

Turismo, Cidades, Colecionismo e Museus

William Cleber Domingues Silva
(Organizador)

2



 **Atena**
Editora

Ano 2021

Turismo, Cidades, Colecionismo e Museus

William Cleber Domingues Silva
(Organizador)

2



Atena
Editora

Ano 2021

Editora chefe

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Editora executiva

Natalia Oliveira

Assistente editorial

Flávia Roberta Barão

Bibliotecária

Janaina Ramos

Projeto gráfico

Natália Sandrini de Azevedo

Camila Alves de Cremonesi

Luiza Alves Batista

Maria Alice Pinheiro

Imagens da capa

iStock

Edição de arte

Luiza Alves Batista

2021 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do texto © 2021 Os autores

Copyright da edição © 2021 Atena Editora

Direitos para esta edição cedidos à Atena Editora pelos autores.

Open access publication by Atena Editora



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição-Não-Comercial-NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Atena Editora. Permitido o *download* da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

A Atena Editora é comprometida em garantir a integridade editorial em todas as etapas do processo de publicação, evitando plágio, dados ou resultados fraudulentos e impedindo que interesses financeiros comprometam os padrões éticos da publicação. Situações suspeitas de má conduta científica serão investigadas sob o mais alto padrão de rigor acadêmico e ético.

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná

Prof. Dr. Américo Junior Nunes da Silva – Universidade do Estado da Bahia

Profª Drª Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa

Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais

Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília

Prof. Dr. Arnaldo Oliveira Souza Júnior – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Crisóstomo Lima do Nascimento – Universidade Federal Fluminense
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Daniel Richard Sant’Ana – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Profª Drª Dilma Antunes Silva – Universidade Federal de São Paulo
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá
Prof. Dr. Elson Ferreira Costa – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima
Prof. Dr. Gustavo Henrique Cepolini Ferreira – Universidade Estadual de Montes Claros
Prof. Dr. Humberto Costa – Universidade Federal do Paraná
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionale delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Jadson Correia de Oliveira – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. José Luis Montesillo-Cedillo – Universidad Autónoma del Estado de México
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Prof. Dr. Luis Ricardo Fernandes da Costa – Universidade Estadual de Montes Claros
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campinas
Profª Drª Maria Luzia da Silva Santana – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Miguel Rodrigues Netto – Universidade do Estado de Mato Grosso
Prof. Dr. Pablo Ricardo de Lima Falcão – Universidade de Pernambuco
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador
Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Vanessa Ribeiro Simon Cavalcanti – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Turismo, cidades, colecionismo e museus 2

Diagramação: Maria Alice Pinheiro
Correção: Bruno Oliveira
Indexação: Gabriel Motomu Teshima
Revisão: Os autores
Organizador: William Cleber Domingues Silva

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

T938 Turismo, cidades, colecionismo e museus 2 / Organizador William Cleber Domingues Silva. – Ponta Grossa - PR: Atena, 2021.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-5983-470-9

DOI: <https://doi.org/10.22533/at.ed.709212309>

1. Turismo. I. Silva, William Cleber Domingues (Organizador). II. Título.

CDD 338.4791

Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166

Atena Editora

Ponta Grossa – Paraná – Brasil

Telefone: +55 (42) 3323-5493

www.atenaeditora.com.br

contato@atenaeditora.com.br

DECLARAÇÃO DOS AUTORES

Os autores desta obra: 1. Atestam não possuir qualquer interesse comercial que constitua um conflito de interesses em relação ao artigo científico publicado; 2. Declaram que participaram ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente na: a) Concepção do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação de dados; b) Elaboração do artigo ou revisão com vistas a tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão.; 3. Certificam que os artigos científicos publicados estão completamente isentos de dados e/ou resultados fraudulentos; 4. Confirmam a citação e a referência correta de todos os dados e de interpretações de dados de outras pesquisas; 5. Reconhecem terem informado todas as fontes de financiamento recebidas para a consecução da pesquisa; 6. Autorizam a edição da obra, que incluem os registros de ficha catalográfica, ISBN, DOI e demais indexadores, projeto visual e criação de capa, diagramação de miolo, assim como lançamento e divulgação da mesma conforme critérios da Atena Editora.

