

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

**ANÁLISIS DE LOS COSTOS, GASTOS Y RENTABILIDAD PARA EL SECTOR
SERVICIOS TURÍSTICOS, CÓDIGOS CIUU N7911 Y N7990.04 PARA LOS AÑOS
2020 AL 2022**

DANIELA VICTORIA NAVARRETE DÁVILA

DIRECTORA: MBA. VERÓNICA APOLO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

ADMINISTRACIÓN EFICIENTE Y EFICAZ DE LAS ORGANIZACIONES PARA LA
COMPETITIVIDAD SOSTENIBLE LOCAL Y GLOBAL

SUBLÍNEA DE INVESTIGACIÓN

PRINCIPIOS, NORMATIVA, PRÁCTICAS Y PROCESOS FINANCIEROS,
CONTABLES, DE AUDITORÍA Y TRIBUTARIOS Y SU VALOR AGREGADO PARA
LAS ORGANIZACIONES

QUITO, DICIEMBRE 2023

DIRECTOR

MBA. Verónica Apolo

LECTOR

MBA. Myrian Rubio

DEDICATORIA

El presente trabajo y todo el esfuerzo realizado durante toda mi carrera se lo dedico:

A mis padres, que han sido el principal apoyo y guía durante este camino.

A mis abuelitos, por ser un soporte en mi vida, por su amor, y cuidado.

A mi familia, por ser cómplices y compañeros de vida.

A los angelitos que desde el cielo me han hecho sentir que están a mi lado.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres por estar incondicionalmente a mi lado, por ser una guía y apoyo, por sus enseñanzas y consejos.

Agradezco a los docentes que se cruzaron en el camino de mi formación profesional por todo el conocimiento y las experiencias compartidas.

Agradezco a la Dra. Verónica Apolo, por su apoyo y guía durante la elaboración de este trabajo.

A mis amigos y compañeros que me han acompañado en este camino.

Y a todas esas personas especiales que durante este camino me alentaron y confiaron en mí.

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCION	11
1. MARCO TEÓRICO.....	13
1.1. Definición, clasificación e importancia de los costos y gastos	13
1.2. Costos en empresas de servicios	15
1.3. Rentabilidad	17
1.4. Influencia de los costos y gastos con la rentabilidad	20
2. ESTUDIO DEL SECTOR TURÍSTICO	23
2.1. Sector turístico en Ecuador	23
2.2. Empresas del sector turístico y su clasificación por actividad económica.....	24
2.3. Determinación de la muestra.....	32
3. REVISIÓN DE LA INFORMACIÓN DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR TURÍSTICO CÓDIGOS CIUU N7911 Y N7990.04	36
3.1. Estructura de Costos.....	36
3.2. Estructura de Gastos.....	41
3.3. Análisis de la rentabilidad en las empresas de servicios turísticos	45
3.3.1. Margen de Utilidad Bruta	45
3.3.2. Margen de Utilidad Operativa	52
3.3.3. Margen de Utilidad Neta.....	61
3.3.4. Rendimiento sobre el activo.....	65
3.4. Forma de presentación de los costos y gastos	71
4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	73
5. BIBLIOGRAFÍA	75

ÍNDICE TABLAS

Tabla 1 Características de las empresas de acuerdo con su tamaño	28
Tabla 2 Tipo de compañías en el Ecuador	30
Tabla 3 Muestra empresas con el CIUU N7911	34
Tabla 4 Muestra empresas con el CIUU N7990.04	35

ÍNDICE FIGURAS

Figura 1 Ubicación geográfica por regiones de las empresas turísticas en el Ecuador	24
Figura 2 Empresas del sector turístico en el Ecuador	25
Figura 3 Ubicación geográfica por regiones de las empresas turísticas N7911 en el Ecuador	26
Figura 4 Ubicación geográfica por provincias de las empresas turísticas N7911 en el Ecuador	27
Figura 5 Ubicación geográfica por regiones de las empresas turísticas N7990.04 en el Ecuador	27
Figura 6 Ubicación geográfica por provincias de las empresas turísticas N7990.04 en el Ecuador	28
Figura 7 Tamaño de las compañías dentro de las empresas con código CIUU N7911	29
Figura 8 Tamaño de las compañías dentro de las empresas con código CIUU N7911	29
Figura 9 Tipo de compañías en el sector turístico en las empresas categorizadas en el código CIUU N7911	30
Figura 10 Tipo de compañías en el sector turístico en las empresas categorizadas en el código CIUU N7990.04	31
Figura 11 Tipo de compañías en el sector turístico en las empresas categorizadas en el código CIUU N7911	31
Figura 12 Tipo de compañías en el sector turístico en las empresas categorizadas en el código CIUU N7911	32
Figura 13 Estructura de los Costos en las empresas 2020	37
Figura 14 Estructura promedio de los costos 2020	38
Figura 15 Estructura de los Costos en las empresas 2021	38
Figura 16 Estructura promedio de los costos 2021	39
Figura 17 Estructura de los Costos en las empresas 2022	40
Figura 18 Estructura promedio de los costos 2022	41
Figura 19 Estructura promedio de gastos 2020	42
Figura 20 Estructura promedio de gastos 2021	43
Figura 21 Estructura de gastos 2022	44
Figura 22 Empresas que tienen Ingresos Operacionales y Costo de Ventas en 2020	46

Figura 23 Margen de Utilidad Bruta en 2020 de las empresas que tienen ingresos operacionales y costos de venta	47
Figura 24 Empresas que tienen Ingresos Operacionales y Costo de Ventas en 2021.....	48
Figura 25 Margen de Utilidad Bruta en 2021 de las empresas que tienen ingresos operacionales y costos de venta	49
Figura 26 Empresas que tienen Ingresos Operacionales y Costo de Ventas en 2022.....	50
Figura 27 Margen de Utilidad Bruta en 2022 de las empresas que tienen ingresos operacionales y costos de venta	50
Figura 28 Margen promedio de Utilidad Bruta positivo.....	51
Figura 29 Margen promedio de Utilidad Bruta negativo.....	52
Figura 30 Margen Operativo en 2020 de las empresas que tienen ingresos operacionales y costos de venta	53
Figura 31 Margen de utilidad operativa sin costo de ventas en 2020	54
Figura 32 Margen Operativo en 2021 de las empresas que tienen ingresos operacionales y costos de venta	55
Figura 33 Margen de utilidad operativa sin costo de ventas en 2021	56
Figura 34 Margen Operativo en 2022 de las empresas que tienen ingresos operacionales y costos de venta	57
Figura 35 Margen de utilidad operativa sin costo de ventas en 2022	58
Figura 36 Promedio margen operativo positivo - Empresas con datos completos	59
Figura 37 Promedio margen operativo negativo-Empresas con datos completos	59
Figura 38 Promedio margen operativo positivo - Empresas sin costo de ventas.....	60
Figura 39 Promedio margen operativo negativo - Empresas sin costo de ventas.....	61
Figura 40 Empresas de acuerdo con su Utilidad Neta, 2020	62
Figura 41 Empresas de acuerdo con su Utilidad Neta, 2021	63
Figura 42 Empresas de acuerdo con su Utilidad Neta, 2022	64
Figura 43 Promedio margen neto positivo - Empresas con utilidad neta positiva.....	64
Figura 44 Promedio margen neto negativo - Empresas con utilidad neta negativa.....	65
Figura 45 ROA obtenido en 2020	66
Figura 46 ROA obtenido en 2021	66
Figura 47 ROA obtenido en 2022	67
Figura 48 Resumen indicadores de rentabilidad 2020 (Empresas con información completa)	68
Figura 49 Resumen indicadores de rentabilidad 2020 (Empresas sin Costo de Ventas).....	68

Figura 50 Resumen indicadores de rentabilidad 2021 (Empresas con información completa)	
.....	69
Figura 51 Resumen indicadores de rentabilidad 2021 (Empresas sin Costo de Ventas).....	69
Figura 52 Resumen indicadores de rentabilidad 2022 (Empresas con información completa)	
.....	70
Figura 53 Resumen indicadores de rentabilidad 2022 (Empresas sin Costo de Ventas).....	71

RESUMEN

Ecuador cuenta con un potencial turístico elevado debido a su diversidad geográfica y cultural, por tal razón el sector turístico a lo largo del tiempo ha desarrollado un sin número de empresas dedicadas a la prestación de diferentes servicios, por ejemplo, oferta de viajes o guías de turismo. En Ecuador esta actividad representa un papel importante en la economía del país, ya que favorece la inversión privada, el desarrollo de empresas locales y generación de empleo.

