el mismo se atribuye como un incentivo de reducción a las obligaciones tributarias.

2. Deduciones

Las deducciones tienen el objetivo de nivelar las cargas tributarias, así como incentivar a los contribuyentes a realizar actividades económicas, es decir, la administración tributaria con el objetivo de optimizar los ingresos en las organizaciones reduce la carga impositiva al momento de realizar la respectiva declaración de impuestos.

Según Gonzáles (2021) “La Dedución Fiscal es una disminución en la tasa tributaria de un impuesto del que tuviésemos que pagar cualquier contribuyente, por tanto, es un beneficio económico de la Ley Tributaria, que facilita a algún contribuyente en sus gastos deducibles.” (p.1)

3. Crédito Tributario

El crédito tributario es un incentivo por el cual el sujeto pasivo tiene derecho a un monto a favor, después de cumplir obviamente con sus obligaciones tributarias, el cual puede ser utilizado para futuras declaraciones o a su vez reclamarlo a la administración tributaria.

Según Molina (2010) “En ocasiones el valor del impuesto pagado en sus compras es mayor al cobrado por efecto de sus ventas, produciendo lo que se denomina crédito tributario o saldo a favor de la empresa, mismo que podrá hacerse efectivo en la declaración del mes siguiente o acumularse.” (p.7)

4. Reducción de Tasas

Las tasas impositivas personales promedio y marginales no estarán acompañadas de mejoras en el cumplimiento de los impuestos por parte de los contribuyentes, las declaraciones de impuestos sobre la renta (empleados más utilidades) se mantuvieron, antes y después de la reforma, en niveles similares. “Los siguientes representan esencialmente los resultados de la expansión del sistema de retención del impuesto sobre la renta, un cambio importante provocado por la reforma de la administración y recaudación tributaria” (Villafuerte, 2022). La tasa mediana y marginal del IRPF no irá acompañada de una mejora en el respeto de los contribuyentes, ya que la declaración de la renta se mantendrá igual.

5. Diferimiento Impositivo

La prórroga del pago de impuestos es la postergación o retiro del pago de un determinado impuesto dentro de un período determinado por una autoridad legal estatal. Los aplazamientos de impuestos forman parte de una carga tributaria que se determina por la prórroga del pago del impuesto en el momento en que se cumple con sus obligaciones tributarias. “En definitiva, el diferimiento fiscal es un retraso en el pago de impuestos, sin embargo, en algún momento debe comenzar el cumplimiento de las obligaciones tributarias antes mencionadas” (Espín Serrano, 2021). Los retardos de impuestos son la parte de una obligación tributaria que se determina al extender su período de pago de impuestos hasta el punto en que se cumplen sus obligaciones tributarias.

6. Beneficios tributarios

La ventaja fiscal también se define como “preceptos legales creados por los legisladores que, persiguiendo incentivos dignos de protección por las normas constitucionales, perfeccionan los impuestos incompletos. “Las mejoran adaptándose a las circunstancias políticas, económicas y sociales del momento presente, estos incentivos se crean para fomentar la inversión, que los gobiernos latinoamericanos han utilizado de manera muy explícita” (Kuffó, 2020). Lo están mejorando, adaptándolo a las condiciones sociales del momento, y estos estímulos se crean para incentivar las inversiones, que los gobiernos de América Latina han utilizado muy claramente.

7. Reinversión de utilidades

La reinversión de beneficios es el costo gastado en la adquisición de medios de producción de consumo no final, los medios de producción utilizados en la producción de otros bienes, en un sentido más amplio. La inversión es el flujo de efectivo que se dirige hacia la creación. y mantener los activos y aumentar el costo del capital, así como la implementación de proyectos que se cree que son

rentables y que los accionistas esperan que también generen ganancias. (Baidal, 2021). La ganancia reinvertida es el costo gastado en la ganancia de los medios que no se deprecian por completo en el momento del consumo, es decir los medios de producción utilizados en la producción de bienes, del sentido amplio.

¿Cómo ayudan los Incentivos Tributarios en las Empresas Turísticas?

Ha existido un beneficio moderado en materia de incentivos y beneficios tributarios con la mayoría de las empresas del sector turístico de la provincia de Cotopaxi. Dentro de los beneficios e incentivos tributarios más sobresalientes para las compañías destacan: exención de impuestos que gravan actos societarios, crédito tributario por la comercialización de paquetes turísticos, deducción de los costos y gastos por concepto de promoción, publicidad y diferimiento del pago de impuesto a la renta e IVA.

Las organizaciones que realizaron gastos por promoción y publicidad se han beneficiado por la deducción por dicho concepto, así mismo, la mayor parte de las entidades que realizaron transferencias de bienes inmuebles destinados periódicamente al turismo han sido beneficiadas por exoneraciones de los impuestos de registro y alcabala. De igual manera, una parte importante de compañías que han realizado actividades de comercialización de paquetes turísticos hicieron uso del 100% del crédito tributario dirigido al sector.

Por otro lado, los beneficios e incentivos que menos se aplicaron fueron los dirigidos a la deducción de pago al exterior, exención del impuesto a la renta. También se halló que una gran parte de las empresas del sector turístico no realizan gastos destinados al exterior, por consiguiente, no se mantienen informados sobre dicho incentivo, por lo que tampoco son beneficiarias del mismo (Fortún, 2022).

¿Cuáles son los incentivos tributarios y cómo ayudan a las empresas turísticas?

Los incentivos tributarios son medidas legales que adopta la Administración Tributaria, los mismos que benefician directamente a las personas naturales y jurídicas que realizan alguna actividad económica. Desde el punto de vista de Villagómez (2016) los incentivos tributarios “se refiere a un estímulo que el sistema tributario concede y beneficia a ciertos productores, empresarios o personas que realicen alguna actividad económica reduciendo sus obligaciones tributarias” (p. 37). En definitiva, este tipo de incentivos tienen la capacidad de minimizar la carga tributaria a través de exenciones, deducciones, tasas reducidas y diferimiento con el objetivo de impulsar los diferentes sectores económicos de un país.

Para la realización de este análisis financiero destinado a la provincia de Cotopaxi, para el sector turismo, se analizaron cuatro ejes que permitirán acceder a los resultados esperados, las deducciones, las exenciones, los créditos tributarios y los diferimientos impositivos de este mismo sector.

Se observa las descripciones de estos incentivos para saber cuáles son los beneficios que tiene el contribuyente, específicamente para el sector turístico. Estos incentivos ayudarán a entender de mejor manera la importancia y su aplicación en la práctica.

Deducciones

Las deducciones son una disminución en la tasa tributaria de un impuesto del que se tuviese que pagar un contribuyente colocados para determinar la base imponible sujeta a este impuesto se deben de deducir los gastos e inversiones que se efectúen con el propósito de obtener, mantener y mejorar los ingresos de fuentes ecuatorianas (S.R.I 2022).

Exenciones

El artículo 31 del Código Tributario ecuatoriano define las exenciones tributarias de la siguiente forma: “Exención o exoneración tributaria es la exclusión o la dispensa legal de la obligación tributaria, establecidas por razones de orden público, económico o social” es decir que, en ciertas circunstancias en base a la normativa legal, pueden ser exenciones o exclusiones tributarias se tiene a los siguientes tipos de exenciones:

1. Los dividendos y utilidades calculados después del pago de impuesto a la renta por sociedades residentes nacionales o extranjeras.
2. Los obtenidos por las instituciones del estado.
3. Aquellos exonerados en virtud de convenios internacionales.
4. Instituciones de carácter privado sin fines de lucro.
5. Los intereses percibidos por personas naturales por sus depósitos de ahorro a la vista pagados por entidades del sector financiero del país.
6. Los que perciban los beneficios del instituto ecuatoriano de seguridad social.
7. Los provenientes de gremios de lotería.
8. Los viáticos que se conceden a los funcionarios y empleados de las instituciones del estado.
9. Los generados por la enajenación ocasional de inmuebles.

10. Los ingresos que se obtengan de los fideicomisos mercantiles.

Impuesto a la Renta

Dentro del centro turístico uno de los beneficios es la reducción del impuesto a la renta, para que las empresas del sector turístico puedan generar nuevas inversiones.

Reducción de tres puntos porcentuales (3%) del Impuesto a la Renta para el desarrollo de nuevas inversiones.

Reducción de cinco puntos porcentuales (5%) del Impuesto a la Renta para la suscripción de contratos de inversión

Impuesto al Valor Agregado

Por decreto se reduce la tarifa del IVA la reducción del impuesto en 4 puntos porcentuales. por la prestación de todos los servicios definidos como actividades turísticas a favor de las personas naturales o sociedades, nacionales o extranjeras a nivel nacional durante los feriados, esto beneficia al turista poder salir a conocer nuevos lugares, y ayudar al sector turístico a la dinamización económica.

Tabla 3

Incentivos Tributarios del Sector Turístico

| Tipo | Incentivos y Beneficio | Ley | % Vigente |
|--|--|---|--|
| | | Ley Orgánica para el Desarrollo Económico y Sostenibilidad Fiscal tras la Pandemia COVID-19 | Hasta el 31 de marzo de 2022 se aplica una tarifa del 3.5% |
| Declaración de patrimonio en el exterior | Tener un mejor control sobre el dinero que se encuentra en el exterior, para tener más recursos para el estado | /LIBRO II. Régimen Impositivo Voluntario, Único y Temporal para la Regulación de activo en el exterior, Art. 15 | Hasta el 30 de junio de 2022 se aplica una tarifa del 4.5% |
| | | | Hasta el 31 de diciembre de 2022 se aplica una tarifa del 5.5% |
| IVA | Reducción del impuesto en 4 puntos porcentuales. | Decreto Nro. 339, Art. 1, Literal A y B | 8% |

Análisis financiero basado en los incentivos tributarios de las actividades del sector Turístico y Hotelero de la provincia de Cotopaxi

| | | | |
|---------------------------------|---|--|--|
| | <p>Dirigido exclusivamente al sector turístico.</p> <p>Específicamente en los feriados de:</p> <p>Carnaval: sábado 26, domingo 27, lunes 28 de febrero y martes 01 de marzo de 2022.</p> <p>Viernes Santo: viernes 15, sábado 16 y domingo 17 de abril de 2022</p> | | |
| Mediación de deudas tributarias | <p>Facilidades para el pago del capital y remisión o perdón del pago de intereses por deudas que aún no están en firme y que aún no han llegado a litigio.</p> <p>Facilidades de pago o revisión de medidas cautelares para el contribuyente que tenga deudas en firme con el SRI y que aún no han llegado a litigio.</p> <p>Si ya licitó y afronta procesos coactivos, el contribuyente accederá solo a facilidades de pago y al levantamiento de las medidas cautelares (Orosco, 2022).</p> | <p>Ley Orgánica para el Desarrollo Económico y Sostenibilidad Fiscal tras la Pandemia COVID- 19/LIBRO III. REFORMAS A VARIOS CUERPOS LEGALES TÍTULO II. REFORMAS AL CÓDIGO TRIBUTARIO, Art. 76</p> | <p>Hasta el 50% de remisión de intereses multas y recargos</p> |
| Impuesto a la renta | <p>Reducción de tres puntos porcentuales (3%) del Impuesto a la Renta para el desarrollo de nuevas inversiones</p> <p>Reducción de cinco puntos porcentuales (5%) del Impuesto a la Renta para la</p> | <p>Ley Orgánica para el Desarrollo Económico y Sostenibilidad Fiscal tras la Pandemia COVID- 19/LIBRO III. REFORMAS A VARIOS CUERPOS LEGALES TÍTULO I. REFORMAS A LA LEY DE RÉGIMEN</p> | <p>-3%</p> <p>-5%</p> |

| | suscripción de contratos de inversión. | TRIBUTARIO INTERNO, Art. 46 |
|--|--|--|
| | <p>1. Exoneración total de los derechos de impuestos que gravan los actos societarios de aumento de capital, transformación, escisión, fusión incluidos los derechos de registro de las empresas de turismo registradas y calificadas en el Ministerio de Turismo.</p> | |
| Las personas naturales o jurídicas que presenten proyecto turísticos | <p>2. Exoneración total de los tributos que gravan la transferencia de dominio de inmuebles que se aporten para la constitución de empresas cuya finalidad principal sea el turismo, así como los aportes al incremento del capital de compañías de turismo registradas y calificadas en el Ministerio de Turismo (MT). Esta exoneración comprende los impuestos de registro y alcabala, así como sus adicionales tanto para el tradente como para la empresa que recibe el aporte. Estos bienes no podrán ser enajenados dentro del plazo de 5 años, desde la fecha del respectivo contrato, caso contrario se gravará con los respectivos impuestos previamente exonerados con los</p> | <p>Ley Orgánica para el Desarrollo Económico y Sostenibilidad Fiscal tras la Pandemia COVID-19/CAPÍTULO VII DE LOS INCENTIVOS Y BENEFICIOS EN GENERAL, Art. 26</p> |