DECLARAÇÃO DA EDITORA

A Atena Editora declara, para os devidos fins de direito, que: 1. A presente publicação constitui apenas transferência temporária dos direitos autorais, direito sobre a publicação, inclusive não constitui responsabilidade solidária na criação dos manuscritos publicados, nos termos previstos na Lei sobre direitos autorais (Lei 9610/98), no art. 184 do Código penal e no art. 927 do Código Civil; 2. Autoriza e incentiva os autores a assinarem contratos com repositórios institucionais, com fins exclusivos de divulgação da obra, desde que com o devido reconhecimento de autoria e edição e sem qualquer finalidade comercial; 3. Todos os e-book são *open access, desta forma* não os comercializa em seu site, sites parceiros, plataformas de *e-commerce*, ou qualquer outro meio virtual ou físico, portanto, está isenta de repasses de direitos autorais aos autores; 4. Todos os membros do conselho editorial são doutores e vinculados a instituições de ensino superior públicas, conforme recomendação da CAPES para obtenção do Qualis livro; 5. Não cede, comercializa ou autoriza a utilização dos nomes e e-mails dos autores, bem como nenhum outro dado dos mesmos, para qualquer finalidade que não o escopo da divulgação desta obra.

APRESENTAÇÃO

A coleção “Turismo, cidades, colecionismo e museus” volume II é uma obra que tem como foco principal a discussão científica por intermédio de trabalhos diversos que compõe seus capítulos. O volume aborda 12 capítulos que permitirão aos leitores terem acesso a investigações de pesquisadores da área de turismo atuantes no Brasil e no exterior.

Sendo assim, o objetivo central desse livro foi o de debater, refletir e apresentar aos interessados diferentes temáticas e abordagens científicas que podem contribuir com o desenvolvimento do setor de turismo em diversas cidades e regiões.

Paralelamente a isso é importante destacar que a obra “Turismo, cidades, colecionismo e museus” volume II complementa o primeiro volume podendo servir de fonte de consulta tanto para acadêmicos da área de turismo quanto para gestores públicos interessados no desenvolvimento local.

Diante disso e a partir da apresentação de resultados práticos convidamos todos a fazerem conosco uma grande viagem através da leitura dos 12 capítulos que compõem essa obra no campo das ciências sociais aplicadas.

No que se refere à divulgação e disseminação de conhecimentos nas mais diferentes áreas, destacamos o papel da Atena Editora que através de sua equipe e plataforma consegue congrega investigadores, metodologias e resultados de pesquisas que podem servir de base para novas investigações ou intervenções na realidade de muitos.

Uma boa viagem a todos!


William Cleber Domingues Silva

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1..... 1

MUSEUS E CRIANÇAS DO CAJUEIRO: AÇÕES DA 14ª SEMANA NACIONAL DE MUSEUS


Carollina Rodrigues Ramos

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.7092123091>

CAPÍTULO 2..... 8

MARKETING TURÍSTICO ATRAVÉS DAS REDES SOCIAIS DE QUITO E SANTIAGO DE COMPOSTELA, CIDADES PATRIMÔNIO MUNDIAL

Pamela Belén Tipán Fraga

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.7092123092>


CAPÍTULO 3..... 17

ÍNDICES FINANCEIROS DO SETOR DE TURISMO

Marina Elizabeth Salazar Herrera

Susana Sánchez Solís

Dora Emilia Aguirre Bautista


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.7092123093>

CAPÍTULO 4..... 25

TURISMO EM UNIDADES DE CONSERVAÇÃO (UC): ECOTURISMO E AS PRÁTICAS DE LAZER COMO FORMA DE SUSTENTAÇÃO DA RELAÇÃO DO HOMEM E A NATUREZA