Por lo expuesto anteriormente sobre este sector en el país, es necesario realizar el análisis de los costos, gastos y rentabilidad para el sector servicios turísticos, códigos CIUU N7911 y N7990.04 para los años 2020 al 2022, la investigación fue de tipo descriptivo y exploratoria ya que se observó al sector turístico y sus características, además se analizó la información financiera, con énfasis en el estado de resultados. Por su tipo de diseño fue no experimental, longitudinal, muestral, y con enfoque cuantitativo.

A partir de la muestra estudiada se interpretó el comportamiento que pueden tener las empresas de este sector, utilizando el método inductivo. Para examinar los costos, gastos y rentabilidad se utilizó el método de análisis, de esta manera se pudo identificar los datos a ser utilizados y la relación que tienen entre sí estos componentes. Se determinó que las empresas no cuentan con una asignación adecuada de costos y gastos lo que influye en el comportamiento de la rentabilidad y las notas a los estados financieros no permiten a un tercero comprender la información.

Palabras claves.

Costos, Gastos, Rentabilidad, Servicios turísticos

INTRODUCCIÓN

El turismo, según la Organización Mundial del Turismo es un fenómeno social, cultural y económico que se basa en el desplazamiento de personas a lugares fuera de su ambiente habitual ya sea por motivos profesionales o personales (*World Tourism Organization*, 2008). Este sector tiene un rol importante en la economía puesto que directa e indirectamente se genera un incremento de las actividades económicas dentro de los destinos turísticos, esto surge debido a la demanda de insumos y servicios que se deben ofrecer para que el turista pueda satisfacer sus necesidades y cumplir con su propósito (Chávez, 2022).

En el Ecuador esta actividad representa un papel importante en la economía de nuestro país, ya que favorece a la inversión privada, el desarrollo de las empresas locales y la generación de empleo, encontrándose la acción turística en la tercera fuente de ingresos no petroleros (Sánchez y Pachacama, 2023).

Debido a la pandemia del COVID 19, entre los años 2020 y 2022, el Ministerio de Turismo del Ecuador registró algunos datos, indicando que la llegada de extranjeros al país con fines turísticos disminuyó en un 70.2%. De acuerdo con este hecho es importante analizar el comportamiento que tuvieron los costos y gastos dentro de las empresas que pertenecen al sector de servicios turísticos durante la pandemia y como esto afectó su rentabilidad (Sánchez y Pachacama, 2023).

El objetivo de esta investigación fue evaluar cómo se encuentran conformados los costos y gastos dentro del sector turístico a través del análisis de la información financiera presentada por las organizaciones y su relación con la rentabilidad. Esto permitió analizar como las empresas de servicios turísticos en Ecuador han asignado los costos y gastos y determinar si se cuenta con las herramientas y técnicas necesarias para lograr una correcta clasificación de los rubros antes mencionados; y de esta manera ligar esto con la rentabilidad generada por cada una de las compañías.

La metodología acorde y aplicada en este estudio fue descriptiva debido a que se investigó al sector turístico y sus características, además se analizó la información financiera, con énfasis en el estado de resultados, para poder examinar el comportamiento y la relación de los costos, gastos y rentabilidad.

El tipo de diseño que se desarrolló en este trabajo fue no experimental ya que se utilizó información con validez externa, además fue de tipo longitudinal con un periodo de evaluación

de los años 2020 – 2022, se tomó muestras de las compañías existentes en el país, por lo tanto, fue de tipo muestral, El análisis de datos tuvo un enfoque cuantitativo ya que se realizó cálculos que permitieron la interpretación de los resultados que se reflejan en los estados financieros, específicamente de los estados de resultados.

Los datos fueron obtenidos mediante los estados financieros de las empresas conseguidos a través del portal de información web de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, para información adicional se utilizó libros, artículos que hablan de dicho sector en Ecuador, además del Ministerio de Turismo.

En este trabajo se desarrollaron tres capítulos:

- Capítulo 1, explicó el marco teórico sobre los costos y gastos, además de la forma en que deben ser clasificados, el siguiente punto a tratar fue el de la rentabilidad donde de igual manera se definió el término, se indicaron los tipos de rentabilidad, sus fórmulas de cálculo y la forma de interpretación de los resultados.
- Capítulo 2, mencionó de manera general el sector de servicios para luego centrarse en el sector de servicios turísticos donde se detalló la situación actual del sector, sus principales características, el tipo actividades que se desarrollan dentro de este, para luego poder determinar la muestra con la que se trabajó, tomando en cuenta el tamaño de las empresas y sus actividades. Para este capítulo las fuentes de información fueron los organismos de control, revistas empresariales, organizaciones que involucren al sector.
- Capítulo 3, en esta etapa del trabajo se realizó un análisis de la conformación de los costos y gastos de las empresas del sector utilizando la información financiera de cada una de ellas, por otro lado, se revisó la rentabilidad de las empresas evaluando los estados de resultados presentados.

Al desarrollar los capítulos de la investigación se pudo evidenciar y plasmar hallazgos que se presentaron al final de este trabajo, los mismos que fueron básicos para el análisis de los costos, gastos y rentabilidad para el sector servicios turísticos, códigos CIUU N7911 y N7990.04 para los años 2020 al 2022

1. MARCO TEÓRICO

1.1. Definición, clasificación e importancia de los costos y gastos

Costo es el valor monetario sacrificado o equivalente por productos y servicios, que se espera que brinden un beneficio corriente o futuro a la organización. Para poder comprender este concepto es necesario interpretar cada una de las partes que este lo componen. Valor monetario es la capacidad que tiene una moneda de comprar bienes o servicios. En este concepto cuando se la añade el término “sacrificado” se refiere a que este valor debe ser arriesgado para poder generar el bien o servicio. Cuando se habla de “o equivalente” se refiere a que no únicamente se puede generar el bien a través de un desembolso monetario si no también se puede hacer un intercambio entre otros insumos o servicios. Al mencionar que brinden un beneficio se refiere a que la transacción realizada generará un margen de rentabilidad dentro de la empresa. Por lo tanto, se puede definir al costo de producción, cuando se habla de una industria, y al costo operativo cuando se habla del sector de servicios, como el conjunto de bienes y esfuerzos que se han debido hacer para tener un bien o servicio listo para ofertar (Laporta, 2016).

Existen un sinnúmero de formas de clasificar los costos, estas categorizaciones son complementarias y pueden combinarse. La primera clasificación puede aplicarse de acuerdo con su identificación, estos pueden ser costos directos que se atribuye directamente al objeto por ejemplo la mano de obra directa quienes son los que participan directamente en el proceso de fabricación; o pueden ser costos indirectos los cuales se les puede asignar a distintos objetos como por ejemplo el supervisor de fábrica quien controla la producción de varios productos. Por otro lado, se pueden clasificar los costos de acuerdo en el momento en el que se calculan, pueden ser históricos cuando son costos incurridos en un periodo pasado o costos predeterminados cuando han sido calculados a través de métodos estadísticos con el fin de utilizarlos en el presupuesto (Universidad Veracruzana, 2013).

Por último, de acuerdo con la clasificación en base al comportamiento, los costos pueden ser considerados como variables, fijos o mixtos, se habla de un costo variable cuando son directamente proporcionales al nivel de producción, lo que puede cambiar el costo unitario del bien o servicio y se controlan a corto plazo, como ejemplo la materia prima directa; el costo fijo está relacionado con la capacidad instalada y se controlan en relación al tiempo que la compañía esté en funcionamiento, el ejemplo más común es el uso de servicios básicos; y por

último el costo mixto que es el que tiene una parte variable y otra fija como ejemplo el sueldo del vendedor quien tiene un sueldo base considerado como fijo pero también tiene una comisión de acuerdo al nivel de ventas en el mes, este será un costo variable (Universidad Veracruzana, 2013).

Un gasto representa transacciones de consumo que se han generado en un periodo de tiempo, además tienen un saldo deudor y se las registra en el estado de resultados. Dentro de los gastos existen dos tipos, los gastos operacionales y los no operacionales (Guada y Altamirano, 2021). Cuando se habla de los gastos operacionales se relacionan directamente con la ejecución diaria de actividades propias del giro de negocio de la compañía que sin ellas no se podría alcanzar el propósito de la compañía dentro de estos gastos se encuentran los gastos administrativos, de ventas y financieros como, por ejemplo, publicidad, renta de oficinas (Universidad Autónoma de Yucatán, 2018). Los gastos no operacionales son aquellos que no forman parte de la actividad económica de la empresa, pero deben ser asumidos por la misma y deben ser desembolsados de manera extraordinaria por hechos fortuitos como por ejemplo el pago de multas o de intereses por mora (Orellana, 2020). El marco conceptual de las NIC define al gasto como una disminución en los activos o incrementos en los pasivos que dan lugar a disminuciones en el patrimonio, distintos de los relacionados con distribuciones a los tenedores de derechos sobre el patrimonio (IASB, 2010).