Análisis financiero basado en los incentivos tributarios de las actividades del sector Turístico y Hotelero de la provincia de Cotopaxi

| | | | |
|--|---|--|---|
| | <p>respectivos intereses, con excepción de que la enajenación se produzca a otro prestador de servicios turísticos, calificado, así mismo, por el Ministerio de Turismo.</p> <p>Acceso al crédito en las instituciones financieras que deberán establecer líneas de financiamiento para proyectos turísticos calificados por el MT.</p> | | |
| Personas naturales o sociedades o empresas turísticas que cuenten con proyectos calificados; previo el informe favorable del Ministerio de Turismo | Tendrán derecho a la devolución de la totalidad del valor de los derechos arancelarios, excepto el impuesto al valor agregado (IVA), en la importación de naves aéreas, acuáticas, vehículos y automotores para el transporte de turistas nacionales o extranjeros | Ley Orgánica para el Desarrollo Económico y Sostenibilidad Fiscal tras la Pandemia COVID- 19/CAPÍTULO VII DE LOS INCENTIVOS Y BENEFICIOS EN GENERAL, Art. 27 | |
| Los gastos que se reembolsen al exterior por concepto de campañas de publicidad y mercadeo | Serán deducibles para efectos de la determinación de la base imponible del impuesto a la renta ni se someten a retención en la fuente | Ley Orgánica para el Desarrollo Económico y Sostenibilidad Fiscal tras la Pandemia COVID- 19/CAPÍTULO VII DE LOS INCENTIVOS Y BENEFICIOS EN GENERAL, Art. 28 | Para su aplicación NO podrá exceder el 5% de los ingresos |
| Restitución del Iva | Aplicado para los turistas extranjeros que durante su estadía en el Ecuador hubieren contratado servicios de alojamiento turístico y/o adquiridos bienes y los lleven consigo al momento de salir del país. Factura mayor a \$50 | Ley Orgánica para el Desarrollo Económico y Sostenibilidad Fiscal tras la Pandemia COVID- 19/CAPÍTULO VII DE LOS INCENTIVOS Y BENEFICIOS EN GENERAL, Art. 30 | |

| | | |
|---------------------------------|--|--|
| Servicios prestados al exterior | Los servicios de turismo receptivo facturados al exterior se encuentran gravados con tarifa cero por ciento del impuesto al valor agregado de conformidad con la Ley de Régimen Tributario Interno. Estos servicios prestados al exterior otorgan crédito tributario a la compañía turística registrada en el Ministerio de Turismo. | Ley Orgánica para el Desarrollo Económico y Sostenibilidad Fiscal tras la Pandemia COVID- 19/CAPÍTULO VII DE LOS INCENTIVOS Y BENEFICIOS EN GENERAL, Art. 31 |
|---------------------------------|--|--|

Nota: La tabla muestra los incentivos tributarios que se encuentran en el país. Obtenido de la Ley Orgánica para el Desarrollo Económico y Sostenibilidad Fiscal tras la Pandemia COVID-19, específicamente los beneficios tributarios.

Resultados

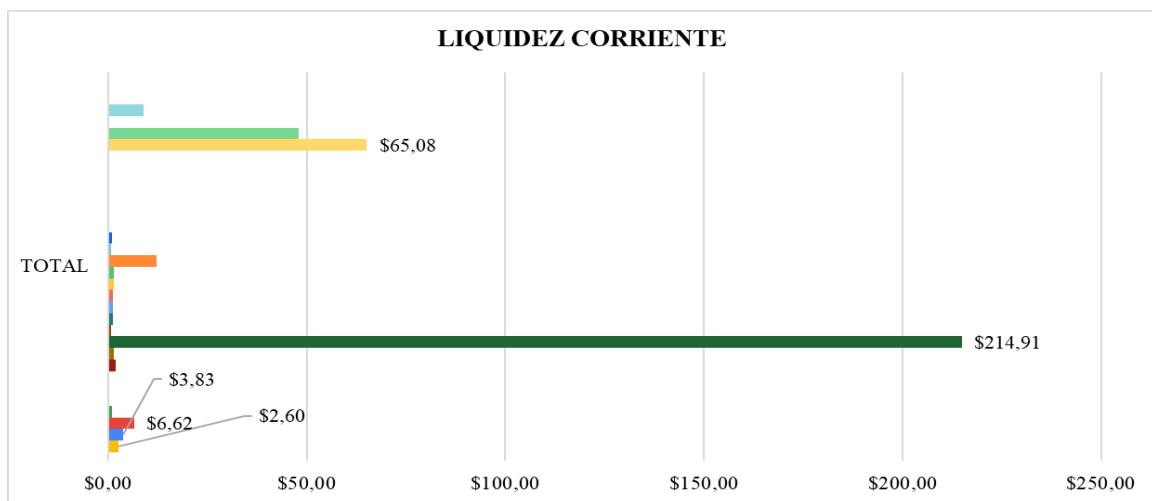
Análisis de los Indicadores Financieros de los datos de la Provincia de Cotopaxi Liquidez

Liquidez Corriente

$$\text{Liquidez Corriente} = \text{Activo} / \text{Pasivo}$$

Figura 3

Liquidez Corriente



Nota: El gráfico muestra la liquidez corriente entre las empresas del sector de Cotopaxi. Elaborado por Nayely Pinta (2022).

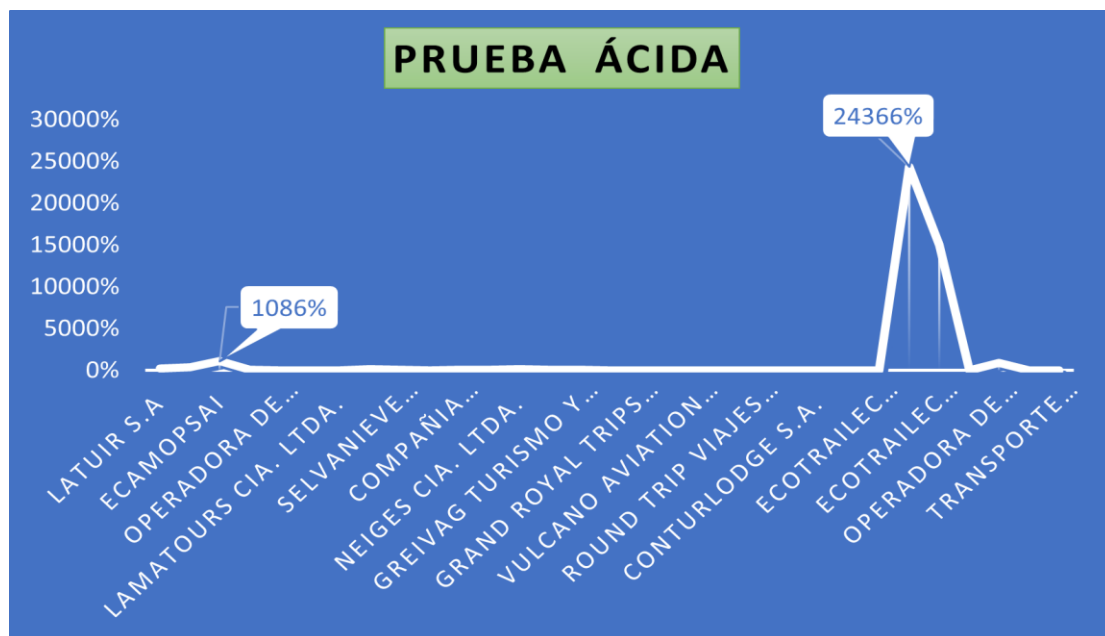
Análisis: Una vez analizado la liquidez de las empresas, contamos que todas las empresas tienen una posición favorable en vista que sus deudas a corto plazo son menores \$1 a 4, pero existen empresas que tienen deudas mayores de \$65,08 a \$214, 91, lo cual deberían recurrir que sus ingresos sean mayores, para que esas empresas no lleguen a su cierre definitivo, lo cual debilitaría al sector turístico en la provincia de Cotopaxi.

Prueba Ácida

Activo Corriente – Inventarios / Pasivo Corriente

Figura 4

Prueba Ácida



Nota: El gráfico representa la empresa con mayor y menor endeudamiento de la prueba ácida en la provincia de Cotopaxi. Elaborado por Nancy Guaranda (2022).

Análisis: La empresa que tiene un mayor número de unidades monetarias de activos que conseguido por cada unidad monetaria de patrimonio es la empresa. Con un apalancamiento de 24366% y de manera contradictoria la descienden a un 1086% al no tener la rentabilidad adecuada del patrimonio de la empresa.

Solvencia

Para Gitman (2003), la solvencia se refleja en la tenencia de cantidades de bienes que una empresa dispone para saldar sus deudas, pero sí para esa empresa no es fácil convertir esos bienes en efectivo para realizar sus cancelaciones,

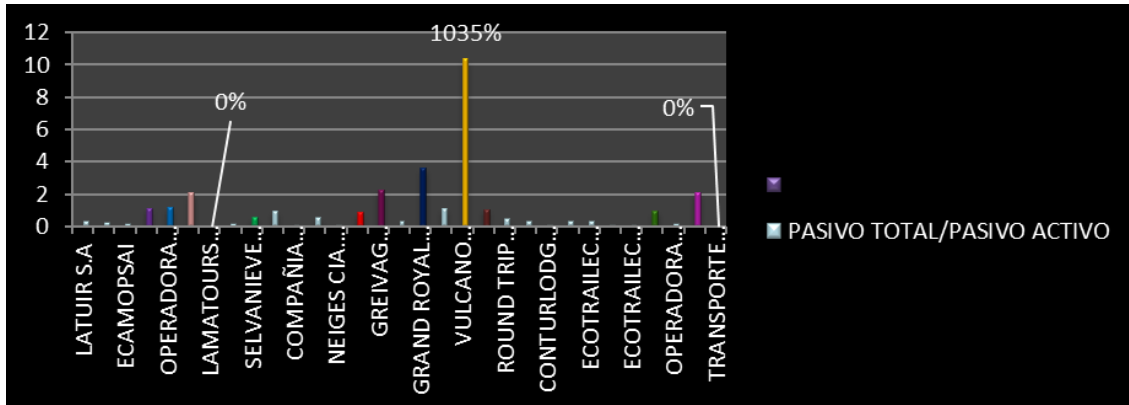
entonces no existe liquidez; por ello, es importante destacar que una empresa con liquidez es solvente pero no siempre una empresa solvente posee liquidez.

Endeudamiento del Activo

$$\text{Endeudamiento del Activo} = \text{Pasivo Total} / \text{Activo Total}$$

Figura 5

Endeudamiento del Activo



Nota: El gráfico representa el endeudamiento del activo entre las empresas del sector de Cotopaxi. Elaborado por Brenda Arias (2022).

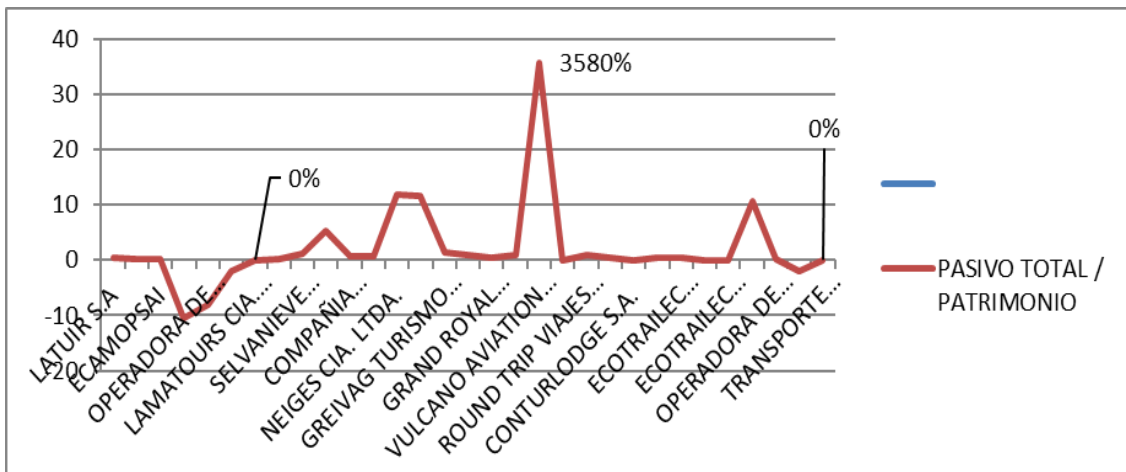
Análisis: De acuerdo análisis financiero que se realizó a las empresas de Cotopaxi, se puede concluir que la empresa Vulcano Aviantion Tour EC Airvolcan S.A., cuenta con un Activo Corriente de \$318.270,05 y con Pasivo Corriente de \$315.412,30 teniendo una deuda de recursos ajenos de 1035% para poder financiar sus activos, esto quiere decir que si el endeudamiento es mayor a 1.0 o 100 % señala que la empresa tiene más deuda que activos. Por otro lado, Lamas Tours CIA. LTDA. Cuenta con un porcentaje del 0% al igual que Transpote Inter parroquial de Salcedo S.A. Salcentrans S.A ambas empresas cuentan con más activos que deudas.