Paula Cristina Pereira Rodrigues Chaves

Joise Simas de Souza Maurício

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.7092123094>

CAPÍTULO 5..... 32

TURISMO PEDAGÓGICO EM COMUNIDADE URBANA E SUAS POSSIBILIDADES, ARACAJU-SE


Flaviano Oliveira Fonsêca

Jorgenaldo Calazans dos Santos

Jéssika Amanda de Oliveira Bispo

Adinagruber da Conceição Lima


Érica dos Santos Oliveira







 <https://doi.org/10.22533/at.ed.7092123095>

CAPÍTULO 6..... 40

DIVERSIFICAÇÃO DA OFERTA TURÍSTICA: DESAFIOS, OPORTUNIDADES, SUSTENTABILIDADE

Filipa Canavarró de Morais

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.7092123096>

| | |
|---|------------|
| CAPÍTULO 7 | 54 |
| TURISMO COMO UMA INDÚSTRIA CULTURAL: AS OFERTAS DE LAZER NA CIDADE DE ARAXÁ – MG | |
| Luana Ludmila Alves Boaventura | |
|  https://doi.org/10.22533/at.ed.7092123097 | |
| CAPÍTULO 8 | 69 |
| MODERNIDADE E UTOPIA: INFLUÊNCIAS NA REGIÃO DA RUA 25 DE MARÇO E NO COMÉRCIO DA CIDADE DE SÃO PAULO | |
| Lineu Francisco Oliveira | |
|  https://doi.org/10.22533/at.ed.7092123098 | |
| CAPÍTULO 9 | 80 |
| TURISMO NO ESPAÇO RURAL EM PORTUGAL – UMA ANÁLISE QUANTITATIVA DA OFERTA E DA PROCURA | |
| Maria Lúcia Pato | |
|  https://doi.org/10.22533/at.ed.7092123099 | |
| CAPÍTULO 10 | 88 |
| A PERCEPÇÃO DOS <i>STAKEHOLDERS</i> E REPRESENTAÇÕES (VOZES) NO MODELO BARÔMETRO DE SUSTENTABILIDADE DE TURISMO (BST), NO LITORAL NORTE DE SERGIPE | |
| Mary Nadja Lima Santos | |
| José Carlos Santos Cunha | |
| Tiago Guimaraes de Oliveira | |
| Autran Ávila Pimentel | |
|  https://doi.org/10.22533/at.ed.70921230910 | |
| CAPÍTULO 11 | 98 |
| CONSERVAÇÃO PREVENTIVA E CORRETIVA NA CRIAÇÃO DE UMA EXPOSIÇÃO: VISÕES DA LUZ / MUSEU DE ASTRONOMIA E CIÊNCIAS AFINS | |
| Antonio Carlos Martins | |
| Beatriz Beltrão Rodriguez | |
| Ivo Antonio Almico | |
|  https://doi.org/10.22533/at.ed.70921230911 | |
| CAPÍTULO 12 | 114 |
| CONDICIONANTES GEOGRÁFICOS DO MUNICÍPIO DE BARRA DOS COQUEIROS E PERSPECTIVAS PARA DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO LOCAL | |
| José Carlos Santos Cunha | |
|  https://doi.org/10.22533/at.ed.70921230912 | |
| SOBRE O ORGANIZADOR | 127 |
| ÍNDICE REMISSIVO | 128 |

ÍNDICES FINANCIEROS DO SETOR DE TURISMO

Data de aceite: 02/09/2021

Date de submissão: 06/08/2021

Marina Elizabeth Salazar Herrera

Universidad Veracruzana. Facultad de administración, Veracruz. México

Susana Sánchez Solís

Universidad Veracruzana. Facultad de administración, Veracruz. México

Dora Emilia Aguirre Bautista

Universidad Veracruzana. Facultad de administración, Veracruz. México

RESUMEN: El análisis de los índices o razones financieras permiten a la empresa planear el desarrollo de proyectos encaminados al crecimiento y/o aumento de valor de la entidad, de la misma manera coadyuvan en la prevención de situaciones que pondrían en riesgo la estabilidad de la organización, independientemente de la actividad que realicen. En este trabajo el estudio de los ratios, índices o razones financieras que son recurrentes en el sector turístico en virtud de que su aporte al Producto Interno Bruto es de gran peso siendo en el 2018 del 2.4% en México y a nivel mundial del 17.2% (González, 2019). Pese a que en los últimos años, el turismo ha permeado el desarrollo de una gran cantidad de lugares en diferentes países, es el turismo natural uno de los que más peso han tenido, en sus diferentes variedades como el ecoturismo, el agroecoturismo y el turismo rural, entre otros,

es de los más sensibles a los cambios del medio ambiente y que tiende a peligrar su permanencia y estabilidad, de aquí que las organizaciones que abordan estos nichos de oportunidad, deben prepararse y planear su estrategia financiera para no terminar con adeudos y déficit. A lo anterior se ha sumado desde los inicios del 2020 una pandemia que ha puesto en peligro, la estabilidad y bondad de este sector de servicios. Es del dominio público que el sector turístico ha sido una de las áreas más castigadas, de ahí que las empresas de este sector, sean hoteles, restaurantes o líneas aéreas han tenido que cambiar o reconsiderar acciones que impactan en sus Estados Financieros, ante situaciones nunca antes contempladas para el turismo.