La NIC 1 establece que para la presentación del estado de resultados los gastos deben subclasificarse por su naturaleza o función, esto con el fin de destacar los componentes del rendimiento financiero, en términos de frecuencia, potencial de ganancia o pérdida y capacidad de predicción. La primera forma de subclasificación de gastos es el método de la naturaleza por ejemplo depreciación, compras de materiales, beneficios empleados y costos de publicidad, estos no serán redistribuidos de acuerdo con las funciones que se ejecutan en la empresa; este método resulta fácil de aplicar y la información sobre la naturaleza de los gastos es útil para predecir los flujos de efectivo futuros. El segundo método de desglose es por función o costo de ventas, por ejemplo, costos de actividades de administración, transporte y distribución; esta subclasificación proporciona información más relevante que la clasificación de gastos por naturaleza, pero requiere realizar asignaciones arbitrarias que implica la realización de juicios de importancia; cuando se clasifique de esta forma la entidad deberá revelar información adicional sobre la naturaleza de los mismos lo que permitirá incluir gastos de amortización y depreciación (IASB, 2018).

La elección del método de subclasificación de gastos dependerá de factores históricos, así como del sector industrial y de la naturaleza de la entidad. Ambos métodos proporcionan información de los costos que pueden directa o indirectamente con el nivel de ventas o de producción. Al momento de la presentación de información financiera utilizando cualquier tipo de método de subclasificación tiene ventajas dependiendo del tipo de la empresa y aunque no necesariamente se debe utilizar una forma que permita que los datos en los estados financieros sean fiables y relevantes es necesario revelar información adicional para que estos sean fiables y relevantes (IASB, 2010).

Es importante que los costos y gastos se clasifiquen de manera correcta para poder determinar la importancia relativa o materialidad de cada uno de estos datos en la presentación de los estados financieros, específicamente en el estado de resultados que es donde se puede encontrar información sobre los costos y gastos de la organización, además de que la NIC 1 menciona que es importante presentar la información financiera bajo este principio ya que la omisión o presentación de la información influye en la toma de decisiones en la empresa (IASB, 2018). Para determinar la importancia relativa de cada uno de estos datos se debe tomar en cuenta su naturaleza, magnitud y debe ser evaluada de forma individual y en combinación con otros datos. Por otro lado, es esencial mencionar que si se requiere analizar la rentabilidad de la empresa existen un sin número de indicadores que utilizan los diferentes resultados que se muestran en el estado financiero por lo que una incorrecta clasificación de costos y gastos no permitiría tener un resultado acertado por omisión o presentación de los datos en la partida correcta, y el principio de materialidad tampoco se estaría aplicando (IASB, 2018).

Por tanto, podemos decir que el término costo debe emplearse al momento de terminar el proceso productivo o el servicio, mientras que gasto hace referencia a la utilización de diferentes recursos que no tienen ninguna relación con el costo de elaboración del producto o de la ejecución del servicio (Guada y Altamirano, 2021).

1.2. **Costos en empresas de servicios**

Una empresa de servicios es aquella que por medio de la ejecución de actividades que incluyen esfuerzos humanos y mecánicos está en la capacidad de ofrecer un acto intangible, que permite satisfacer las necesidades de los clientes (Choy, 2012). El sector servicios atiende áreas diversas como salud, turismo, educación, finanzas, asistencia funeraria, entre otros. Las

empresas dedicadas a ofrecer servicios pueden clasificarse en dos categorías, por un lado, están quienes ofrecen una prestación en específico, conocido también como servicio heterogéneo, por ejemplo, despachos de contabilidad y de asesoría legal; por otro lado, están las empresas que ofrecen servicios integrados u homogéneos que generalmente son complementarios entre sí como por ejemplo las empresas de transporte y logística. Dependiendo de la naturaleza del servicio las empresas deben realizar distintos tipos de inversiones como el capital intelectual, financiero y humano (Ramírez, 2022).

Establecer los costos del servicio es uno de los principales desafíos para muchas organizaciones que realizan esta actividad ya que estas empresas tienen ciertas particularidades que hacen que el cálculo de estos sea más difícil, el proceso para determinar sus costos depende de su tipo de actividad. Por ello, es importante realizar un reconocimiento de los costos que se derivan de la prestación del servicio, es primordial identificar todos los desembolsos que se realizan para la ejecución de este como por ejemplo el costo de personal, los insumos requeridos y los recursos utilizados que generalmente son de consumo inmediato lo que quiere decir que el cliente hace parte del proceso de la prestación del servicio e intangibles (Choy, 2012).

La mayoría de estas empresas cuentan con tres áreas básicas: el departamento de operaciones donde se concentra el uso de mano de obra, materiales, recursos tecnológicos y capital de inversión; el área de soporte, esta varía de acuerdo al servicio que se ofrezca pero se puede conocer a este tipo de área como la de mantenimiento, departamento de archivo o de tecnologías de la información; por último se encuentra el área de marketing y ventas, este es de los departamentos más importantes y relevantes ya que es el encargado de crear la conexión con el cliente. El principal insumo en las empresas de servicios es la realización de alguna actividad física o administrativa o la venta de información, la cual tiene un gran valor agregado, por lo que el costo de materia prima directa, insumos que se utilizan para poder brindar el servicio, no representa un porcentaje significativo en el costo total, es prácticamente nulo (Ramírez, 2022). En este tipo de empresas lo que se requiere cuantificar muy bien es la mano de obra directa ya que el principal recurso que se utiliza por poder brindar el servicio es el humano que generalmente se establece calculando el número de horas y la tarifa horaria. Por otro lado, tenemos los costos indirectos que son aquellos que se relacionan con la prestación del servicio como por ejemplo seguros, trámites y otros costos directamente identificables para el cliente Muñoz et al. (2021). Para alcanzar el costo total de servicio se puede utilizar el costo

de mano de obra directa para tasar los costos indirectos, ya que usualmente este costo es el de mayor peso en las empresas de servicios (Choy, 2012).

Usualmente en las empresas de servicios se utiliza un sistema de costeo por órdenes ya que cada servicio suele ser diferente debido a que depende de las necesidades del cliente; esto implica que en cada orden se deban realizar distintas actividades generando costos directos e indirectos diferentes en cada una de las órdenes. El costeo por procesos no es común en este tipo de empresas, sólo se lo utiliza cuando la organización ofrece un sin número de servicios que generalmente son integrados, continuos y de naturaleza ininterrumpida lo que dificulta diferenciar cada unidad de servicio; este sistema permite que se acumulen los costos de producción por departamento o centro de costos (Choy, 2012). En la actualidad se ha estado aplicando el costeo ABC, que es el costo basado en las actividades que permite evitar la asignación de costos de manera arbitraria y se los asigna de manera precisa, es el método que se recomienda utilizar en las empresas prestadoras de servicios (Ramírez, 2022).

Por otro lado, la NIC 2 establece que cuando un prestador de servicios tenga inventario serán medidos con los costos que supongan su producción que fundamentalmente están compuestos por la mano de obra directa e indirecta, esto no quiere decir que los servicios ofertados pueden ser inventariados, de esta manera se podrá determinar el costo de inventario que no deberá incluir márgenes de ganancia, generalmente este tipo de empresas no cuenta con costo de inventario. Los costos relacionados con las ventas y con el personal administrativo no serán considerados como costos si no como gastos del periodo en el que se los incurrió (Choy, 2012).

1.3. **Rentabilidad**

Para las empresas es importante tener información de primera mano que les permita medir su correcto funcionamiento, para esto existen diferentes indicadores, como por ejemplo la rentabilidad. La rentabilidad es el resultado neto de varias políticas y decisiones. Las razones de rentabilidad continúan mostrando efectos combinados de liquidez, administración de activos y la deuda sobre los resultados operativos (Brigham y Ehrhardt, 2018). Se puede definir también a la rentabilidad como un indicador para calcular los beneficios económicos que se pueden generar de una inversión o la ganancia bruta o neta que dejan las ventas dentro de una organización. Para calcular la rentabilidad existen un conjunto de indicadores que aportan datos de cómo se está manejando la empresa, de esta forma se logra medir la efectividad y la

eficiencia con la que la empresa está gestionando sus costos, gastos y demás recursos para lograr optimizar la compañía a su máximo potencial (Higo Inc, 2022).

El estado financiero donde podemos encontrar información para realizar la comparación sobre la rentabilidad de las operaciones que se ejecutan dentro de la organización es el estado de resultados donde se encuentra el resultado de las operaciones ya sea pérdidas o ganancias, no sólo la directiva de la empresa está interesada en conocer los resultados de los indicadores de rentabilidad, por ejemplo los acreedores pueden estar interesados en los indicadores que demuestren la capacidad de generar utilidades lo que les permitirá conocer la disponibilidad que tiene el deudor para cumplir con sus obligaciones, por otro lado se encuentran los accionistas quienes estarán interesados en conocer los resultados de rentabilidad a corto y largo plazo (Guajardo y Andrade, 2014).