Endeudamiento Patrimonial

$$\text{Endeudamiento P.} = \text{Pasivo Total} / \text{Patrimonio}$$

Figura 6

Endeudamiento Patrimonial



Nota: La gráfica representa el Endeudamiento Patrimonial de las Empresas Turísticas de la provincia de Cotopaxi. Elaborado por Brenda Arias (2022).

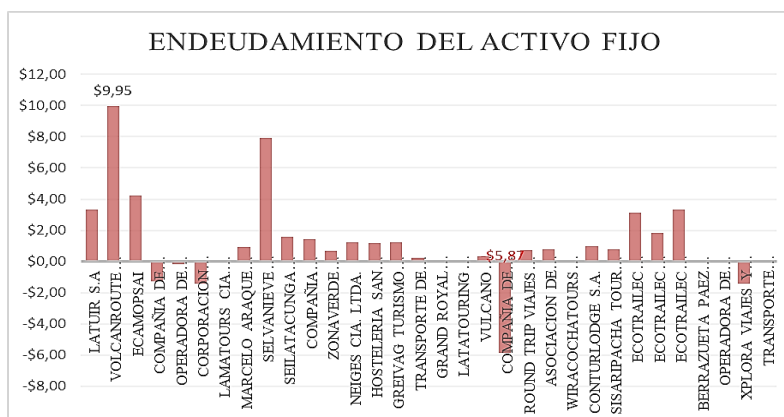
Análisis: Una vez realizado el respectivo análisis financiero se logró identificar que la empresa Vulcano Aviantion Tour EC Airvolcan S.A., tiene el porcentaje más alto de un 3580% a comparación de las demás empresas, esto quiere decir que, si el endeudamiento es mayor o superior a 0,60%, significa que la empresa está muy endeudada. Pero las empresas Lama Tours Cía. Ltda. y Transporte Inter parroquial de Salcedo S.A. "Salcotrans" tienen un porcentaje del 0% de Endeudamiento Patrimonial, esto quiere decir que las empresas poseen recursos propios.

Endeudamiento del Activo Fijo

Endeudamiento A.F.= Patrimonio/ Activo Fijo Neto Tangible

Figura 7

Endeudamiento del Activo Fijo.



Nota: El gráfico representa la empresa con mayor y menor endeudamiento del activo fijo en la provincia de Cotopaxi. Elaborado por Dayana Chicaiza (2022).

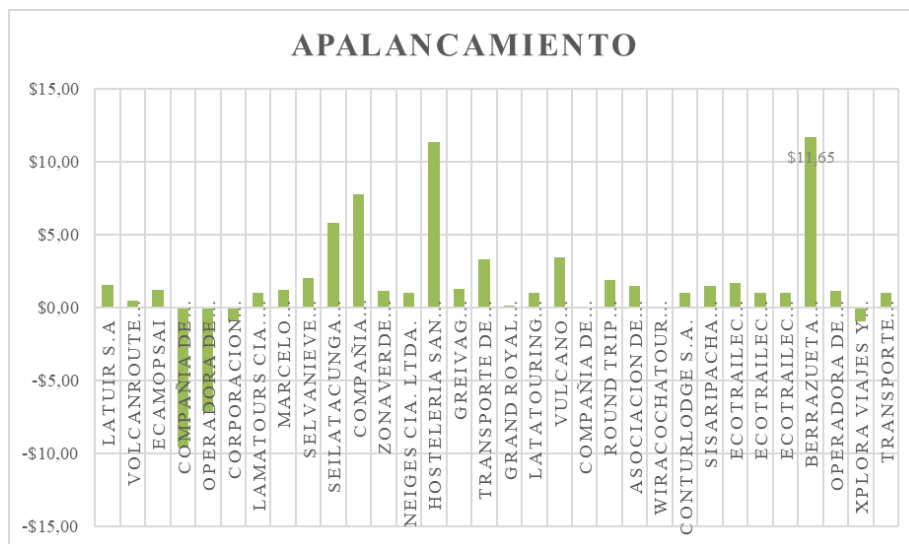
Análisis: Al aplicar el indicador financiero entre el patrimonio y el activo fijo neto se identifica que en la provincia de Cotopaxi las empresas Volcano Route Expediciones Cía. Ltda., la totalidad del activo fijo fue financiado con el patrimonio de la empresa sin la necesidad de préstamos de terceros con una solvencia de \$9,95, al contrario de la Compañía de Viajes y Turismo Ruta Tour Cotopaxi Cía. Ltda. Teniendo una solvencia del \$-5,87, en esta empresa una excesiva inversión sin contar con un patrimonio apropiado.

Apalancamiento

$$\text{Apalancamiento} = \text{Activo Total} / \text{Patrimonio}$$

Figura 8

Apalancamiento



Nota: El gráfico representa las empresas con los diferentes niveles de apalancamiento en la provincia de Cotopaxi. Elaborado por Dayana Chicaiza (2022).

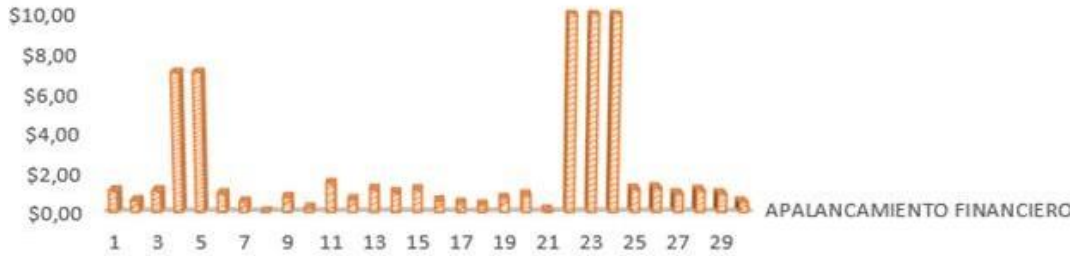
Análisis: La empresa que tiene un mayor número de unidades monetarias de activos que conseguido por cada unidad monetaria de patrimonio es la empresa Berrazueta Páez Tierrazero Tours Cía. Ltda. Con un apalancamiento de \$11,65 y de manera contradictoria la empresa Compañía de Economía Mixta de Servicios Aeroportuarios Avindac CEM en Liquidación descienden a un \$ -9,58 al no tener la rentabilidad adecuada del capital invertido es inferior al costo de los capitales prestados, revalorizando el patrimonio de la empresa.

Apalancamiento Financiero

$$\text{Apalancamiento Financiero} = \frac{UAI}{PATRIMONIO} / \frac{UUUU}{ACTIVOS TOTALES}$$

Figura 9

Apalancamiento Financiero



Nota: El gráfico representa a las empresas con el nivel de apalancamiento financiero en la provincia de Cotopaxi. Elaborado por Monica Guamán (2022).

Análisis: La Asociación De Servicios Turísticos Mulahalo Asotum tiene un porcentaje de 1,42%, el mismo que las dos cooperativas Contour Lodge S.A. Obtiene el Sisaripacha Tour Operador Cía. Ltda., los mismo que dan el resultado del mismo porcentaje dando una ganancia en el mercado.

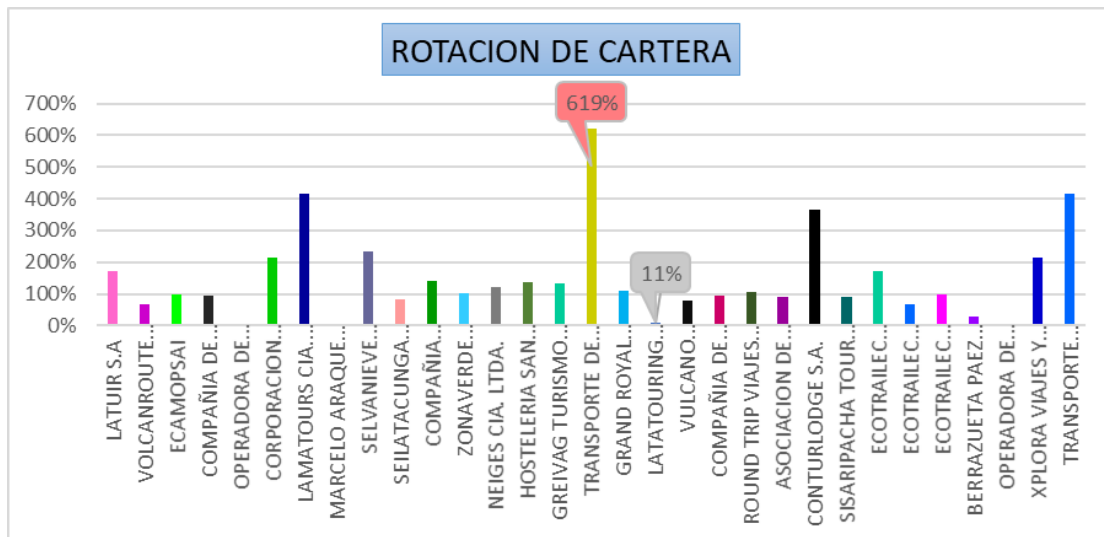
Gestión

Rotación de Cartera

$$\text{Rotación de Cartera} = \text{Ventas} / \text{Cuentas por Cobrar}$$

Figura 10

Rotación de Cartera



Nota: El gráfico representa la Rotación de Cartera de Cotopaxi. Elaborado por Heydy Quimbita (2022)

Análisis: De acuerdo al análisis financiero que se realizó a las empresas de Cotopaxi, se puede determinar que la empresa Transporte de Turismo Flowercity, cuenta con un total de ventas de \$16.396.439,23 y cuentas por cobrar de \$2.647.394,47 contando con un porcentaje de rotación de cartera de 619%, es decir, que la empresa no tarda en hacer efectivo las deudas que tienen por cobrar con sus clientes, en cambio la empresa Latatouring Cía. Ltda., cuenta con ventas de \$258.965,40 y sus cuentas por cobrar de \$2.374.693,00 con un porcentaje de rotación de cartera del 11%, es decir, que la empresa tarda mucho en hacer efectivo sus cuentas por cobrar.

Rotación de Activo Fijo

$$\text{Rotación de Activo Fijo} = \text{Ventas} / \text{Activo Fijo}$$

Figura 11

Rotación de activo fijo



Nota: El gráfico representa la Rotación de Activo Fijo de Cotopaxi. Elaborado por Heydy Quimbita (2022)

Análisis: Tras realizar el análisis financiero se pudo identificar que la empresa Zona Verde Expediciones Cía. Ltda., cuenta con un porcentaje de rotación de activo fijo de 114%, con un total de ventas de \$5.463.839,00 y un activo fijo de \$476.574,00 indicando que la empresa tiene un buen funcionamiento a la hora de gestionar sus activos para producir nuevas ventas, de esta manera nos permite conocer que sus activos tienen más facilidad para producir ventas, por otro lado, la empresa, Grand Royal Trips Tourism Operator Grandroyaltrips cuenta con unas ventas de \$2.739.462,26 y su activo fijo de \$28.729.864,78 dando un

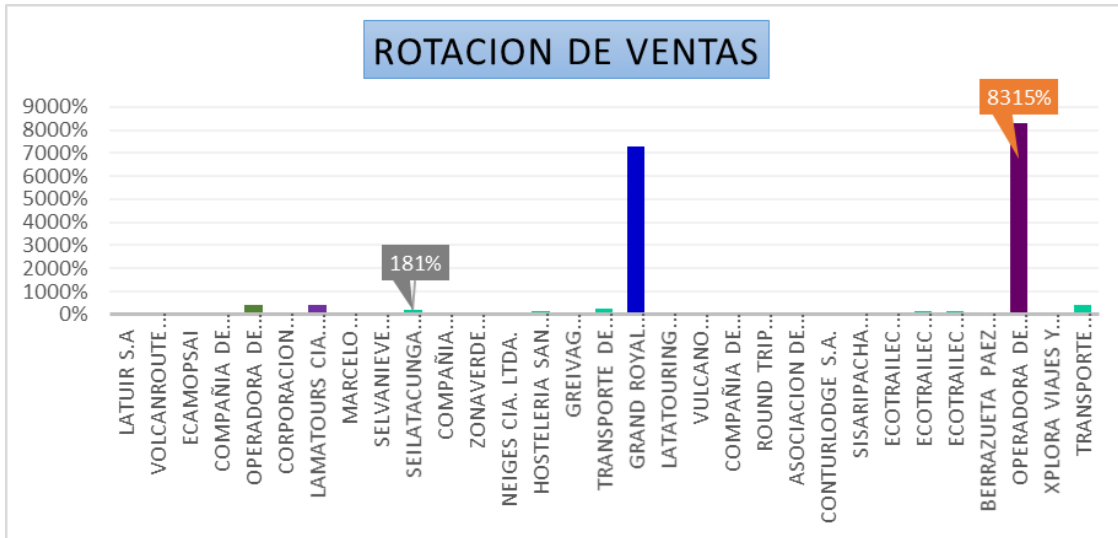
porcentaje de rotación de activo del 10%, teniendo el porcentaje más bajo con relación a las demás empresas las cuales fueron sujetas al análisis.