PALABRAS CLAVE: índices financieros, análisis, planeación.

FINANCIAL INDEX OF THE TOURIST SECTOR

ABSTRACT: The analysis of financial ratios or index allow the company to plan the development of projects aimed at the growth and / or increase in value of the entity, in the same way they contribute to the prevention of situations that would put the stability of the organization at risk, regardless of the activity they carry out. In this work, the study of the ratios, indices or financial reasons that are recurrent in the tourism sector by virtue of the fact that its contribution to the Gross Domestic Product is of great weight, being 2.4% in Mexico in 2018 and 17.2% worldwide (González, 2019). Despite the fact that in recent years, tourism has permeated the development

of a large number of places in different countries, natural tourism is one of those that has had the most weight, in its different varieties such as ecotourism, agroecotourism and tourism. Rural, among others, is one of the most sensitive to changes in the environment and tends to jeopardize its permanence and stability, hence the organizations that address these niches of opportunity must prepare and plan their financial strategy so as not to end up with debts and deficit. To the above, a pandemic has been added since the beginning of 2020 that has endangered the stability and goodness of this service sector. It is in the public domain that the tourism sector has been one of the most affected areas, hence the companies in this sector, be they hotels, restaurants or airlines, have had to change or reconsider actions that impact on their Financial Statements, in situations never previously contemplated for tourism.

KEYWORDS: financial indexes, analysis, planning.

1 | INTRODUCCIÓN

El análisis de los Estados Financieros es una herramienta que permite al Administrador Financiero (AF) planear el desarrollo de proyectos, la inversión y/o la prevención de situaciones que pongan en riesgo la estabilidad financiera de la empresa; sin embargo, el AF no es dueño de toda la información, debe recurrir a todas las áreas dentro de la organización para obtener información; por ejemplo, el área de ventas debe apoyar con sus informes de ventas para conocer la rentabilidad de la ventas, o bien el almacén, debe proporcionar la información relacionada a la rotación de sus inventarios, que aunado a las cuentas por cobrar y proveedores darían el ciclo financiero. Estos indicadores permiten un análisis en tiempos normales o bien ciclicos de una organización, pero cuando la empresa se enfrenta a situaciones como pandemia o ausencia de paz social o eventos de la naturaleza que ponen en riesgo los recursos humanos y materiales de la empresa, es que debe de analizar otros indicadores que le permitan mantenerse en el mercado.

Este trabajo es de índole documentativo y cuantitativo, desarrollado en medio de la pandemia del año 2020, donde una de las áreas más afectadas en términos económicos es la de servicios, específicamente turísticos, siendo éstos el sujeto de estudio de esta investigación. El objetivo de este trabajo es proporcionar una guía de los ratios o indicadores mínimos que toda empresa del sector sujeto de estudio debe considerar para no caer en un desequilibrio que la lleve al cierre o pérdida de la empresa.

2 | DESCRIPCIÓN DEL MÉTODO

Propuesta metodológica

La pandemia sucedida en el año 2020 que motivaron que las empresas del sector turístico sufrieran el impacto económico, ha dejado en claro que ninguna de las empresas que abarca este sector -ni ningún otro-, estaba preparado para una situación sanitaria de esta naturaleza, por ejemplo los cruceros, las líneas aéreas, hospedajes y restaurantes, siendo éstos últimos quienes pudieron sobrellevar un poco la situación a través de diferentes

estrategias que implementaron. Sobre esta base, resultaba problemático la aplicación de encuestas a los prestadores de servicios o las entrevistas a tomadores de decisión, de aquí que se optó por la observación analítica y el análisis de la información de medios oficiales, noticieros y redes sociales.