Existen una gran cantidad de indicadores que permiten medir la rentabilidad como por ejemplo el **Margen de utilidad neta** o ROS, este permite saber el porcentaje de ingresos que quedan una vez deducidos todos los costos y gastos generados, es decir mide el porcentaje de ventas que logran convertirse en utilidad para los accionistas, analiza la evolución a través de varios periodos y compara con el promedio del sector para determinar su eficiencia su carga operativa; la fórmula de cálculo es:

$$\text{Margen de Utilidad Neta} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$$

Si el resultado de este indicador es menor al promedio del sector puede indicar que las ventas son menores, los costos son mayores o que ambos niveles estén iguales al promedio, además permite emular las fortalezas empresariales (Rovayo y Kester, 2010).

No es suficiente con solo comparar la utilidad neta con las ventas, los analistas sugieren dividir el estado de resultados en partes más pequeñas para identificar las fuentes con un margen bajo de utilidad neta, por ejemplo, el **margen de utilidad de operación**, su cálculo es:

$$\text{Margen de Utilidad de Operación} = \frac{\text{EBIT (Ingreso total - Costos Operativos)}}{\text{Ventas}}$$

El resultado permite identificar la manera en que la empresa se desempeña con relación a sus operaciones sin considerar el efecto de los gastos por concepto de intereses (Brigham y Ehrhardt, 2018).

La utilidad antes de intereses e impuestos o *Earnings before interest and taxes* (EBIT) consiste en restar el costo de los bienes vendidos incluida la depreciación y otros gastos de operación a los ingresos por ventas (Brigham y Ehrhardt, 2018).

Existe otra forma que realiza un análisis más profundo y divide los costos operativos, el **margen de utilidad bruta**, se calcula utilizando únicamente las ventas y el costo de ventas que puede ser el costo de mercadería vendidas para empresas comerciales o costo como tal si se habla de una empresa de producción o de servicios.

$$\text{Margen de Utilidad Bruta} = \frac{\text{Ventas} - \text{Costo de ventas}}{\text{Ventas}}$$

Este indicador no establece una relación con ningún tipo de inversión únicamente indica el porcentaje de utilidad bruta sobre las ventas realizadas. El resultado permite comparar el promedio de las compañías propias del sector con el que está teniendo la empresa, esto se analiza de la siguiente forma, si el margen es menor al promedio puede indicar o que las ventas son menores o los costos son mayores al promedio (Rovayo y Kester, 2010).

Luego tenemos la **razón potencial para generar utilidades** que se calcula al dividir las utilidades antes de intereses e impuestos entre el activo total. Para calcular este indicador se utiliza la siguiente fórmula:

$$\text{Razón potencial para genera utilidades} = \frac{\text{EBIT (Ingreso total - Costos Operativos)}}{\text{Activo total}}$$

Esto permite comparar empresas con situaciones fiscales diferentes y niveles distintos de apalancamiento financiero (Brigham y Ehrhardt, 2018).

Por otro lado, tenemos el **rendimiento sobre el activo total, Return on Assets (ROA) o Basic Earnings Production (BEP)** ya que mide la capacidad de los activos de producir resultados operativos, su cálculo es:

$$\text{Rendimiento sobre el Activo total} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activo total}}$$

La utilización de esta ratio es muy acertada ya que el resultado indica el porcentaje de rendimiento económico que produce la inversión en activos (Rovayo y Kester, 2010)

Finalmente, podemos analizar la rentabilidad a través de la razón del **rendimiento sobre el capital accionario común** o también conocido como el **rendimiento sobre el capital contable**

o **ROE**, este indicador financiero es el más importante que ya da una visión de la rentabilidad que posee la inversión de los accionistas, mide desde el punto contable la rentabilidad del dinero que la empresa puede tener a partir el resultado final del periodo. Su fórmula de cálculo es:

$$\text{Rendimiento sobre el Capital contable} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Capital Contable}}$$

El resultado de este indicador permitirá dar una visión a los inversionistas para que tomen la decisión de si quieren o no invertir, esto dependerá si el indicador se encuentra sobre el promedio (Rovayo y Kester, 2010).

1.4. **Influencia de los costos y gastos con la rentabilidad**

La rentabilidad es el factor más importante para quienes invierten su capital en una empresa, para esto los factores de los que depende la misma deben ser controlados. Una de las formas de maximizar las utilidades es la reducción de costos, este proceso es interno en las empresas; y además permite añadir competitividad dentro del sector en el que se desarrollan. Para poder aplicar la reducción de costos los ingresos deben ser constantes, esto permitirá una mejora en la rentabilidad económica y un aumento en la rentabilidad financiera. Las estrategias para reducir los costos consisten en aprovechar la capacidad instalada para de esta forma reducir el costo unitario y generara un apalancamiento positivo que se refiere al incremento de ingresos de manera proporcional a los costos incluyendo los costos fijos. Debido al avance tecnológico se ha demostrado que reducir a los costos únicamente basándose en el volumen de producción es muy difícil ya que esto toma en cuenta con mayor énfasis a los costos fijos frente a los variables (Morillo, 2001).

Debido a que los costos provienen de diversos factores interrelacionados, como ejemplo: la calidad, relaciones con los proveedores y clientes, líneas de productos, entre otros; es por esto que en la actualidad se ha planteado que estos componentes pueden ser manipulados de distintas formas para tener mayor recuperación en la rentabilidad que cuando únicamente se utiliza la planta de manera eficiente. El proceso de reducción no se lo debe hacer en corto plazo ya que tendrá un enfoque limitado generando resistencia, por lo que reducir los costos debe plantearse como una estrategia del negocio para poder hacer un seguimiento y notar los cambios que esto puede generar no solo en el incremento de la rentabilidad por lo que es un

proceso que debe ejecutarse a largo plazo. La reducción de costos tiene un enfoque tanto interno como externo y se lo hace con el fin de crecimiento. Cuando se habla de un enfoque externo, su razón principal es la generación de valor a través de un costo bajo y con calidad superior, esto también garantiza a la empresa estabilidad en el mercado resguardando su rentabilidad (Morillo, 2001).

Existen criterios que permiten disminuir los costos por actividades innecesarias e ineficiencias. Para lograr una reducción de costos se pueden utilizar diversas técnicas para costear como por ejemplo el costeo por objetivo y el costeo Kaizen, entre otros, se puede utilizar también la teoría del valor, y el control de calidad. Los sistemas de costos que se utilicen deben permitir planificar, medir y controlar los costos a cualquier nivel empresarial para poder tomar decisiones que permitan manipular las variables y lograr incrementar la rentabilidad ya que esto se logra con el uso racional de los recursos, le mejoramiento continuo y con las actividades que añaden valor. El éxito de la reducción de costos no radica en recortar costos si no en racionalizarlos y esto se logra aplicando el principio de necesidad y permanencia, también dependerá de los enfoques que se dé a los cambios que se quieren ejecutar, al apoyo y comunicación de los diferentes equipos de la empresa (Morillo, 2001).

Se plantea para mejorar la administración, el análisis del costo volumen utilidad, definiendo consumos reales en los distintos procesos, como también la correcta repartición de los gastos administrativos y de ventas por los diferentes servicios. La asignación adecuada de los costos y el impacto que tiene en la organización establecerán correctamente el valor de los elementos del costo; y, contribuirá adecuadamente a generar un buen rendimiento de los recursos disponibles logrando así incrementar la rentabilidad. El impacto que genera la adecuada determinación de costos en la rentabilidad de las empresas es primordial ya que ayuda a incrementar la productividad de estas (Soriano, 2016).

Actualmente en las empresas de servicios turísticos es necesario determinar con exactitud los costos ya que esto asegura la eficiencia en la ejecución de cada una de las actividades permitiéndoles progresar y a la par que la rentabilidad incremente. Determinar los costos reales ayudará a la empresa a obtener información oportuna para la toma de decisiones. Para poder determinar el costo real de cada prestación es necesario conocer que proporción del sueldo utiliza cada empleado en cada uno de los servicios, cuantas horas utiliza en la ejecución, cual es la cantidad de bienes que utiliza y cuál es la base de asignación de cada rubro del servicio. La asignación de costos de manera individual permite una determinación más exacta del costo del

servicio y este se vuelve variable y existe una desventaja en este aspecto ya que no se puede determinar un precio de venta igualitario para todos los servicios quitando competitividad a la empresa. También es importante conocer la rentabilidad de cada uno de los servicios que se ofrecen en la organización y no solo de la empresa en general. Para el cálculo adecuado de los costos es importante considerar todas las variables que afectan el costo final del servicio, también es importante que la organización establezca costos objetivos, volúmenes óptimos y utilidades deseadas (Soriano, 2016).