Rotación de Ventas

$$\text{Rotación de Ventas} = \text{Ventas} / \text{Activo Total}$$

Figura 12

Rotación de ventas



Nota: El gráfico representa la Rotación de Ventas de Cotopaxi. Elaborado por Heydy Quimbita (2022)

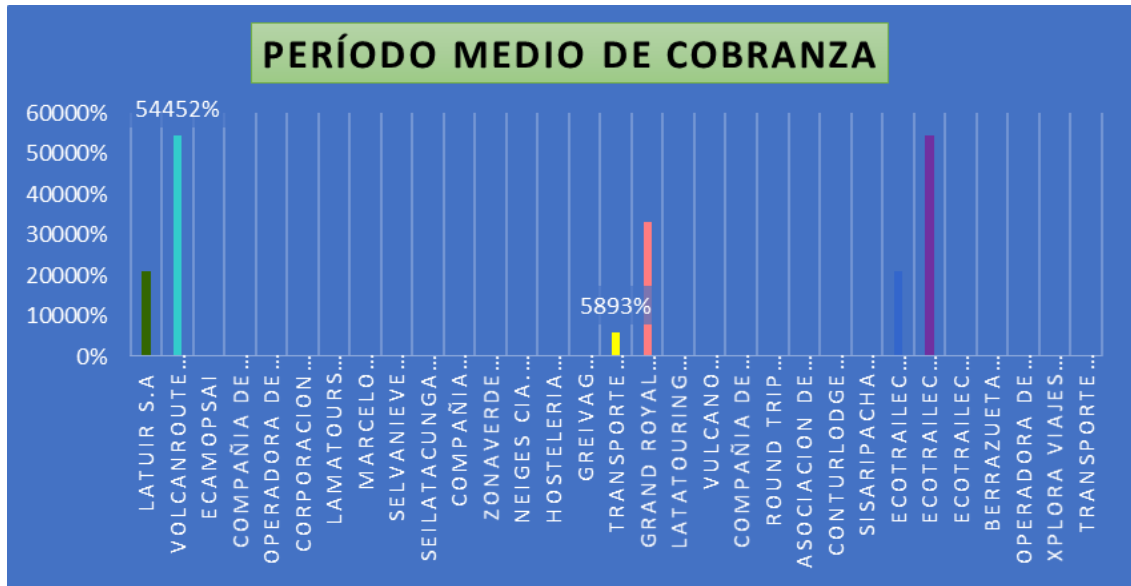
Análisis: Una vez aplicado el indicador financiero sobre la rotación se pudo determinar que la empresa Operadora de Turismo Verde Paraíso Osorio & Manitio Compañía DE Responsabilidad Limitada., cuenta con un total de ventas de \$ 55.515,74 y un total de activos de \$667,66 con un porcentaje de rotación de ventas de 831%, por otro lado, la empresa Seilatacunga Agencia de Viajes y Turismo Cía. Ltda., cuenta con el porcentaje más bajo de rotación de ventas: 181% en comparación con las demás empresas de turismo.

Período Medio de Cobranza

$$\text{Período Medio de Cobranza} = (\text{Cuentas por Cobrar} * 365) / \text{Ventas}$$

Figura 13

Período medio de cobranza



Nota: El gráfico representa el Período Medio de Cobranza de Cotopaxi.
Elaborado por Heydy Quimbita (2022).

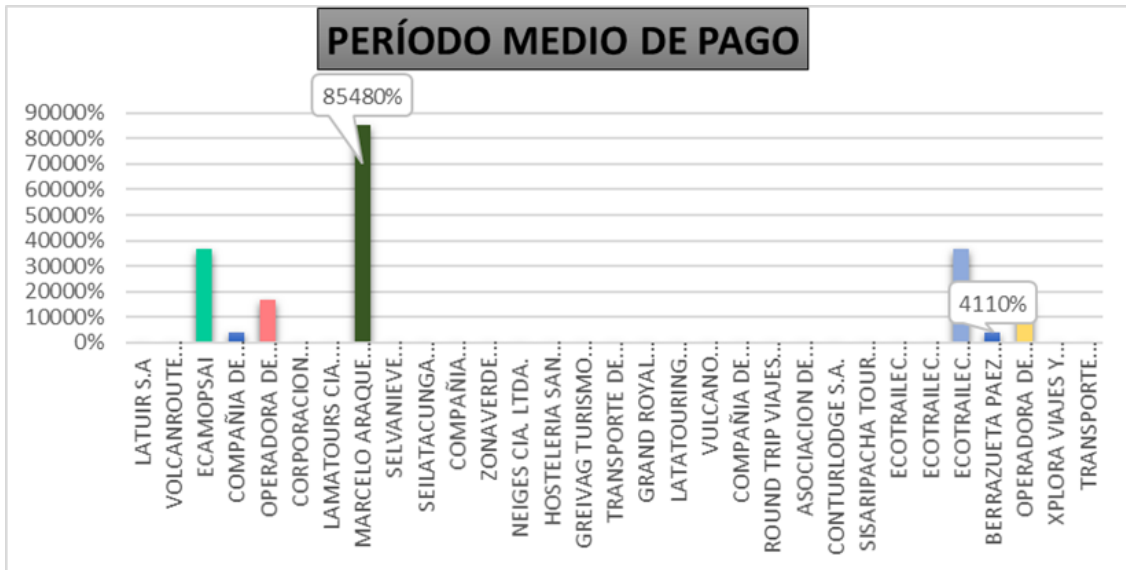
Análisis: Tras aplicar el análisis financiero a las empresas del sector turístico de la provincia de Cotopaxi se pudo determinar que la empresa Volcanroute Expediciones Cía. Ltda., tiene cuentas por cobrar consideradas por todo el año en el cual se aplicó el análisis financiero de \$ 9.705.233,20 y de sus ventas de \$17.823,45 dando a entender que la empresa cuenta con un número reducido de financiación a sus clientes y por lo tanto hace efectivo más rápido sus cuentas por cobrar, sin embargo, la empresa, Transporte de Turismo Flowercity., cuenta con el menor porcentaje en comparación a las demás empresas de 589% con un total de cuentas por cobrar de \$996.298.981,55 y ventas de \$16.396.439,23 lo que quiere decir que la empresa otorga a sus clientes financiación de larga duración lo que provoca que no se pueda hacer efectivo de manera más rápida las cuentas por cobrar de sus clientes.

Periodo Medio de Pago

$$\text{Período Medio de Pago} = (\text{Cuentas Doc. por Cobrar} * 365) / \text{Compras}$$

Figura 14

Período medio de pago



Nota: El gráfico representa el Período Medio de Pago de Cotopaxi. Elaborado por Heydy Quimbita (2022)

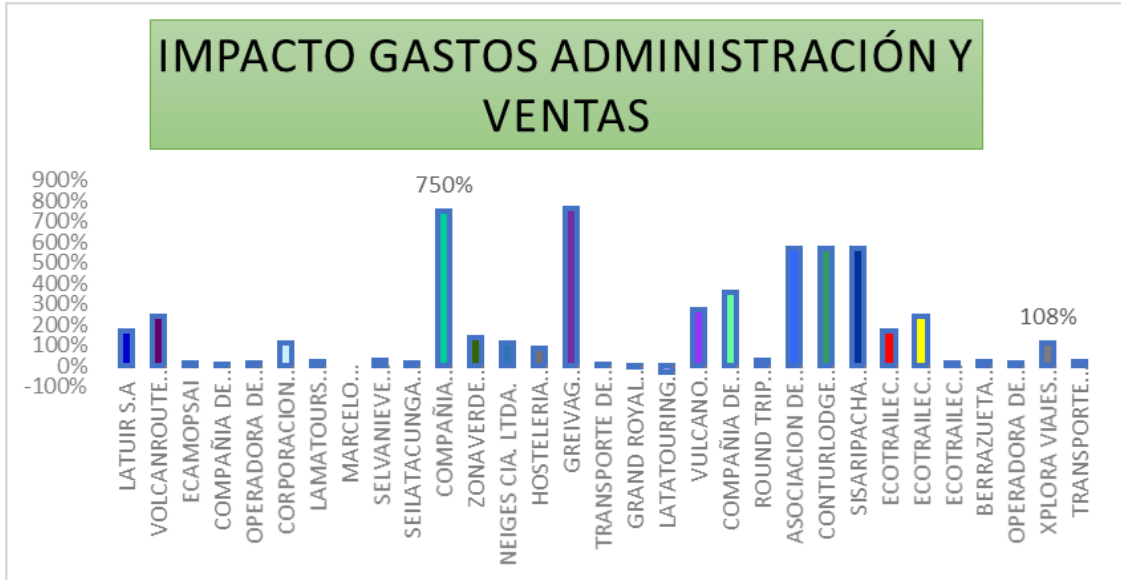
Análisis: La empresa que cuenta con un porcentaje mayor en lo que se refiere al periodo medio de pago es Marcelo Araque Expediciones Cía. Ltda., contando con un 85480% esta empresa tiene deudas con proveedores de \$ 182.500,00 y sus compras son de \$213,50 por otro lado la empresa que cuenta con menor porcentaje en cuanto al periodo medio de pago es Berrazueta Páez Tierrazero Tours Cía. Ltda., con un porcentaje de 4110%.

Impacto Gastos Administración y Ventas

Impacto Gastos Administración y Ventas = $\frac{\text{Gastos Administrativos y Ventas}}{\text{Ventas}}$

Figura 15

Impacto gastos administración y ventas



Nota: El gráfico representa el Impacto Gastos Administrativos y Ventas de Cotopaxi. Elaborado por Heydy Quimbita (2022)

Análisis: Tras una comparación se puede determinar que la empresa Compañía Operadora de Turismo Bolichetours Cía. Ltda., cuenta con uso gastos administrativos y de ventas de \$5.674.274,00 y unas ventas de \$736.392,00 lo que representa un porcentaje igual a 750% en comparación con la empresa Xplora Viajes y Turismo Xploviatu S.A., que cuenta con el menor porcentaje de 108% con relación a las demás empresas las cuales fueron sujetas al análisis financiero.

Impacto de la Carga Financiera

Impacto de la Carga Financiera = $\text{Gastos Financieros} / \text{Ventas}$

Figura 16

Impacto de la carga financiera



Nota: El gráfico representa el Impacto de la Carga Financiera de Cotopaxi.
Elaborado por Heydy Quimbita (2022)

Análisis: Tras aplicar el análisis financiero correspondiente al impacto de la carga financiera se pudo determinar que la empresa Transporte De Turismo Flowercity tiene el mayor porcentaje de 973% en comparación a las demás empresas donde se aplicó dicho análisis, sin embargo, la empresa que cuenta con menor porcentaje es Selvanieve Expediciones Cía. Ltda. que cuenta con 63%.

Rentabilidad

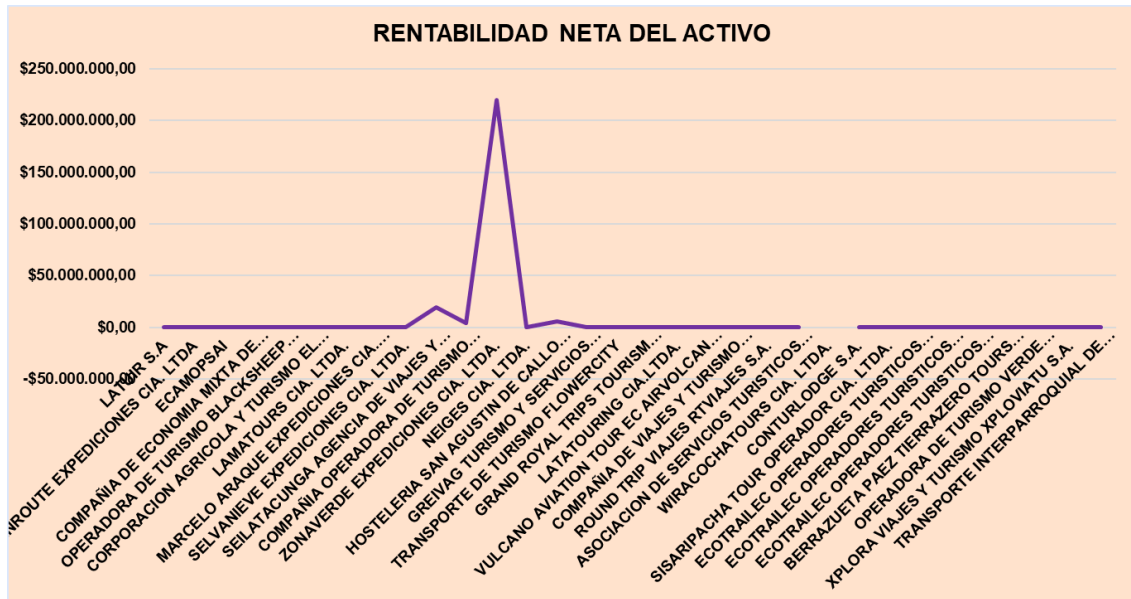
Para Sánchez (2002) la rentabilidad es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan medios materiales, humanos y financieros con el fin de obtener ciertos resultados. En la literatura económica, aunque el término se utiliza de forma muy variada y son muchas las aproximaciones doctrinales que inciden en una u otra faceta de la misma, en sentido general se denomina rentabilidad a la medida del rendimiento que en un determinado periodo de tiempo producen los capitales utilizados en el mismo.