Se estudiaron los Estados Financieros publicados de cadenas hoteleras como grupo Santa Fe S.A.B. de C.V., NH Hoteles S.A., Santos, así como líneas de autotrasportes y aéreas, OMA y Viva aerobus, en los años 2017 y 2018. Estas empresas estuvieron operando con números negros y utilidades que les permitían el desarrollo de proyectos y/o expansión de las mismas. De estos corporativos se consideraron las principales cuentas contables para determinar su liquidez, solvencia y apalancamiento.

3 I DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

La pandemia inició en México en el mes de febrero, sin embargo, debido a que se han sucedido otros eventos sanitarios, el Gobierno Federal (GF) a través de la Secretaría de Educación Pública determinó suspensión de actividades escolares en todos los niveles y en todo el país; esto es, para el 20 de marzo del año 2020 ninguna escuela abrió sus puertas. A partir de ahí se sucedieron los cierres totales de las diferentes actividades que no eran consideradas básicas, y como el sector turístico contempla actividades de recreación, ocio y esparcimiento, todos sus lugares, eventos y actividades cerraron y/o fueron suspendidos. Así mismo, por orden del GF no habría ningún despido o suspensión del salario a los trabajadores, fueran de base o eventuales. De acuerdo al análisis documentativo, las empresas en un inicio trataron de solventar el pago de salarios con el renglón de utilidades del ejercicio anterior, posteriormente con reservas de utilidades, sin embargo, el GF no prestó ningún tipo de apoyo ya que para el mes de abril, las empresas debían presentar los informes anuales para el pago de impuestos.

Los meses de inactividad económica se sucedieron y comenzó el cierre de pequeñas empresas, la reducción del salario de los trabajadores, el despido y suspensión de trabajadores eventuales. Pasó casi medio año antes de que las actividades fueran reabriendo escalonadas, con filtros sanitarios y un buen número en forma remota, a pesar de que la pandemia seguía en aumento. Sin embargo, en este trabajo se abordarán las razones financieras que una empresa debe tener presente.

En base a lo expuesto es objetivo de este trabajo analizar la situación financiera de diversas empresas del sector turístico para proporcionar una guía de los índices, ratios o razones financieras que deben considerar ante situaciones de emergencia en la idea que no sufra ningún detrimento.

En este punto se plantea la pregunta ¿cómo contribuye el análisis financiero en empresas de servicio turístico ante situaciones de contingencia?

H₁. El análisis financiero en las empresas de servicios turísticos deben comprender

los indicadores que le permitan cumplir con sus obligaciones de pago a corto plazo.

4 | JUSTIFICACIÓN

Este trabajo tiene la finalidad de ser una guía en el análisis de Estados Financieros para las empresas del sector turístico, de manera que les permitan protegerse ante diferente tipo de eventos que las pudieran dañar en su economía, no sólo ante un problema sanitario sino de cualquier otro tipo. El beneficio que ofrece este trabajo, radica en las opciones que toda empresa del sector turístico debe considerar para minimizar el impacto ante eventos que los obligue a suspender actividades por una temporada mayor a un mes.

5 | DEFINICIÓN DEL UNIVERSO

Para el acopio de información, se recurrió al estudio documentativo (Hernández et al, 2014) y a la consulta de distintos medios informativos que daban a conocer la situación del sector turístico, así como a la indagación de distintos centros recreativos (Lovelock et al, 2011). Por cuestiones de espacio, se resumirá en análisis de resultados el estudio de la información, siendo los principales rubros de los Estados Financieros los relacionados a la liquidez y al flujo de efectivo, entre otros.

6 | ANÁLISIS DE RESULTADOS

De acuerdo a (IMCO Staff, 2020) los estados más dependientes del turismo y servicios recreativos son Quintana Roo, donde estas actividades representan el 25% de su Producto Interno Bruto, Baja California Sur (14%), Yucatán (13%), Guerrero (7%) y Oaxaca (4%). Estos estados tienen en el turismo cadenas de hoteles y restaurantes, así como pequeños empresarios que desarrollan actividades encaminadas a la promoción de la cultura incluyendo la gastronomía.

Para efectos de este trabajo, se identificarán los indicadores y razones financieras como ratios, de aquí se clasificaran de acuerdo a su temporalidad, es decir, los ratios relacionados con los resultados esperados a corto, mediano y largo plazo. Los autores consultados para efectos de los ratios fueron: (Ochoa , 2002) (Ortega, 2008) (Gitman, 2003) (Dumrauf, 2010).