Generalmente la mala distribución de costos se da debido a la falta de enfoque, mal manejo de costos y el descontrol de gastos operativos lo único que provoca es bajar los niveles de rentabilidad y quitar la liquidez de la empresa. Esto surge debido a la falta de conocimiento para poder identificar o diferenciar cuando el desembolso es considerado un gasto o un costo, lo que implica que los datos sean inexactos y poco confiables al momento de determinar el precio de venta y de realizar los análisis financieros correspondientes incluyendo la determinación de la rentabilidad, para disminuir el margen de error en la clasificación de estos es importante tener una lista de procesos que permita optimizar los recursos, implementar políticas, establecer procedimientos y medidas de control y de esta forma se logrará generar ganancias y revelar utilidades Gómez et al. (2017).

2. ESTUDIO DEL SECTOR TURÍSTICO

2.1. Sector turístico en Ecuador

El turismo según la Organización Mundial del Turismo es un fenómeno social, cultural y económico que está basado en el desplazamiento de personas a lugares fuera de su entorno habitual ya sea por motivos profesionales o personales (*World Tourism Organization*, 2008, 2010). El sector de servicios turísticos tiene un rol muy importante ya que es el medio que se encarga de conectar a los turistas con sus destinos. Los servicios turísticos buscan satisfacer las necesidades de los viajeros a través de una asistencia personalizada con el fin de lograr el disfrute de los bienes turísticos (Chávez, 2022).

En el Ecuador los últimos años el sector de servicios se ha destacado por tener un peso fuerte en la economía, en 2014 se estableció que este tiene una participación no menor al 53%; además de generar empleo en un 54%, esto lo vuelve en el sector con mayor influencia en el crecimiento y desarrollo del país. El sector turístico es parte de estas empresas que representa un papel importante en la economía debido al comercio de servicios, favorece a la inversión privada, el desarrollo de las empresas locales y la generación de empleo (Castillo y Tandazo, 2019).

Para poder crear una empresa operadora de turismo en Ecuador se debe cumplir con ciertas exigencias y solicitudes legales. Los principales documentos con los que se debe contar son: el registro turístico, acta de constitución de la empresa o compañía, RUC donde se especifique la actividad económica a la que va a dedicarse, inscripción de la organización en el registro mercantil para esto es importante contar con el nombramiento de representante legal y el reporte del inventario valorado de la compañía. Toda esta documentación debe ser entregada en Quito turismo quienes serán los encargados de evaluar el establecimiento, esto de acuerdo con el Reglamento de Operación e Intermediación Turística y se emitirá el Informe de Verificación de Conformidad y el solicitante contará con el registro turístico y la licencia metropolitana única para el ejercicio de actividades económicas y debe cancelar la Tasa de Turismo. La institución encargada de regular las acciones, negocios y de manejar el desarrollo turístico en el Ecuador, es el Ministerio de Turismo, esta entidad es parte del estado ecuatoriano (Requisitos hoy, 2021).

Las empresas del sector turístico pueden clasificarse según varios factores. Se encuentran categorizadas según el ámbito geográfico de actuación: internacionales aquellas que se encuentran en varios países; nacionales que son las pertenecientes al país; regionales las que abarcan una comunidad y las locales las que se encuentran en una ciudad o pueblo. Por otro lado, se pueden clasificar de acuerdo con la actividad principal que desarrollan, por un lado, están las empresas de producción de bienes y servicios como empresas de alojamiento y transporte ya sea terrestre, aéreo, ferroviario o marítimo y luego están las que se dedican a distribuir productos y servicios turísticos como las agencias de viajes y operadoras de tour (Apuntes Turismo, 2014).

Ecuador al ser un país turístico tiene alta presencia del sector turístico en las diferentes regiones del Ecuador, como se puede evidenciar en los datos proporcionados por el Ranking 2021 de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros el 60% de las empresas turísticas se encuentran en la región Sierra, seguida de la región Costa con un 27% y un 10% en la región Insular o Galápagos y finalmente la región Amazónica con solo un 3% de empresas turísticas.

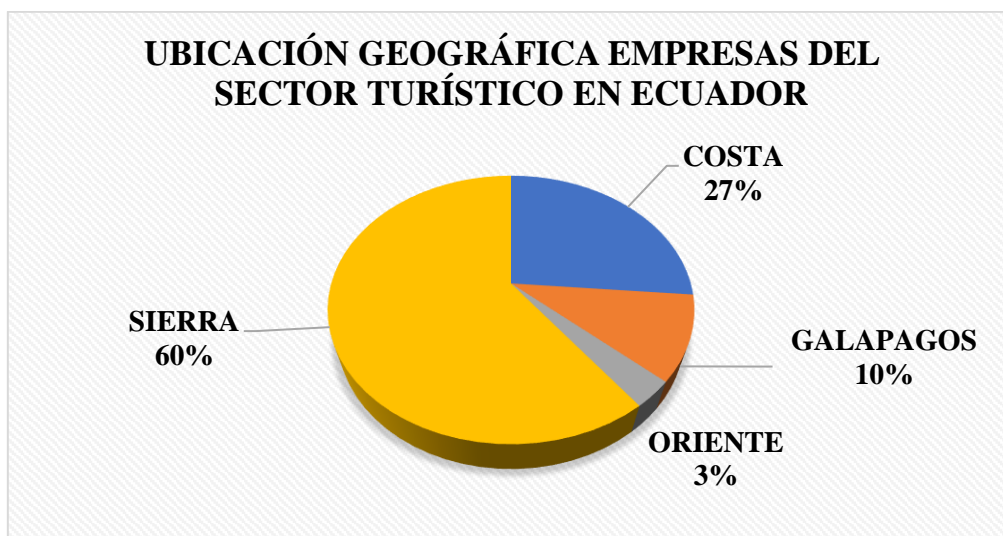


Figura 1 Ubicación geográfica por regiones de las empresas turísticas en el Ecuador

Nota, elaboración propia con datos del Ranking 2021 de la Superintendencia De Compañías, Valores y Seguros.

2.2. Empresas del sector turístico y su clasificación por actividad económica

Ecuador cuenta con un potencial turístico elevado debido a su diversidad geográfica y cultural. Por tal razón el sector turístico a lo largo del tiempo ha desarrollado un sin número de empresas dedicadas a la prestación de servicios con distintos enfoques como por ejemplo oferta de viajes organizados que incluyen transporte y alojamiento, guías turísticos, venta de boletos para

eventos de entretenimiento, entre otros; estas actividades económicas a las que se dedican dentro del sector turístico han sido clasificadas en códigos CIUU por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (Santamaría y López, 2019).

Según el Ranking de compañías 2021 elaborado por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros para ese año se encontraban activas 2512 empresas dedicadas al sector turístico. En esta investigación analizaremos la información financiera en relación con los costos, gastos y la rentabilidad presentada al ente de control de dos de las actividades económicas a las que se dedican dentro del sector turístico, las que pertenecen al código CIUU N7911 y N7990.04.

De acuerdo con el Ranking de compañías 2021 elaborado por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 1278 pertenecen al CIUU N7911 estas empresas se dedican principalmente a vender servicios de viajes organizados, de transporte y de alojamiento, al por mayor o al por menor, al público en general y a clientes comerciales, estas empresas representan el 51% del total de empresas dedicadas al sector turístico en Ecuador.

Por otro lado, se encuentran las compañías que pertenecen al CIUU N7990.04 que son empresas que prestan servicios de asistencia a los turistas: suministro a los clientes de información sobre los viajes, actividades de guías de turismo, este sector representa únicamente el 4% del sector ya que actualmente solo hay 102 empresas que se dedican a esta actividad económica.