Rentabilidad Neta del Activo

$$\text{Rentabilidad Neta del Activo} = \left(\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas}} \right) * \left(\frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Total}} \right)$$

Figura 17

Rentabilidad Neta del Activo



Nota: El gráfico representa la rentabilidad neta del Cotopaxi. Elaborado por Malena Alvarado (2022)

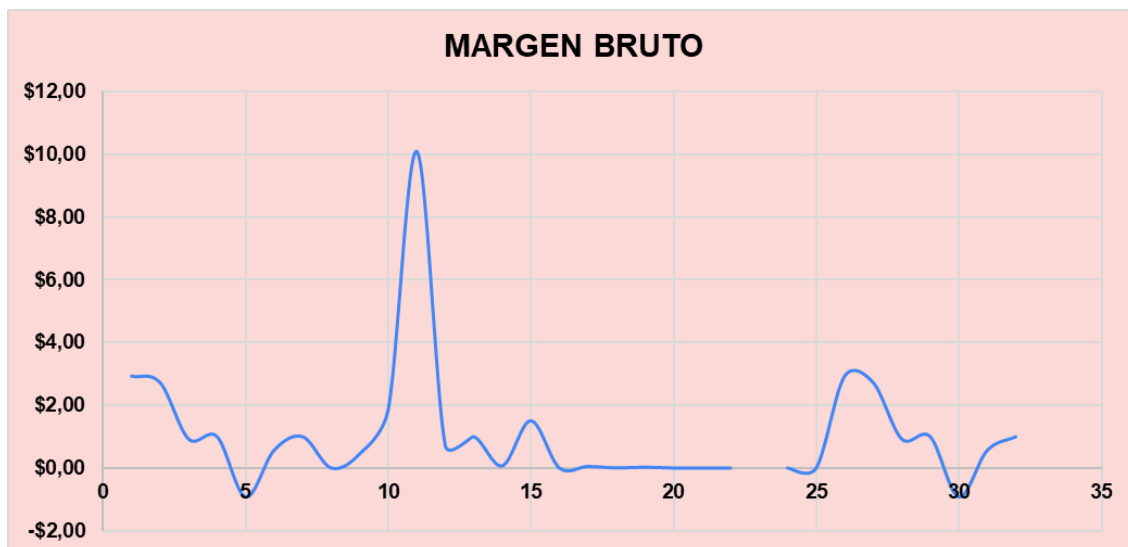
Análisis: Una vez realizado el análisis financiero de la rentabilidad neta del activo del sector turístico de la provincia de Cotopaxi hace relación entre los ingresos netos y los activos totales de la empresa. Es decir, mide el dinero que es usado para comprar activos y qué tan bien se convierte en ganancias durante un periodo, para ello se realizó la comparación de las empresas que se encuentran en la misma, obteniendo como resultados -\$24,20 en la Operadora de Turismo Verde Paraíso Osorio & Manitio Compañía de Responsabilidad Limitada, por otra parte, Zona verde Expediciones Cía. Ltda. cuentan con \$219.580.262,00 obteniendo así la cantidad mayor alcanzada sobre el uso del dinero en la compra de activos

Margen Bruto

$$\text{Margen Bruto} = \text{Ventas Netas} - \text{Costo de Ventas} / \text{Ventas}$$

Figura 18

Margen Bruto



Nota: El gráfico representa el Margen Bruto de las empresas de la provincia de Cotopaxi. Elaborado por Malena Alvarado (2022).

Análisis: Tras el análisis del Margen Bruto de las empresas que se encuentran en la provincia de Cotopaxi, se busca obtener los beneficios de las empresas por un bien o servicio, es decir, la diferencia entre el precio de venta sin Impuesto al Valor Añadido del producto y su coste de producción. Una vez dado a conocer el indicador financiero, en las empresas Operadora de Turismo Blacksheep Inn Cía. Ltda. y la Operadora de Turismo Verde Paraíso Osorio & Manitio Compañía de Responsabilidad Limitada cuentan con un - \$0,92 de resultados, mientras que la Compañía Operadora de Turismo Boliche Tours Cía. Ltda. obtuvieron \$10,11 sabiendo que esta cuenta con la cantidad más elevada en comparación a otras empresas.

Margen Operacional

$$\text{Margen Operacional} = \text{Utilidad operacional} / \text{Ventas}$$

Figura 19

Margen Operacional



Nota: El gráfico representa el Margen Operacional. Elaborado por Daniel Parra (2022)

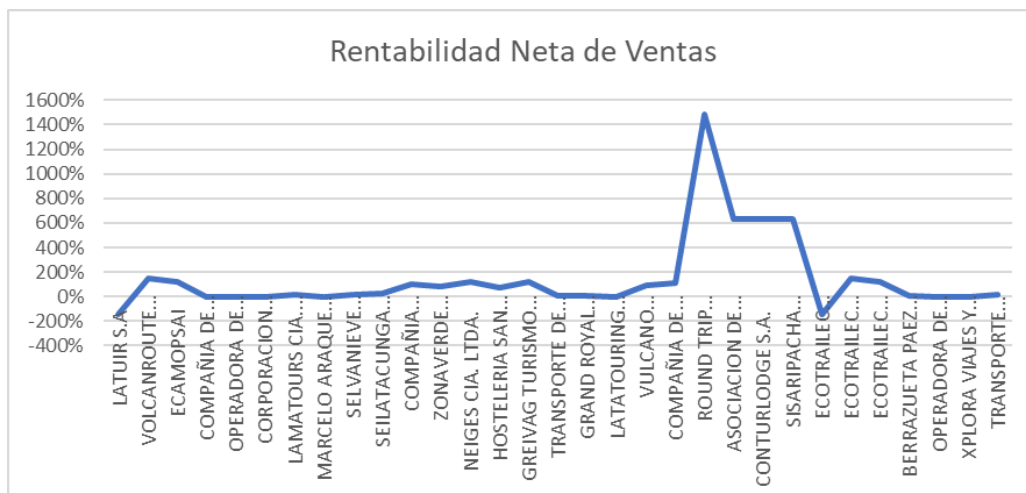
Análisis: El margen operacional indica que por cada dólar vendido se reporta una utilidad operacional, en este caso tenemos a la más alta empresa Neiges Cía. Ltda. La cual tiene un 1112% de utilidad operacional por cada dólar vendido, es decir, \$11,12 dlrs, mientras que la empresa con menos utilidad recogida es Latuir S.A. con un -140% de utilidad operacional por cada dólar vendido, en otras palabras, tiene una pérdida de \$1,40 dlrs en cada venta.

Rentabilidad Neta de Ventas

$$\text{Rentabilidad Neta de Ventas} = \text{Utilidad Neta} / \text{Ventas}$$

Figura 20

Rentabilidad Neta de Ventas



Nota: El gráfico representa la utilidad Neta. Elaborado por Daniel Parra (2022)

Análisis: La rentabilidad neta de ventas indica que por cada dólar vendido se reporta una utilidad neta, en este caso tenemos a la empresa más alta que es Round trip viajes RTviajes S.A. que tiene un 1487% de utilidad neta por cada dólar vendido, es decir, \$14,87 dlrs, mientras que la empresa con menos utilidad neta recogida es Latuir S.A. con un -142% de utilidad neta por cada dólar vendido, en otras palabras, tiene una pérdida de \$1,42 dlrs en cada venta.

Rentabilidad Operacional del patrimonio

Rentabilidad Operacional del patrimonio = utilidad de patrimonio

Figura 21

Rentabilidad Operacional del patrimonio



Nota: El gráfico representa la utilidad operacional Elaborado por Brandon Castro (2022)

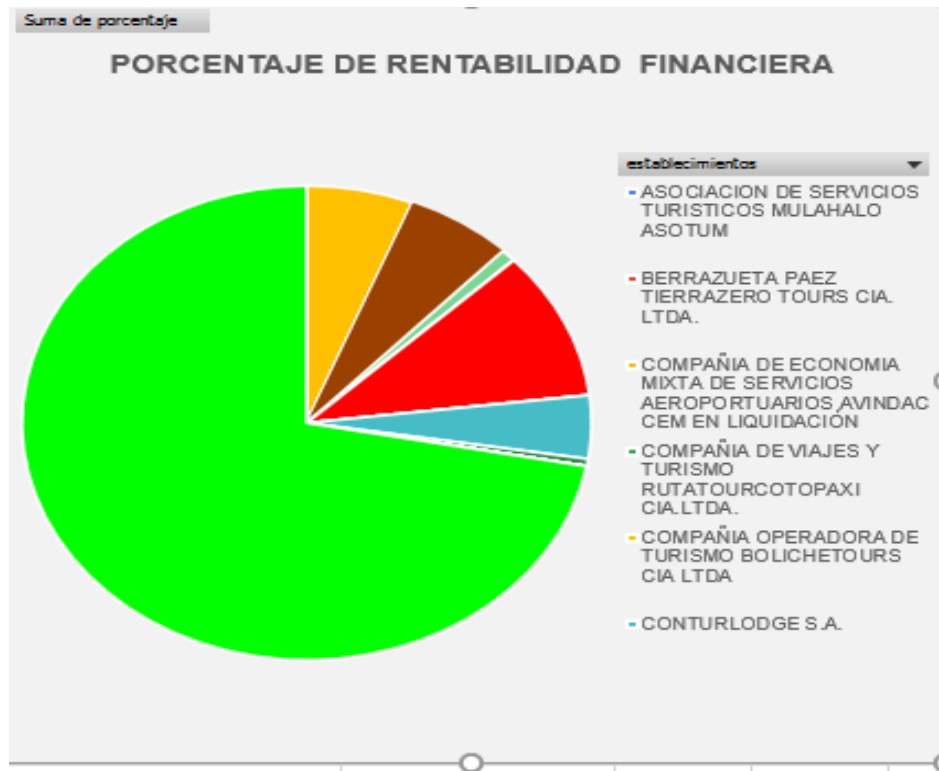
Análisis: La rentabilidad financiera indica la utilidad adquirida por el patrimonio que poseen las empresas turísticas de Cotopaxi, por ejemplo, la compañía de viajes y turismo ruta tour Cotopaxi Cía. Ltda. tiene el 67.566% de mayor patrimonio frente a sus competidores. el cual refleja la suma de \$339.040.629,00.

Rentabilidad Financiera

$$\text{Rentabilidad financiera} = \text{utilidad de:} (\text{Ventas} / \text{Activo}) * (\text{UAI/Ventas}) * (\text{Activo/Patrimonio}) * (\text{UAI/UAI}) * (\text{UN/UAI})$$

Figura 22

Rentabilidad financiera



Nota: El gráfico representa la utilidad operacional. Elaborado por Brandon Castro (2022)

Análisis: La rentabilidad financiera indica la utilidad adquirida por las empresas turísticas de Cotopaxi, por ejemplo, la que refleja el 72.089% de rentabilidad financiera es zona verde expediciones Cía. Ltda. de la cual registra una rentabilidad del \$ 55.515.74 de lo cual cada persona que usó sus servicios le genero una utilidad de \$ 45.42 de dólar.

Discusiones

El Turismo en la actualidad es un elemento dinamizador de la gestión empresarial, debido a que se ha convertido en un generador de ingresos para la economía nacional y de nuevas fuentes de empleo. Todo esto gira alrededor de un entorno natural, dando la importancia que se merece.

La Provincia de Cotopaxi posee una gran diversidad de recursos naturales, económicos, sociales y culturales; destacando entre estos, los que se enuncian a continuación, lagunas, páramos, artesanías, folklore, comida, volcanes entre otros; por ejemplo, en lo que a zonas corresponde: su capital, Latacunga, conocida como la capital mundial de las hallullas, es dueña también, de la magnífica fiesta folklórica de la Capitanía o Mama Negra, que se ha convertido en un atractivo para el turista interno y del mundo.

Los siguientes lugares son de gran importancia, tiene el desarrollo del turismo comunitario para mejorar la economía popular y solidaria entre ellas se encuentran:

El coloso “Volcán Cotopaxi”, invita no solamente a propios, sino también a extranjeros, a disfrutar de sus capas externas de hielo y sobre todo los reta a conquistar nuevos cielos, los cielos cotopaxenses (Vera López, Pablo Alfonso, jun-2005).

Debido a la creciente demanda de turistas que llegan a la provincia de Cotopaxi, “El Parque Nacional Cotopaxi recibió a 233.181 visitantes en el año 2021, de los cuales 175.311 fueron nacionales y 57.870 fueron extranjeros. En el ranking de visita el PNC se ubicó en el segundo lugar a nivel nacional” lo menciona (Ministerio del Ambiente, 2018).