El primer índice ratio financiero que toda empresa debe considerar ante una eventualidad es el correspondiente a la liquidez, también identificado como corriente. La liquidez implica la capacidad de pago que tiene la empresa para cubrir sus compromisos a corto plazo:

1) Liquidez = Activo circulante / pasivo a corto plazo.

Sin embargo, para tener una aproximación más exacta, se restan los inventarios que

para el caso de una empresa de servicios carecen de relevancia. Se hace notar, que no se debe confundir que un inventario de la misma empresa para su operación normal, en otras palabras, no es un inventario destinado a la venta ya que las empresas turísticas no son productoras o manufactureras, debido a esta variación el ratio se identificará como prueba de ácido, quedando de la siguiente manera:

$$2) \text{ Prueba de ácido} = (\text{Activo circulante} - \text{Inventario}) / \text{pasivo a corto plazo.}$$

Existen otros índices financieros para conocer el apalancamiento y el ciclo financiero, pero este trabajo se abocará exclusivamente a los tiempos de contingencia; para ello, de los elementos que integran el ciclo financiero, se toma la parte correspondiente a la rotación de cuentas por cobrar, buscando reducir los días de cobro a los clientes, aunque ello signifique castigar las utilidades esperadas.

$$3) \text{ Rotación de cuentas por cobrar} = \text{ventas anuales a crédito} / \text{Cuentas por cobrar}$$

$$4) \text{ Rotación de cuentas por cobrar en días} = 365 / \text{Rotación de cuentas por cobrar}$$

Este resultado daría a la empresa el tiempo transcurrido entre cobro a clientes. En situaciones de operación normal, el tiempo regular es menor de 45 días pero en situaciones diferentes la observación es que sea menor a 15 días debido a la necesidad de la organización de salir adelante con los pagos. Esta situación implicaría la necesidad de apoyo por parte de alguna institución bancaria o la facilidad de que los clientes reduzcan sus pagos y alarguen el tiempo de los mismo.

Otro de los resultados del análisis es obviar el registro de las depreciaciones y amortizaciones para disponer en la medida de lo posible la utilidad completa.

Uno de los renglones más relevantes es el recálculo del Punto de Equilibrio Financiero (PEF), debido a que si se omite en esos períodos las depreciaciones, habrá que volver a considerar un nuevo PEF.

$$5) \text{ PEF} = (\text{costos fijos} + \text{gastos financieros} + \text{utilidad deseada}) / 1 - (\text{costo de ventas sin depreciación} / \text{ventas netas})$$

Dentro de los renglones que siempre hay que tener presente es el pago de intereses; el pago de la deuda regularmente se puede renegociar pero el pago de interés se va acumulando de manera que llega a ser muy problemática la liquidación, a menos que la empresa se declare insolvente.

Toda vez que exista algún tipo de contingencia en la localidad, es importante que la empresa realice una aproximación de sus ingresos y gastos para los siguientes 3 meses al menos y esto se refleja en un Flujo de efectivo, donde la empresa considerará la situación definida por el gobierno, ya sea de salud pública, producto de alguna catástrofe natural o de situaciones alteradas por una guerra.

A continuación se proporciona un cuadro que concentra los principales ratios a considerar en las empresas ante situaciones adversas:

| Nombre | Fórmulas | Observación |
|--------------------------------|--|---|
| Liquidez | Activo circulante / pasivo a corto plazo | Determina la capacidad de pago a corto plazo |
| Prueba de ácido | (Activo circulante – inventarios) / pasivo a corto plazo | Su exactitud permite conocer si la empresa podrá cumplir con sus compromisos en forma inmediata |
| Rotación de cuentas por cobrar | 365 / (ventas anuales a crédito / Ctas por cobrar) | Permite determinar los días que tarda una cuenta en cobrarse |
| Punto de equilibrio financiero | (Costos fijos + Gtos financieros + Utilidad deseada) / 1 – (costo de ventas sin depreciación / ventas netas) | Ayuda a determinar el mínimo que la empresa debe vender para tener utilidades |
| Flujo de efectivo | Ingresos - gastos | No se consideran las depreciaciones ya que sólo se considera el efectivo. |

Tabla 1. Índices financieros a considerar en situaciones de adversidad externas a la empresa

Elaboración: Propia.