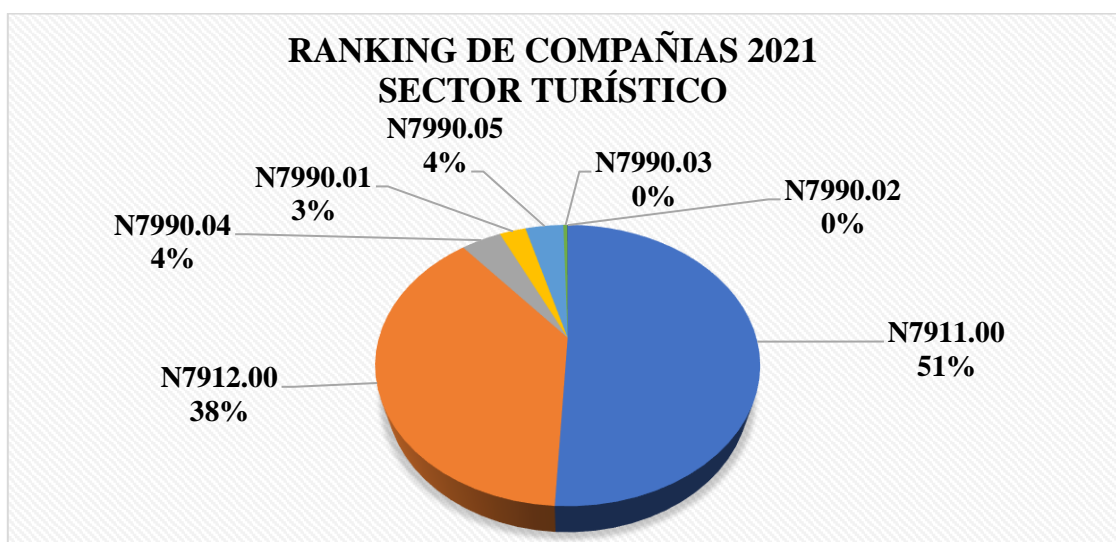


Figura 2 Empresas del sector turístico en el Ecuador

Nota, elaboración propia con datos del Ranking 2021 de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.

Las empresas que se dedican a vender servicios de viajes organizados, de transporte y de alojamiento, al por mayor o al por menor, al público en general y a clientes comerciales son un total de 1278, según el ranking de 2021 emitido por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, y tienen mayor presencia en la Sierra con un 62% de ellas dentro de esa región, luego le sigue la Costa con un 27% de empresas en esa zona.

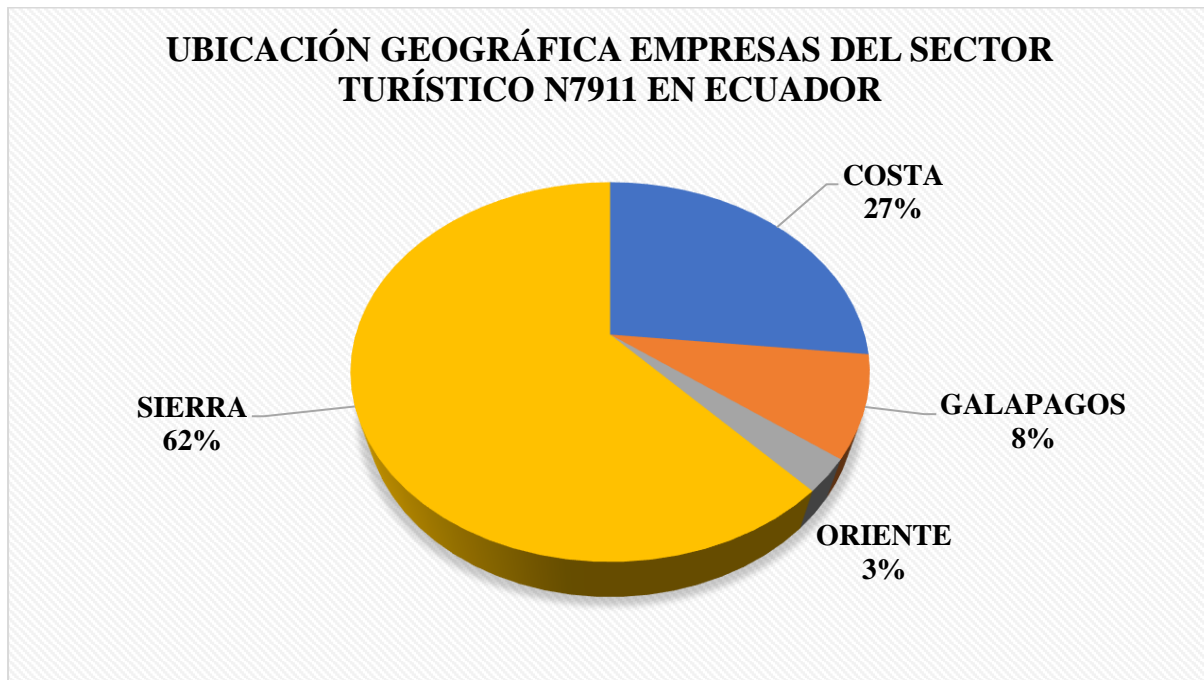


Figura 3 Ubicación geográfica por regiones de las empresas turísticas N7911 en el Ecuador

Nota, elaboración propia con datos del Ranking 2021 de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.

El 34% del total de las empresas se encuentran en la provincia de Pichincha, estas son 433 compañías dedicadas a esta actividad económica, luego le sigue la región Costa con 341 empresas, es decir el 27% se encuentran en la zona costera especialmente en Guayas.

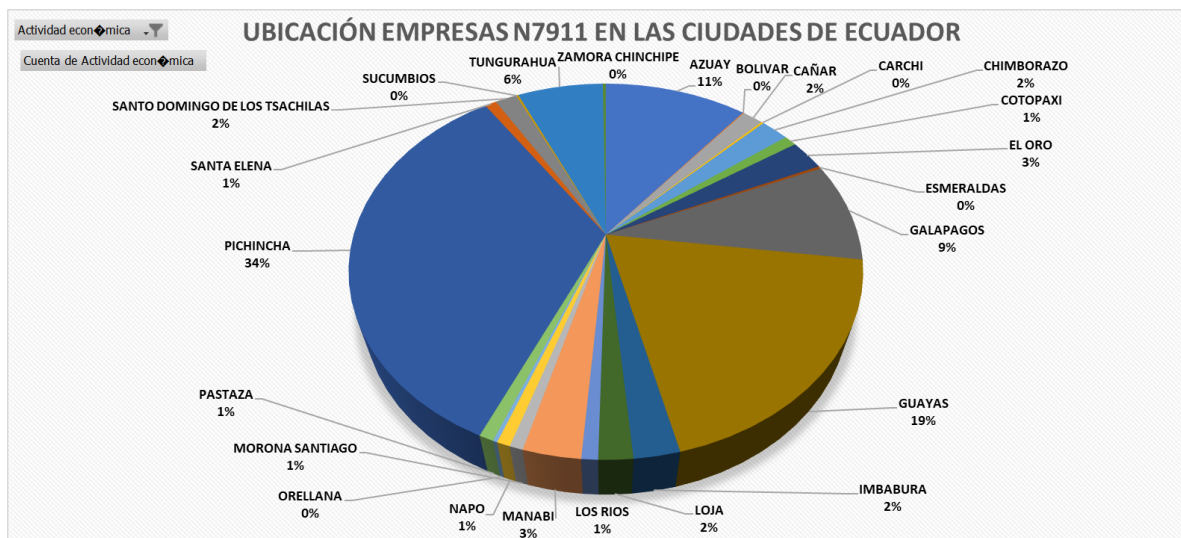


Figura 4 Ubicación geográfica por provincias de las empresas turísticas N7911 en el Ecuador

Nota, elaboración propia con datos del Ranking 2021 de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.

En Ecuador según el ranking 2021 las empresas que prestan servicios de asistencia a los turistas: suministro a los clientes de información sobre los viajes, actividades de guías de turismo, son 102 y el 47% de estas se encuentran en la región Costa.

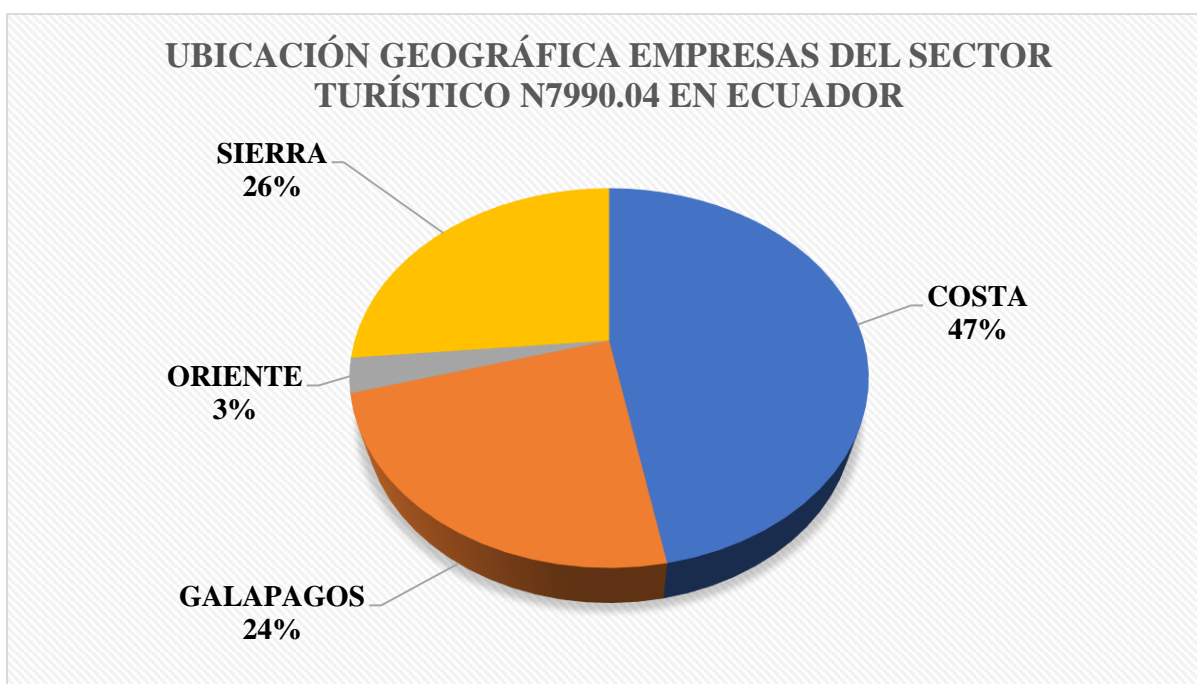


Figura 5 Ubicación geográfica por regiones de las empresas turísticas N7990.04 en el Ecuador

Nota, elaboración propia con datos del Ranking 2021 de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.