El Quilotoa es una laguna de origen volcánico, que brinda a los visitantes la oportunidad de conocer áreas naturales, conservar la biodiversidad natural del sector, con paisajes únicos que permitirá mejorar la experiencia de los visitantes, es el mayor símbolo natural del cantón, forma parte del Sistema Nacional de Áreas Protegidas, en el escenario del Manejo Sostenible del Ecosistema (SEM) se asume que el número de turistas se incrementa a razón de 0,11% mensual este porcentaje refleja la tasa de crecimiento desde el año 2011, llegando a recibir a 119.795 turistas en el año 2021 (MAE, 2019).

La provincia de Cotopaxi cuenta con una variedad de sitios turísticos, tales como: Áreas naturales protegidas, lagunas, ríos, cascadas, paisajes, santuarios, volcanes; lo que le permite a la provincia tener al turismo como una opción de desarrollo.

Conclusiones

Se determinó que el impulso sectorial de la industria turística ha sido alto en materia de productividad y crecimiento empresarial en la provincia de Cotopaxi ya que contribuye al desarrollo de los ingresos efectivos que generan

oportunidades de negocio y expansión de la economía, ha logrado contribuir en el mejoramiento de la calidad de vida de las personas, crear conciencia ecológica y mejorar el crecimiento económico, el mismo que permite mejorar el acceso a educación y salud.

Al término de esta investigación podemos concluir que si bien es cierto es un argumento complejo ya que existen diversas opiniones de acuerdo a cada realidad en la que se apetezca otorgar los incentivos, ya que para obtener buenos resultados se debe tener en cuenta factores como la cultura tributaria existente, conocimiento de los tipos de impuestos, la estabilidad económica, oportunidades para invertir, etc. Las exenciones del Impuesto a la Renta que se dan como se dan en una clasificación justa que para su aplicación los beneficiarios debemos tener un conocimiento total que por nuestra actividad podemos lograr descuentos, lo cual nos puede impulsar y concientizar a seguir aportando al SRI.

Al profundizar el estudio para el caso de la Provincia de Cotopaxi encontramos que los ingresos generados por el turismo tienen significancia estadística en el crecimiento económico para las personas y un efecto positivo en el mismo. Adicionalmente, entre los determinantes del turismo de Cotopaxi, el nivel de ingreso, el índice de desarrollo humano y la apertura comercial resultan tener significancia estadística para la determinación del turismo mientras que las variables infraestructura y nivel de precios no son significativas.

En vista de la información analizada para el sector turístico de la provincia de Cotopaxi por los incentivos tributarios podría decirse que existen varios incentivos como la reducción de 4 puntos en la reducción del impuesto al valor agregado para los días feriados que tiene el Ecuador del cual existen 10 días. permitiendo un impulso para la economía nacional. y dando mayor influencia económica en el mismo, por ende, se debería aprovechar este incentivo para la provincia de Cotopaxi.

Se ha establecido que el impulso de desarrollo en la industria de turismo se encuentra en apogeo debido a la productividad en crecimiento. Por otro lado, las empresas aparecen en este campo de productividad y crecimiento intacto del trabajo debido al gran esfuerzo de los dueños de negocios por darse a conocer y sacar adelante su emprendimiento, de igual manera fue necesario destacar datos estadísticos actuales donde se muestre valores reales que consoliden la veracidad de lo mencionado.

Referencias

- Andrade, L. (2011). *Práctica tributaria*. Quito, Ecuador
- Baidal, G. (2021). *Reinversión de utilidades como incentivo tributario en el pago del impuesto a la renta, Ecuador 2015 – 2019*. Santa Elena: Revista Ciencias Pedagógicas e Innovación.
- Dirección de Turismo. (2020-2025). Plan de Turismo. *Plan de turismo de Latacunga*, 32.
- Espín, J. (2021). *Los beneficios e incentivos tributarios para el impulso del sector turístico en la provincia de Cotopaxi*. Ambato: universidad técnica de Ambato.
- Galarraga, A. (2012). *Fundamentos do planeamiento tributario*. Editorial HP. Caracas Venezuela
- Gascon, C. (2006). ANÁLISIS DEL TURISMO Y SU IMPORTANCIA EN EL CRECIMIENTO ECONÓMICO. *flacsoandes.edu.ec*.
- Gitman, L. (2003). *Principios de Administración Financiera*. (10ª ed.). México. Prentice Hall.
- Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Cotopaxi (2015) Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Cotopaxi 2025 [PDF file]. http://app.sni.gob.ec/snmlink/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplu_sdocumentofinal/0560000110001_FINAL-PDYOT-COTOPAXI-2015_17-08-2015_18-17-17.pdf
- Grasso. (2006). Beneficio social de la actividad turística en Ecuador. *redalync*, 421.
- Jaramillo, M. & Cardenas-Perez, A. (2018). Modelización econométrica bajo la metodología de box-jenkins. estudio empírico a la liquidez del sistema financiero ecuatoriano. *Investigación Operacional*, 39(4), 592-607.
- Kuffó, A. (2020). *Los beneficios tributarios y su incidencia en la reactivación económica de Manabí, Ecuador, luego del terremoto del 16 de abril de 2016*. Manabí: SciELO - Scientific Electronic Library Online.
- Ley Orgánica para el Desarrollo Económico y Sostenibilidad Fiscal tras la Pandemia de Covid 19. (29 de noviembre de 2021). *Tercer Suplemento*. http://esacc.corteconstitucional.gob.ec/storage/api/v1/10_DWL_FL/eyJjYXJwZXRhIjoic

m8iLCJ1dWkljoiM2E4YTNiNTktNzQ0My00ZmU0LWFIMmMtOWZjNjljOD
I1MDhkLnBkZiJ9

- Lopez & Lopez. (2004). Beneficio social de la actividad turística en Ecuador. *REDALYNCK*.
- MAE. (2019). Plan de Negocio para la creación de una Agencia Operadora de Turismo en el cantón Pujilí, provincia de Cotopaxi. <http://repositorio.utc.edu.ec/>, 18.
- Martínez, S. (2020). DIFERIMIENTO DE PAGO DE IMPUESTO A LA RENTA PARA CONTRIBUYENTES DEL RÉGIMEN: https://nmslaw.com.ec/wp-content/uploads/2021/02/Decreto_Ejecutivo_No._1240-diferimiento-micros.pdf
- Medina. A. (2021) *incentivos y más viajes internos, los ejes para ayudar al turismo*. <https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador/incentivos-viajes-internos-turismo-candidatos.html>
- Ministerio del Ambiente. (2018). Plan de Negocio para la creación de una Agencia Operadora de Turismo en el cantón Pujilí, provincia de Cotopaxi. <http://repositorio.utc.edu.ec/>, 17. SERVICIO DE RENTAS INTERNAS. (2020) instructivo descuento a la renta año 2022: https://spryn.finanzas.gob.ec/esipren-web/archivos_html/file/Instructivo%20C3%A1lculo%20Impuesto%20Renta%202022.pdf
- Mogrovejo-Andrade, J. (2019). El turismo como contribución al crecimiento del PIB, para el desarrollo de la economía del país. *CLIOAMERICA*.
- Sistema Nacional de Información. (2017). ACTIVIDADES ECONÓMICAS EN EL CANTÓN LATACUNGA. *Plan de turismo Latacunga*, 33.
- Vera, P. (2005). Estudio de factibilidad para desarrollar el turismo receptivo de la Provincia de Cotopaxi. <https://dspace.ups.edu.ec/>.
- Villafuerte, M. (2022). *Reforma tributaria en Ecuador: su impacto sobre los ingresos tributarios y el comportamiento de los contribuyentes*. Cotopaxi: Nota técnica 11.
- Villagómez, L. (2016). *Incentivos tributarios y el impacto a la renta al sector metalmecánico de la ciudad de Ambato en el año 2015*. (Tesis de grado). Ambato: Universidad Técnica de Ambato

Agradecimientos

Financiamiento

Conflicto de intereses

El contenido de **ISTE Scientist (ISSN: 2953-6618)**, publicados en este sitio están bajo una licencia de Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0). Los autores conservan los derechos morales y patrimoniales de sus obras. The contents of this article are under a Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) license. The authors retain the moral and patrimonial rights of their works.





Revista ISTE Scientist
Vol. 1 Núm. 2 (2022). pp. 82-97
Instituto Superior Tecnológico España
ISSN: 2953-6618
Tipo: Artículo Científico



Como citar: Moreano-Martínez, L. D., Armas-Heredia, I. R., & Villacis-Yanez, D. P. (2022). La Fiscalidad local y su aporte en el crecimiento del sector turístico y hotelero de la provincia de Pastaza. *ISTE SCIENTIST*, 1(02), 82-97. <https://revistas.iste.edu.ec/index.php/reviste/article/view/10>

La Fiscalidad local y su aporte en el crecimiento del sector turístico y hotelero de la provincia de Pastaza

Moreano-Martínez, Luis David

luis.moreano@utc.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-5375-0708>

Universidad Técnica de Cotopaxi
Latacunga, Ecuador

Armas-Heredia, Isabel Regina

isabel.armas@utc.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-7582-6400>

Universidad Técnica de Cotopaxi
Latacunga, Ecuador

Villacis-Yanez, Darwin Patricio

dpvillacis@espe.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-9397-8299>

Universidad de las Fuerzas Armadas-ESPE
Sangolquí, Ecuador

Recibido: 01-07-2022 / **Aceptado:** 22-11-2022 / **Publicado:** 31-12-2022

Resumen

La presente investigación analiza el panorama actual de la fiscalidad local y su aporte en el crecimiento del sector turístico y hotelero en la provincia de Pastaza, como se ha destacado su importancia dentro de la economía del Ecuador. El cantón Pastaza es una entidad territorial subnacional ecuatoriana, de la provincia de Pastaza. Su cabecera cantonal es la ciudad del Puyo, lugar donde se agrupa gran parte de su población total. En ella aglutina a siete nacionalidades shuar, achuar, shiwiar, kichwa, andwa, sapara, waodani. La metodología usada fue el análisis documental sobre el aporte de los

principales impuestos tributarios con la tarifa reducida para las actividades turísticas con el artículo 5 de la ley del turismo 2022. Uno de los principales hallazgos fue el encontrado sobre los vehículos motorizados, puesto que es una parte fundamental dentro del turismo de la provincia, de este impuesto deben pagar un valor mayor al correspondiente de un 40 % del avalúo del vehículo.

Palabras clave: Fiscalidad local, sector turístico, hotelero, Pastaza.

Local taxation and its contribution to the growth of the tourism and hotel sector in the Pastaza's province

Abstract

The present investigation analyzes the current panorama of local taxation and its contribution to the growth of the tourism and hotel sector in the province of Pastaza, as its importance within the economy of Ecuador has been highlighted. The Pastaza canton is an Ecuadorian subnational territorial entity, in the Pastaza province. Its cantonal head is the city of Puyo, where a large part of its total population is grouped. In it, it brings together seven Shuar, Achuar, Shiwar, Kichwa, Andwa, Sapara, and Waodani nationalities. The methodology used was the documentary analysis on the contribution of the main tax taxes with the reduced rate for tourist activities with article 5 of the tourism law 2022. One of the main findings was the one found on motorized vehicles, since it is a fundamental part within the tourism of the province, of this tax they must pay a value greater than the corresponding 40% of the appraisal of the vehicle.

Keywords: Local taxation, Tourism sector, Hotelier, Pastaza.

Introducción

En el siguiente ensayo se da a conocer la fiscalidad local y su aporte en el crecimiento del sector turístico y hotelero de la provincia de Pastaza por una parte se analizó la importancia de la economía de dicha provincia, donde se ha podido observar el crecimiento de la producción representando un porcentaje del 29.4% en entidades turísticas ya que lograron la obtención de 70% de ocupación en este servicio gracias a esto hemos obtenido un crecimiento de demanda turística del 1,5%, por tal motivo el presente trabajo se ha enfocado al crecimiento turístico de esta provincia y tiene como objetivo promover cada una de sus actividades, y con esto desarrollar un trabajo con la Cámara de Turismo

Provincial, Ministerio de Turismo y todos los actores turísticos locales (Vargas et al., 2017).

Por otro lado, los ingresos de la provincia de Pastaza en el sector turístico se han considerado como una importante incorporación a la Amazonía ecuatoriana donde se reconoce ingresos turísticos de 50 millones de dólares en sitios naturales y culturales, en el reciente feriado del 2022.

Finalmente hemos obtenido datos estadísticos de actividades de las agencias dedicadas a servicios de viajes donde se puede observar que el promedio de todas las empresas en lo que se refiere a un indicador de razón corriente es de 1,90, lo que se puede interpretar que las empresas están en la capacidad de cumplir con sus obligaciones, esto dado a conocer en los resultados del presente trabajo.

Metodología

La presente investigación tiene un enfoque cuantitativo ya que se manejó datos estadísticos y el análisis para posteriormente contestar e interpretar la hipótesis sobre la fiscalidad local y su aporte en el crecimiento del sector turístico y hotelero de la Provincia de Pastaza.

Las fuentes de información para este ensayo fueron de tipo secundaria las mismas que ayudaron a saber más acerca del desarrollo turístico en Pastaza.

Principios turísticos. - Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,
- La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afroecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad,

protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

Para desarrollar el análisis se basó en una base de datos que permitiera relacionar los indicadores financieros de las diferentes empresas que se pertenecen al sector turístico en la provincia de Pastaza.