Toda vez que administrador financiero realice los cálculos, deberá analizar los resultados y comparar con los indicadores que proporciona el Banco Central, conocer la situación del mercado así como la gravedad que impera en la localidad donde se encuentre la empresa. El análisis de resultados debe conducir a decisiones que le permita a la empresa sobrellevar y mantenerse el tiempo necesario.

Existen otras fórmulas cuyas razones permiten la evaluación de la empresa desde la perspectiva financiera, que incluyen la evaluación del capital, la rentabilidad y el endeudamiento, sin embargo para efectos de este trabajo y su objetivo se consideraron las básicas, toda vez que las empresas de servicios turísticos sólo contemplan los gastos en sus diferentes renglones, por ejemplo:

- gastos administrativos,
- gastos de representación,
- gastos operativos,
- gastos de ventas, etc. ,

Estos gastos se reflejan en el Estado de Resultados, toda vez que se ha determinado la Utilidad Bruta. Hay que considerar la ausencia de costos de venta ya que las cuentas relacionadas al manejo de costos fijos y variables o de mano de obra por manufactura no se llevan en estas empresas.

7 | COMENTARIOS FINALES

Este trabajo se realizó para apoyar en situaciones de adversidad a las empresas, donde una entidad económica busca mantenerse y sobrevivir.

La situación que rodeo la problemática fue una pandemia, y en donde después de un año y 6 meses, la cantidad de empresas cerradas y pérdida económica es tan cuantiosa

que los gobiernos optaron por reabrir los centros económicos con precauciones y medidas de sanidad. A pesar de la ventaja en la utilización de redes sociales para llevar a cabo las ventas, el sector turístico tuvo que cerrar parques recreativos, restaurantes, hospedaje, cancelar eventos y servicios aéreos, entre otros. Esto implicó la devolución de los depósitos que hicieron los usuarios por concepto de reservaciones y pago de excursiones y de cualquier tipo de transporte.

Una de las cadenas que más sufrieron el impacto fue la de cruceros que se vieron obligados cancelar y parar toda operación con pérdidas cuantiosas; aunado a lo anterior hay que considerar las limitaciones que muchos países impusieron, de manera que los ciudadanos no pudieron visitar a sus familiares y muchos casos regresar a los lugares de origen.

8 | RESUMEN DE RESULTADOS

En esta investigación se estudiaron los ratios financieros que pueden apoyar a las empresas de servicios ante situaciones de contingencia, es decir, externas a la empresa. Dadas las características de los eventos sucedidos en el año 2020, la situación económica global, es decir, en todos los países del orbe el Producto Interno Bruto sufrió una caída, misma que arrastró a un sinnúmero de empresas al cierre.

Los ratios que se plantean se deben calcular toda vez que empiecen situaciones que pongan en riesgo a la empresa y estar recalculando de acuerdo a los eventos y directrices que de a conocer el gobierno.

9 | CONCLUSIONES

Después de conocer y analizar la situación actual que atraviesan los servicios turísticos en México por causa de la pandemia, es importante desarrollar proyecciones con ayuda de software y/o programas de cómputo que incluyan los ratios que se proponen en este trabajo. Estas proyecciones deben considerar diferentes variables y situaciones reguladas por el Banco Central, por el gobierno y por la misma competencia que deriven en estrategias competitivas.

Como se ha expuesto, siendo el sector turístico, un área donde hay ausencia de costos, sólo se consideran los gastos clasificados de diferentes formas, de manera que El análisis financiero en las empresas de servicios turísticos deben incluir los indicadores que le permitan solventar con las obligaciones a corto plazo, una vez que supere los eventos podrá tener un panorama más general de la empresa.

REFERÊNCIAS

Dumrauf, G. (2010). *Finanzas Corporativas*. Argentina: Alfaonega.

Gitman, L. (2003). *Administración financiera*. México: Pearson.

Gonzalez, L. (01 de 03 de 2019). *El economista*. Obtenido de [eleconomista.com.mx](https://www.economista.com.mx/empresas/Sector-de-viajes-y-turismo-crecio-mas-que-el-PIB--20190301-0003.html): <https://www.economista.com.mx/empresas/Sector-de-viajes-y-turismo-crecio-mas-que-el-PIB--20190301-0003.html>

Hernández Sampieri, R., Carlos Fernández C & Pilar Baptista. "Metodología de la investigación". *Mcgraw-Hill*. México, 2014.