La particularidad en estas empresas es que no tienen mucha presencia dentro del país y no se pueden encontrar en todas las provincias del Ecuador, el 27% de ellas se ubican en la provincia de Guayas y el 23% en Galápagos.

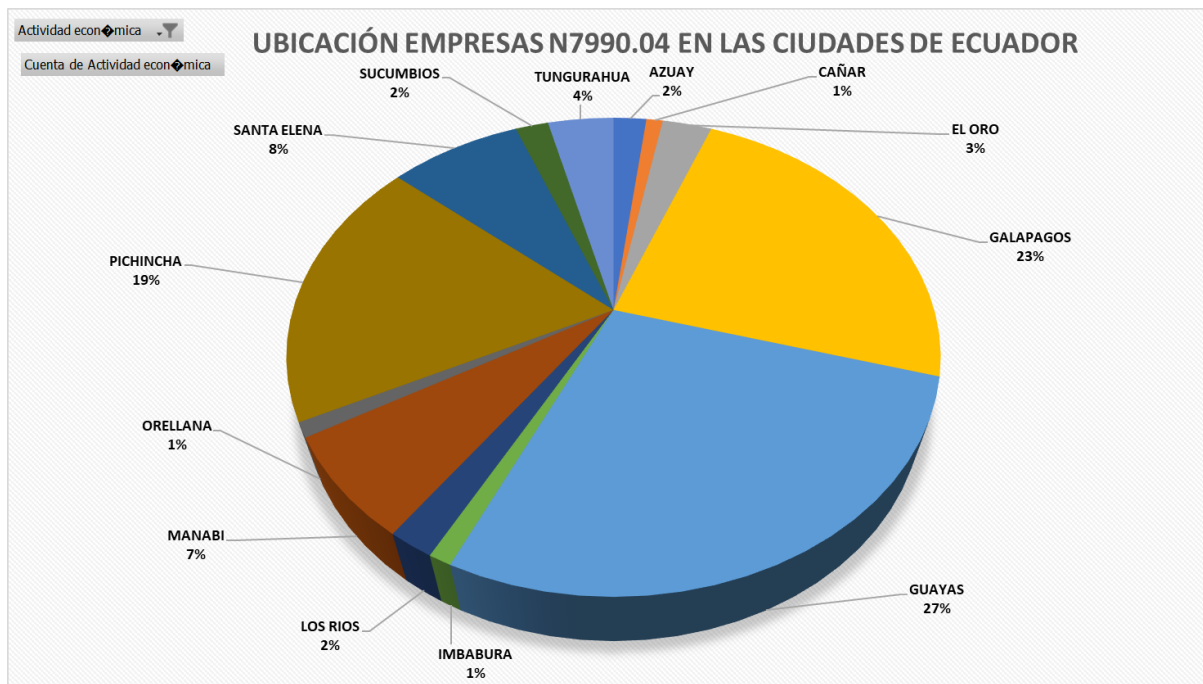


Figura 6 Ubicación geográfica por provincias de las empresas turísticas N7990.04 en el Ecuador

Nota, elaboración propia con datos del Ranking 2021 de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.

Para poder clasificar las empresas según el tamaño existen varios factores que se deben analizar como lo son el número de empleados, los ingresos anuales, y el monto de activos. La Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros del Ecuador, mediante una resolución de acuerdo con la normativa implantada por la Comunidad Andina de Naciones (CAN), estableció lo siguiente:

Tabla 1 Características de las empresas de acuerdo con su tamaño

Variables	Microempresa	Pequeña	Mediana	Grande
Número de trabajadores	1 a 9	10 a 49	50 a 199	Más de 200
Valor bruto en ventas anuales	Igual o menor a \$100.00	\$100.01 a \$1.000.000	\$1.000.001 a \$5.000.000	Más de \$5.000.000
Monto de activos	Hasta \$ 100.000	\$100.000 hasta \$750.000	\$750.001 hasta \$3.999.999	Más de \$4.000.000

(Vera, 2023)

Según el Ranking 2021 de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros el mayor número de empresas son microempresas, es decir que cumplen con las características arriba

mencionadas tanto en el segmento de empresas que se dedican a vender servicios de viajes organizados y en el grupo de empresas que prestan servicios de asistencia a turistas, el número de empresas grandes en este sector es casi inexistente.

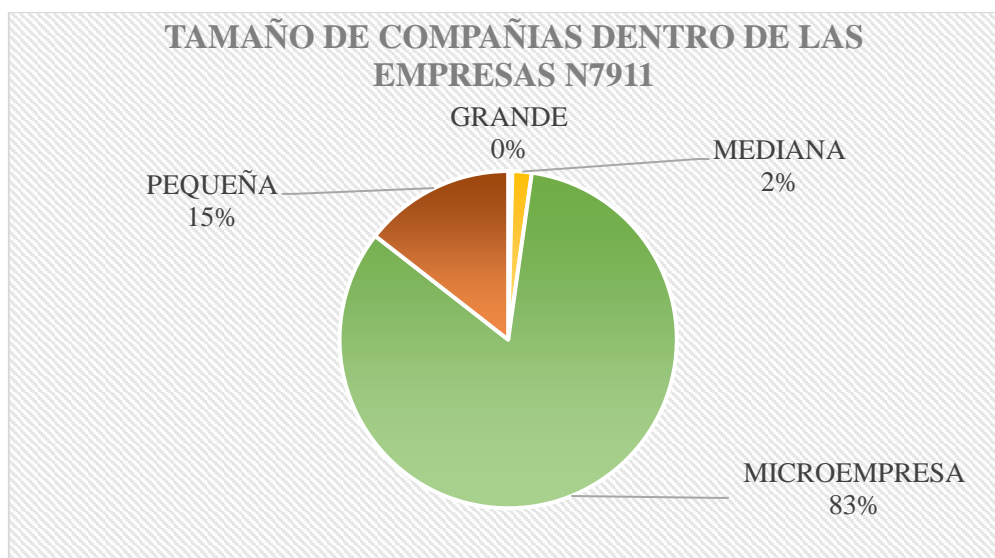


Figura 7 *Tamaño de las compañías dentro de las empresas con código CIUU N7911*

Nota, elaboración propia con datos del Ranking 2021 de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.

En las empresas que se dedican a estas actividades las empresas grandes son casi inexistentes, de igual forma ocurre con las empresas de tamaño mediano y las pequeñas tampoco tienen mayor presencia dentro del sector.

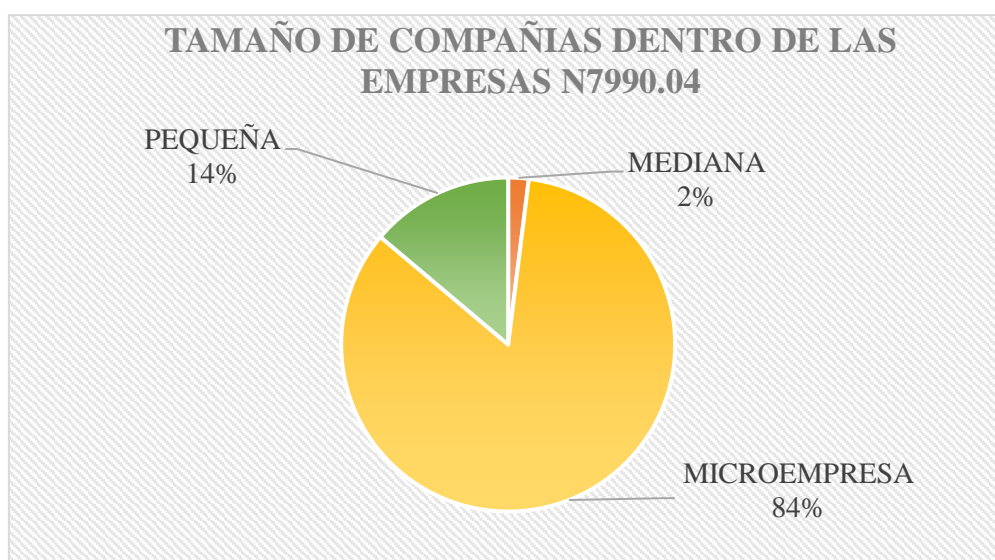


Figura 8 *Tamaño de las compañías dentro de las empresas con código CIUU N7911*

Nota, elaboración propia con datos del Ranking 2021 de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.