Posteriormente, se eligieron esos indicadores apropiados para medir la sostenibilidad del turismo a través de un análisis construido a partir de criterios de expertos sobre la relevancia, especificidad y factibilidad de cada indicador.

Resultados

Actividades de las agencias de viajes dedicadas principalmente a vender servicios de viajes, de viajes organizados, de transporte y de alojamiento, al por mayor o al por menor, al público en general y a clientes comerciales.

Tabla 1

Indicadores Financieros Empresas Agencias de Viajes de la Provincia de Pastaza.

| INDICADORES | RAZÓN | PRUEB | MARGEN | RENTABILIDA | ENDEUDAMIENT |
|--|-----------------|--------------|----------------|--------------------|---------------------|
| EMPRESAS | CORRIENT | A | BRUTO | D SOBRE | O |
| SECTOR VIAJES | E | ÁCIDA | DE | VENTAS | |
| | | | UTILIDA | | |
| | | | D | | |
| COMPLEJO ECOTURISTICO KAPAWI S.A. | 1,06 | 1,06 | 1,15 | 1,06 | 0,00 |
| PAPANGU OPERADORA DE TURISMO ECOLOGICO SELVATICO SUSTENTABLE Y HOTELES CIA. LTDA. | 18,33 | 18,33 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| MIASAL EXPEDITIONS S. A | 0,33 | 0,33 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| EXPEDICIONES EL PIGUAL S.A. | 0,67 | 0,67 | 0,69 | 0,43 | 0,10 |
| NATIVEJUNGLE OPERADORA DE | 0,05 | 0,05 | 3,80 | 0,43 | 0,00 |

| | | | | | |
|--|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| TURISMO CIA LTDA | | | | | |
| SELVAVIDA TRAVEL CIA LTDA | 2,50 | 2,50 | 0,24 | 0,24 | 0,08 |
| HAYAWASKA TOURIS CIA LTDA | 0,63 | 0,63 | 0,17 | 0,17 | 0,40 |
| GUEVARA AGUILAR HNAS. CIA. LTDA. | 0,71 | 0,71 | 0,59 | 0,30 | 0,59 |
| VACACIONES Y TURISMO VARGAS & VELASTEGUI CIA LTDA | 1,11 | 1,11 | 1,39 | 0,49 | 0,09 |
| AGENCIA DE VIAJES ORIENTE TRAVEL JOSUHABBY CIA. LTDA. | 1,44 | 1,44 | 1,27 | 3,35 | 0,06 |
| PUYOSERVICES S.A. | 0,20 | 0,20 | 1,47 | 11,44 | 1,32 |
| AMAZONIA- ECUADOR- TRAVEL MUÑOZ & VELASTEGUI DELJISS CIA LTDA | 0,12 | 0,12 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| MUNDO VIAJERO MUVIJAC CIA. LTDA. | 0,17 | 0,17 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| AKADEMIETRAVE L CIA. LTDA. | 0,30 | 0,30 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| AMAZON TRAVEL EXPERIENCES EXVIAM CIA. LTDA. | 0,95 | 0,95 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| PROMEDIO | 1,90 | 1,90 | 0,72 | 1,19 | 0,18 |

Nota: Indicadores Financieros Empresas de Agencias de viajes.

Análisis

Mediante en análisis de los indicadores financieros de las empresas de viajes dedicadas principalmente a vender servicios de viajes, viajes organizados, de transporte y alojamiento al por mayor y menor al público en general y a clientes comerciales en la provincia de Pastaza, se puede observar que el promedio de todas las empresas en lo que se refiere a el indicador de razón corriente es de 1,90 lo que se puede interpretar que las empresas están en la capacidad de cumplir con sus obligaciones.

Con respecto al indicador de la prueba acida que ayuda a determinar la capacidad de pagos de las empresas sin la necesidad de vender sus inventarios o activos fijos, las empresas del sector turístico de la provincia tuvieron como media un valor de 1,90 de esta manera se pudo determinar que las empresas tienen la capacidad de hacer frente a sus obligaciones con sus deudas a corto plazo.

Si hablamos del margen de utilidad de las empresas turísticas de la provincia de Pastaza tienen un promedio de 0,72 o 72% lo que se interpreta que su margen de utilidad es muy alto lo que es beneficios para el sector turístico y la economía de la provincia. En la rentabilidad sobre ventas su promedio es de 1,19 o 119% (Benavides Manzano, 2017).

El indicador de endeudamiento nos ayuda a determinar el nivel de autonomía de las empresas con terceras personas, en el análisis el promedio de las empresas es de 0,18 si bien es un índice muy bajo a comparación de los valores óptimos de este indicador.

Actividades de Operadores Turísticos

Tabla 2

Empresas Actividades de Operadores Turísticos

| EMPRESAS | OPERADORA DE TURISMO LAS ESTANCIAS TOUR CIA. LTDA. | OPERADORA DE TURISMO JAGUAREXPLORER S.A. | PROMEDIO |
|--------------------------------------|---|---|-------------|
| INDICADORES | | | |
| RAZÓN CORRIENTE | 11,67 | 1,59 | 6,63 |
| PRUEBA ÁCIDA | 11,67 | 0,99 | 6,33 |
| MARGEN BRUTO DE UTILIDAD | 0,93% | 36,27% | 18,60% |
| RENTABILIDAD SOBRE VENTAS | 0,93% | 0,36% | 0,65% |
| ENDEUDAMIENTO | 0,60 | 0,99 | 0,79 |

Nota: Actividades de Operadores Turísticos.

Análisis

Mediante en análisis de los indicadores financieros de las empresas de Actividades de Operadores Turísticos en la provincia de Pastaza, se puede observar que el promedio de todas las dos empresas es de 6,63 siendo la empresa OPERADORA DE TURISMO LAS ESTANCIAS TOUR CIA. LTDA con un mejor índice.

Con respecto al indicador de la prueba ácida que ayuda a determinar la capacidad de pagos de las empresas tuvieron como media un valor de 6,33 de esta manera se pudo determinar que las 2 empresas tienen la capacidad de hacer frente a sus obligaciones con sus deudas a corto plazo.

El margen de utilidad promedio es de 18,60% lo que se interpreta que su margen de utilidad es no muy alto, es decir sus ingresos son mayores a sus gastos y el resultado es considerado aceptado.

El indicador de endeudamiento nos ayuda a determinar el nivel de autonomía de las empresas con terceras personas, en el análisis el promedio de las empresas es de 0,79 si bien es un índice muy alto lo que significa que las empresas se encuentran muy endeudadas.

Tabla 3

Servicios de Alojamiento en la provincia de Pastaza.

| EMPRESA | VICALLE CIA LTDA | ASOCIACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS UNIDOS VENCEREMOS "ASOSERTUR" | ASOCIACION DE SERVICIOS TURISTICOS EMPRENEDORES DE LA MORAVIA ASOSETUREM |
|---------------------------|---------------------|---|--|
| INDICADOR | | | |
| Razón Corriente | 39.44% | 77.79% | 37.34% |
| Prueba Ácida | 195.02% | 102.70% | 226.38% |
| Rentabilidad sobre Ventas | 0.30% | 0.39% | 0.16% |
| Margen de Utilidad Bruta | 0.34% | 0.48% | 0.21% |
| Endeudamiento | 8.33% | 11.48% | 15.06% |
| Promedio | 48.69% | 38.57% | 55.83% |

Nota: Anexo 1 Análisis financiero y de comparabilidad.

Mediante la tabla 3 se puede observar que VICALLE CIA LTDA, ASOCIACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS UNIDOS VENCEREMOS "ASOSERTUR" y la ASOCIACION DE SERVICIOS TURISTICOS EMPRENEDORES DE LA MORAVIA ASOSETUREM,

son empresas de turismos dedicadas al servicio de alojamiento en la provincia de Pastaza. Las empresas ASOCIACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS UNIDOS VENCEREMOS "ASOSERTUR" tiene un 77.79% en la razón corriente y la ASOCIACION DE SERVICIOS TURISTICOS EMPRENDEDORES DE LA MORAVIA ASOSETUREM tiene un 226.38%, ambos indicadores reflejan que las empresas tuvieron dificultades para hacer frente a sus vencimientos a corto plazo y al mismo tiempo, de cancelar sus obligaciones corrientes con sus saldos de efectivo, cuentas por cobrar, inversiones temporales y algún otro activo de fácil liquidación, diferente de los inventarios. El promedio más elevado es de la ASOCIACION DE SERVICIOS TURISTICOS EMPRENDEDORES DE LA MORAVIA ASOSETUREM con un 55.83% mostrando dificultad en pagar sus pasivos corrientes al convertir en efectivo sus activos corrientes, es así que el indicador de endeudamiento está dejando un gran parte del financiamiento a terceros.

Tabla 4

Prestación de Servicios de Asistencia

| Empresa | Comunidad ancestral kapawi | Asociación de servicios turísticos gringo yacu (agua americano) "asotugya" | Asociación de servicios turísticos de espeleología y barranquismo los tayos pastaza asosterbtay |
|---------------------------|----------------------------|--|---|
| Indicador | | | |
| Razón Corriente | 66.00% | 71.42% | 28.61% |
| Prueba Ácida | 100.00% | 90.33% | 112.27% |
| Rentabilidad sobre Ventas | 0.22% | 3.47% | 3.19% |
| Margen de Utilidad Bruta | 0.36% | 6.29% | 4.87% |
| Endeudamiento | 33.12% | 70.49% | 18.29% |
| Promedio | 39.94% | 48.40% | 33.45% |

Nota: Anexo 1 Análisis financiero y de comparabilidad.

En la tabla 4 la Asociación de servicios turísticos gringo yacu (agua americano) "ASOTUGYA" muestra un 71.42% de razón corriente y la Asociación de servicios turísticos de espeleología y barranquismo los tayos pastaza ASOSTERBTAY, muestra un 112.27% de prueba ácida. Es así que la prestación de servicios de estas dos empresas presenta índices similares en cuanto a cancelar sus obligaciones. Este indicador de la utilidad bruta entre las ventas netas es similar para este grupo de empresas es por esta razón que el indicador de margen bruto de utilidad es comparable las tres

empresas representan un buen margen de utilidad, a rentabilidad sobre las ventas determina que existe comparabilidad para estas empresas la utilidad neta en relación con las ventas netas por 100 dan resultados bastante similares uno del otro. El indicador de endeudamiento indica que por medio de este indicador no se puede demostrar comparabilidad en este grupo de empresas pues los valores resultantes solo son similares entre las empresas de comunidad ancestral KAPAWI 33.12% y Asociación de servicios turísticos de espeleología y barranquismo Los Tayos Pastaza ASOSTERBTAY 18.29% las dos empresas han utilizado una reinversión para la cancelación de los endeudamientos ya que no son tal elevados.

Actividades de transporte de Pastaza

Tabla 5

Empresas de Prestación de Servicios de Asistencia

| Empresa | Compañía de transportes en turismo amazonia tours s.a. comtatours | Compañía de transporte escolar santaclarensa | Trans express canelos express canelos s.a. | Compañía de transporte en turismo villacis carrasco vicarjulfi cia ltda | Empresa de transporte turístico aoturp s.a. |
|---------------------------|--|---|---|--|--|
| Indicador | | | | | |
| Razón Corriente | 126.85% | 143.16% | 2.17% | 101.07% | 102.46% |
| Prueba Ácida | 60.78% | 84.70% | 1.24% | 17.33% | 25.74% |
| Margen Bruto de Utilidad | 0.00% | 0.84% | 0.04% | 0.10% | 2.08% |
| Rentabilidad sobre Ventas | 0.00% | 0.78% | 0.04% | 0.09% | 2.08% |
| Endeudamiento | 3.47% | 276.66% | 98.94% | 99.35% | 81.16% |
| Promedio | 38.22% | 101.23% | 20.49% | 43.59% | 42.70% |

Nota: Prestación de Servicios de Asistencia

En la tabla 5 se observa que la EMPRESA DE TRANSPORTE TURISTICO AOTURP S.A. muestra un 2.08% en margen bruto de utilidad y la COMPAÑIA DE TRANSPORTES EN TURISMO AMAZONIA TOURS S.A. COMTATOURS un 0.0%. Teniendo así que la empresa mencionada al principio en su prestación de servicios le va bien puesto que su utilidad es más alta con relación a las demás empresas. Mencionando al indicador de endeudamiento se tiene que la COMPAÑIA DE TRANSPORTE ESCOLAR SANTACLARENSE SA es la que tiene un porcentaje de 276.66% de cancelación de sus deudas siendo la más alta, y la COMPAÑIA DE TRANSPORTES EN TURISMO AMAZONIA TOURS S.A.

COMTATOURS tiene un 3.47% en deudas, esta compañía tiene un promedio de 38.22% con relación a todos sus indicadores puesto que su margen de utilidad y la rentabilidad en ventas son del 0.0%.