IMCO Staff. (25 de 03 de 2020). *Centro de investigación en política pública*. Obtenido de Impacto económico en los estados del sector turístico: <https://imco.org.mx/impacto-economico-en-los-estados-del-sector-turistico/>

Lovelock, C. , Javier Reynoso, D'Andrea, Huete, Jochen Wirtz. "Administración de servicios". *Addison Wesley*. España, 2011.

Ochoa , G. S. (2002). *Administración financiera*. México : Mc Graw Hill.

Ortega, A. C. (2008). *Introducción a las finanzas*. México: Mc Graw-Hill Interamericana.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Análises 33, 58, 65, 81, 98

Aspectos Turísticos 114

B

Barra dos coqueiros 114, 116, 125, 126

C

Conservação Preventiva 98, 99, 100, 101, 102, 103, 107, 110, 111

D

Desenvolvimento Turístico 40, 42, 43, 47, 48, 51, 61, 66, 80, 88, 114, 115, 122, 123

Diversificação e inovação 40, 49

E

Educação 1, 2, 4, 5, 6, 32, 33, 34, 36, 37, 38, 39, 40, 44, 89, 95, 98, 114, 120

Educação Patrimonial 1, 4, 5, 6, 39, 98

Exposição 3, 5, 98, 99, 100, 103, 104, 105, 106, 108, 109, 110, 111, 112

F

Ferramenta Pedagógica 32

I

Identidade 1, 2, 4, 5, 6, 33, 37, 42, 43, 49, 92, 100

Impactos 26, 27, 28, 29, 30, 40, 41, 43, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 55, 64, 65, 87, 94, 95, 119, 122

Índices Financeiros 17

Indústria Cultural 54, 55, 56, 57, 59, 60, 62, 63, 64, 65, 67, 68

Inovação 31, 40, 41, 47, 49, 98

Intervenção Curativa 98, 99, 100, 103, 106, 108, 110, 111

L

Lazer 6, 25, 26, 28, 29, 30, 36, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 61, 62, 65, 66, 67, 68, 80, 92, 125

Litoral Norte. Sergipe 88

M

Mercantilização do lazer 54, 58

Método Delphi 88

Modernidade 69, 73, 74, 79

Museologia 98

Museus 2, 9, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

O

Oferta Turística 11, 40, 41, 46, 47, 48, 49, 51, 85, 88, 92, 93

P

Patrimônio Cultural 1, 6, 98, 99, 100

Percepção de Stakeholders 88

Planejamento 3, 29, 31, 36, 39, 65, 67, 69, 90, 93, 110, 120, 122, 123

Portugal 1, 31, 40, 80, 81, 82, 84, 87

Procura 28, 40, 43, 46, 47, 48, 50, 51, 53, 80, 81, 84, 85, 86, 89

Promoção Turística 65

Q

Quito 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15

R

Redes Sociais 8

S

Sacoleiro 69

Santiago de Compostela 8, 9, 10, 12, 13, 14

Sustentabilidade 5, 6, 26, 27, 29, 40, 41, 46, 47, 48, 49, 51, 52, 53, 88, 89, 91, 95, 96

T

Território 1, 2, 3, 4, 5, 6, 35, 71, 76, 96, 119, 124

Turismo 2, 9, 3, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 17, 20, 24, 25, 26, 27, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 80, 81, 82, 83, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 118, 121, 122, 125, 126, 127

Turismo Pedagógico 32, 33, 34, 36, 37, 39

Turismo Rural 81


Turismo Sustentável 26, 27, 52, 88, 89, 90, 95, 96, 97, 126


U


UNESCO 8, 9, 11, 111


Unidades de Conservação 25

Turismo, Cidades, Colecionismo e Museus

 www.arenaeditora.com.br

 contato@arenaeditora.com.br

 [@arenaeditora](https://www.instagram.com/arenaeditora)

 www.facebook.com/arenaeditora.com.br





2



 **Atena**
Editora

Ano 2021

Turismo, Cidades, Colecionismo e Museus

-  www.arenaeditora.com.br
-  contato@arenaeditora.com.br
-  [@arenaeditora](https://www.instagram.com/arenaeditora)
-  www.facebook.com/arenaeditora.com.br

2



 **Atena**
Editora

Ano 2021