Restaurantes, Cevicherías, Pica

Tabla 6

Empresas Restaurantes, Cevicherías y Pica

| EMPRESA | ASOCIACIÓN DE SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN ÑUCA PACHA (NUESTRO CIELO) "ASOÑUPACH" | ASOCIACION DE SERVICIOS DE ALIMENTACION EMPRENDEDORES GASTRONOMOS DE PASTAZA ASOEGAP |
|---------------------------|--|--|
| INDICADOR | | |
| Razón Corriente | 189.73% | 188.53% |
| Prueba Ácida | 122.67% | 116.96% |
| Margen Bruto de Utilidad | 0.00% | 0.00% |
| Rentabilidad sobre Ventas | 0.00% | 0.00% |
| Endeudamiento | 9.66% | 13.93% |
| Promedio | 64.41% | 63.88% |

Nota: Actividades de prestación de servicios en Restaurantes, Cevicherías, Pica.

En la tabla 6 se puede observar que entre la ASOCIACIÓN DE SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN ÑUCA PACHA (NUESTRO CIELO) "ASOÑUPACH" y la ASOCIACION DE SERVICIOS DE ALIMENTACION EMPRENDEDORES GASTRONOMOS DE PASTAZA ASOEGAP con relación a los indicadores muestran un promedio de 64.41% y 63.38% lo que detallando en la razón corriente tienen valores de 189.73% y 188.53% entre las dos asociaciones demostrando así que están en la capacidad de pagar sus deudas. En base a la prueba acida entre las dos asociaciones igual muestran que están en la capacidad de pagar deudas sin necesidad de vender sus activos puesto que muestran valores mayores a 1.

Vuelos Panorámicos Y Turísticos

Tabla 7

Empresas de Vuelos Panorámicos y Turísticos

| EMPRESA | SERVICIO AEREO REGIONAL REGAIR CIA. LTDA. |
|----------------|--|
|----------------|--|

| INDICADOR | |
|---------------------------|-------|
| Razón Corriente | 0.00% |
| Prueba Ácida | 0.00% |
| Margen Bruto de Utilidad | 0.00% |
| Rentabilidad sobre Ventas | 0.00% |
| Endeudamiento | 0.00% |
| Promedio | 0.00% |

Nota: Empresa Servicios de Vuelo.

En la tabla 7 según datos muestra un promedio del 0.0% puesto que los indicadores que se aplican no muestran ningún valor. Desde otro punto de vista se puede decir o llegar a la conclusión de que el Servicio Aéreo en la zona de Pastaza no tiene ninguna actividad, ni la generación de un bien o deudas.

Discusiones

Este factor llamado turismo dentro de la Provincia de Pastaza ha crecido con una gran importancia en los últimos años ya que ha surgido el turismo comunitario en zonas que han logrado fortalecer a las comunidades locales, y ha estimulado la producción de productos autóctonos, como la gastronomía, recursos culturales, naturales y locales de cada comunidad, esto se ha convertido en una alternativa de crecimiento económico y social para las comunidades indígenas de la provincia amazónica (Silva. P, 2021)

PASTAZA: En el año 2021 la actividad turística fue muy importante dentro de la economía de la provincia aportando con el 2% al Producto Interno Bruto (PIB), según el Ministerio de Turismo pese a la presencia del COVID-19 en el país, se registra un 66% de incremento en la reactivación económica del sector, la economía en el sector hotelero ha crecido considerablemente gracias al turismo, debido a que la provincia de Pastaza es uno de los destinos turísticos más visitados en el país ya que alberga a 7 nacionalidades indígenas, que se formó como una parte de las estrategias turísticas del lugar, que hoy apunta a usar el turismo para cambiar su matriz productiva y económico, por ende el 29.4% representa a varias entidades turísticas que ofrecen el servicio de hotelería que lograron el 70% de ocupación y permitieron cuantificar y conocer la estructura económica y especialización productiva que representa el 4,5%, con un crecimiento de demanda turística que es del 1,5%, como del turismo receptivo que está en el 13,5%. (Morales. P, 2021)

La mejor forma de asegurar el desarrollo de un turismo sostenible en el cantón es: planificando responsablemente el uso de sus recursos, por consiguiente, los programas y proyectos formulados que se enfocan en superar los problemas identificados a nivel del sistema turístico, con lo cual se pretende orientar los esfuerzos suficientes para que el cantón logre posicionarse como un destino turístico competitivo (Padilla et al., 2021).

En el auditorio de los Hangares de la Prefectura de Pastaza, se realizó la entrega por parte de Ferrán Gélix, representante de CODESPA; del Plan Estratégico de Turismo Sostenible de la Provincia de Pastaza, Plan de Marketing de la Provincia de Pastaza, Agenda para el Turismo Sostenible 2030, Plan de fortalecimiento de la Mesa Provincial de Turismo y señalética para 70 atractivos turísticos de Pastaza, cuya finalidad es mejorar procesos de gobernanza turística hasta el año 2030 (Gélix, T,2022).

De igual manera se efectuó la presentación de vallas y videos promocionales turísticos de Pastaza, que se elaboró juntamente con la Dirección de Comunicación, los mismos que ya se encuentran difundiendo en las terminales aéreas y principales avenidas de Quito y Guayaquil.

A partir de un análisis multidimensional del territorio se analiza el marco legal general sobre el que se pretende intervenir este conocimiento lo cual permite una visión global que ofrecerá las claves y perspectivas necesarias que han de dirigir el plan. En este primer bloque de información se describe y analiza la situación geográfica y ambiental, la población, los sectores productivos, el empleo y la institucionalidad entre otros factores, dando a este análisis un enfoque sistemático del papel que el turismo juega en el territorio (Blanco, 2018).

Así mismo se recibió por parte de la oficina técnica del Ministerio de Turismo en Pastaza, el certificado Safe Travel, ubicándole a Pastaza, como provincia, destino bioseguro.

Uno de los objetivos es promocionar y posicionar a la provincia turísticamente, y se desarrolló un trabajo coordinado con la Cámara de Turismo Provincial, Ministerio de Turismo y todos los actores turísticos locales, gracias a un trabajo coordinado.

Este evento importante contó con la presencia de Nelly Durán, responsable de Turismo en Pastaza, July Sarmiento, presidenta de la Cámara de Turismo, Ferrán Gélix, representante de CODESPA, Freddy Zabala y César Grefa, consejeros provinciales, representantes del sector turístico de la provincia.

La Provincia de Pastaza cuenta con un alto potencial para el desarrollo turístico en distintas modalidades, pues la presencia de atractivos turísticos en buen

estado de conservación integra una oferta innovadora para motivar el interés de mayores flujos de demanda turística, Según BLANCO, Marvin. 2008:16-17, manifiesta que: “Desarrollo turístico Permite el conocimiento de la situación actual y potencial y los puntos de todos los aspectos que explican el desarrollo turístico de la zona, lo que permitirá detectar las áreas fundamentales en las que actúan” (Sánchez et al., 2016).

Pastaza se considera como la puerta de ingreso a la Amazonía ecuatoriana, en esta región se reúne la más grande proporción de negocios con el propósito de la actividad turística, en el territorio permanecen reconocidos 70 atractivos turísticos de ingreso terrestre y 7 aéreo, de los cuales el 20% corresponden a sitios naturales y lo demás a protestas culturales. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Pastaza, 2021) en la composición económica y especialización provechosa de Pastaza por la actividad de turismo en a la comunitario gracias al clima que posee la provincia que tiene para ofrecer a todas las personas a propias y extraños (Vasco et al., 2014).

Tras sufrir por la pandemia de la COVID-19 el país se vio afectado económicamente, hubo afectaciones en el sector turístico, después de volver a las actividades en los días de feriado el gasto turístico, en Semana Santa 2022, alcanzó los 50 millones de dólares. Empero aquello no es todo, ya que, como consecuencia de la suma de los feriados de Carnaval y Semana Santa, el gasto turístico alcanzó 127 millones de dólares, la mejor cifra a partir de 2017 con un porcentaje del 6%. (Redacción Comercial, 2022) Además con la reducción del IVA que es menos 4 puntos y en otras acciones para la reactivación de la economía y el impulso al turismo.

Por medio del comunicado del Ministerio de Turismo, durante el último feriado del 10 de agosto (primer grito de independencia), los viajeros a escala nacional generaron un gasto turístico de 42 millones de dólares, superior al año 2021 y posicionando a este año como el de mejores cifras; incluso superó a los resultados de los años 2018 y 2019 que tiene un valor aproximadamente de (8 millones de dólares) de los dos años, previo a la pandemia (La Hora, 2022).

Conclusiones

El crecimiento del sector turístico y hotelero en la provincia de Pastaza se designó como un sector importante en el progreso de la economía de la provincia, que ha servido de mucho para la recuperación de la crisis económica que obtuvo en la pandemia en el año 2019, y se llegó a presentarse como uno de

los principales desafíos que deben enfrentar los destinos turísticos que oferta Pastaza, eso en el sector turístico.

En el sector hotelero el turismo ayudado a contribuir de forma positiva la economía de Pastaza donde el tipo de actividad representa el 29.18% de establecimientos que ofrece este servicio, y permitieron cuantificar y conocer la estructura económica y especialización productiva y el Valor Agregado Bruto (VAB) por actividad que para alojamiento representa el 3,3%, con un crecimiento positivo anual de 0,7% que tiende al alza, también se denota en base al indicador de demanda turística el crecimiento tanto del turismo interno que es del 1,5%, como del turismo receptivo que está en el 14,1%, lo que propende a un mayor gasto y consumo turístico en Pastaza, siendo una recalcada importancia para el crecimiento de la economía.

La provincia de Pastaza obtuvo un aumento económico en el sector turístico y hotelero en el periodo de enero a junio del 2022 donde se recaudó mayor índice de impuestos fue en el cantón de Pastaza con un incremento de 4.001.193 así el total de recaudación de los impuestos relacionados con el sector turístico de los cuatro cantones de la provincia de Pastaza es de 5.318.380 según el servicio de rentas internas.

Referencias

- Benavides, M. (2017). Elaboración del proceso de costos y su incidencia en la fijación del precio de hospedaje en el Hotel Oro Negro, cantón Pastaza ciudad del Puyo, período 2016 (Bachelor's thesis, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo).
- Blanco, M. (2008). Evaluación Del Potencial Turístico. conocimiento de la situación actual y potencial y los puntos de todos los aspectos que explican el desarrollo turístico. Primicias <https://1library.co/article/evaluaci%C3%B3n-potencial-tur%C3%ADstico-plan-desarrollo-tur%C3%ADstico-complejo-arqueol%C3%B3gico.qo5o54my>
- Cunuhay, L., Heredia, M., Álvarez, S., & Gallo, M. (2022). El RIMPE y su Impacto en la Reforma Tributaria del Ecuador. FIPCAEC, 7, 150–165. <https://fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/564/1000>
- Gamboa, J., Hurtado, J., & Ortiz, G. (2017). Gestión de la política fiscal para fortalecer la cultura tributaria en Ecuador. Open Journal Systems, 4, 448–461.

<https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/2028/2/Gesti%20c3%b3n%20de%20la%20Pol%c3%adtica%20.pdf>

- Jaramillo, M. & Cardenas-Perez, A. (2018). Modelización econométrica bajo la metodología de box-jenkins. estudio empírico a la liquidez del sistema financiero ecuatoriano. *Investigación Operacional*, 39(4), 592-607.
- La Hora. (2022). *Habrá que esperar hasta agosto para tener un nuevo feriado – Diario La Hora*. Lahora.com.ec.<https://www.lahora.com.ec/pais/proximo-feriado-2022/>
- Padilla, B., Lluglla, L., Álvarez, W., & Ramírez, B. (2021). Crisis y reactivación turística en tiempos de covid-19. Cámara de turismo provincia de Pastaza. *Revista universidad y sociedad*, 13(3), 426-434.
- Primicias. (2022). *Cifras revelan que el sector turístico de Ecuador avanza en la recuperación de sus niveles prepandemia*. Redacción Comercial. <https://www.primicias.ec/noticias/patrocinado/cifras-revelan-que-el-sector-turistico-de-ecuador-avanza-en-la-recuperacion/>
- Sánchez, L., Cotilla, Z., Rodríguez, J., & Manfugás, J. (2016). Estrategias para el fortalecimiento del turismo gastronómico en el Cantón Pastaza, Ecuador. *Revista Amazónica Ciencia y Tecnología*, 5(2), 118-136.
- Vargas, M., Ocaña, Á., & Chaviano, E. (2017). Modelo para la gestión integrada del turismo comunitario en Ecuador, caso de estudio Pastaza. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, (123), 250-275.
- Vasco, C., Tamayo, G., Palacios, M., & Abril, V. (2014). Determinantes del Gasto Turístico en la Provincia de Pastaza, Ecuador. Un Análisis Cuantitativo. *Revista Amazónica Ciencia y Tecnología*, 3(2), 89-104.

Agradecimientos

Financiamiento

Conflicto de intereses

El contenido de **ISTE Scientist (ISSN: 2953-6618)**, publicados en este sitio están bajo una licencia de Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0). Los autores conservan los derechos morales y patrimoniales de sus obras. The contents of this article are under a Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) license. The authors retain the moral and patrimonial rights of their works.