En Ecuador la ley de compañías establece cinco especies de compañías, cada una con características específicas detalladas a continuación:

Tabla 2 Tipo de compañías en el Ecuador

Aspectos	Compañías de Responsabilidad limitada	Compañías Anónimas	Compañías de Economía Mixta	Compañía en nombre colectivo	Compañía en comandita simple	Compañía en comandita simple y divididas por acciones
Número de socios	Mínimo dos personas, máximo quince	Mínimo dos, no hay máximo de socios	Dos o más accionistas	Dos o más personas	Uno o varios socios	Uno o varios socios
Nombre	Debe tener razón social con el nombre de algunos socios con la palabra “compañía”. Puede constituir una denominación objetiva o de fantasía	Debe contener la indicación de “compañía anónima”		Debe tener razón social con el nombre de algunos socios con la palabra “compañía”.	Debe tener razón social con el nombre de algunos socios con la palabra “compañía”.	
Capital mínimo	\$400	Formado por la aportación de los accionistas	\$800	No existe mínimo	No existe mínimo	El capital de esta compañía se dividirá en acciones nominativas de un valor nominal.

(Rivas y Flores, 2018)

En Ecuador, según el Ranking 2021 emitido por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros el mayor número de compañías N7911 son de responsabilidad limitada.

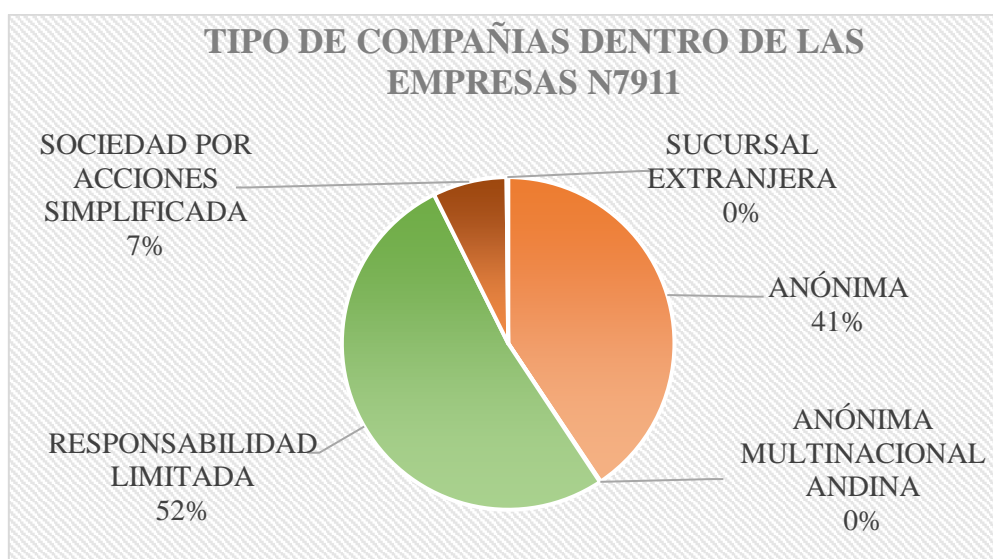


Figura 9 Tipo de compañías en el sector turístico en las empresas categorizadas en el código CIUU N7911

Nota, elaboración propia con datos del Ranking 2021 de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.

En Ecuador, según el Ranking 2021 emitido por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros el mayor número de compañías N7990.04 son compañía anónima.

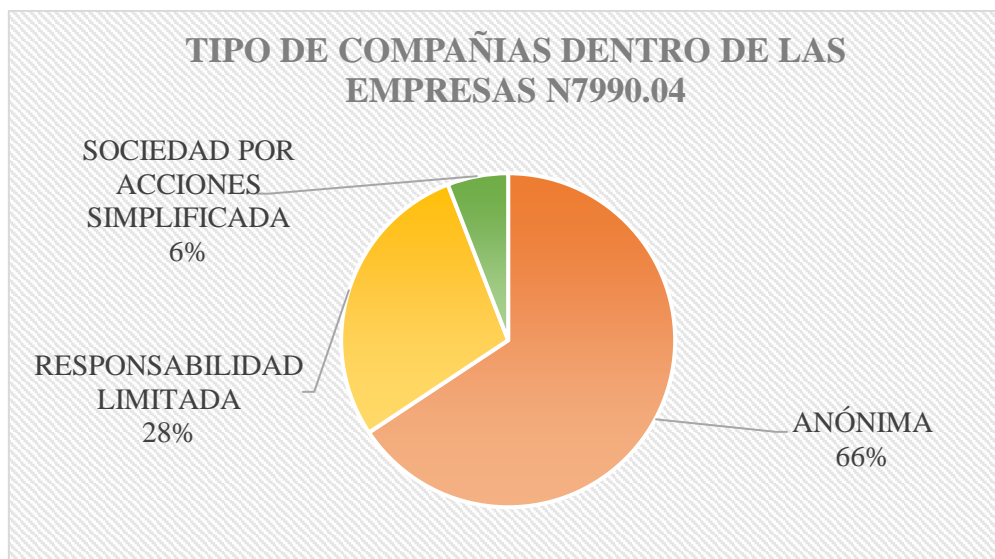


Figura 10 Tipo de compañías en el sector turístico en las empresas categorizadas en el código CIUU N7990.04

Nota, elaboración propia con datos del Ranking 2021 de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.

En Ecuador, en su mayoría las empresas que pertenecen al sector turístico se encuentran en el sector societario, que es el ámbito de las sociedades o empresas mercantiles, nacionales o extranjeras, las asociaciones o consorcios que estas formen, bajo el control de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, y desarrollan actividades lucrativas, dentro del marco legal y normativo vigente (Superintendencia de Compañías, 2023)

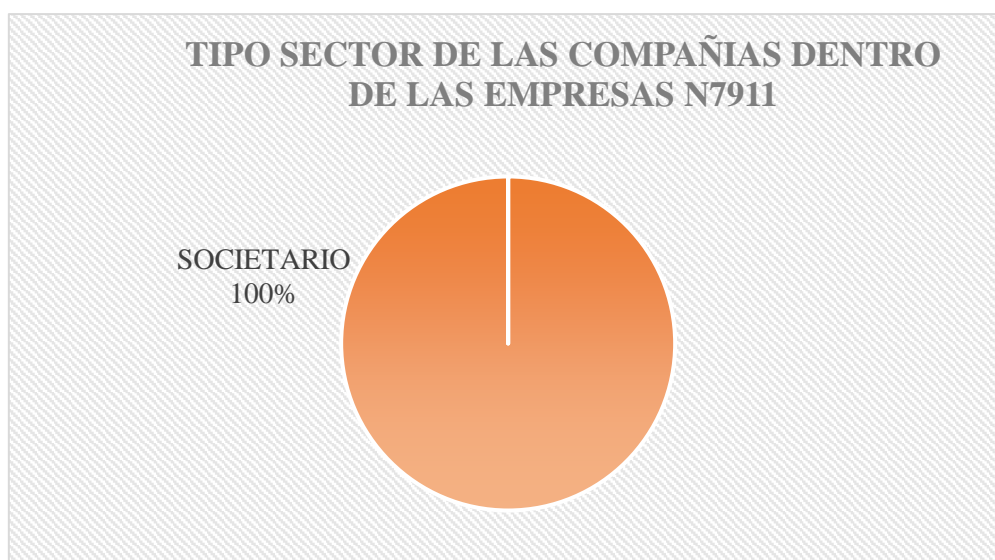


Figura 11 Tipo de compañías en el sector turístico en las empresas categorizadas en el código CIUU N7911.

Nota, elaboración propia con datos del Ranking 2021 de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.

Muy pocas de las empresas del sector turístico se encuentran en el mercado de valores. Para que las compañías estén dentro de este sector deben cumplir una serie de requisitos formales y económicos que garanticen a los accioneros e inversores garantía de liquidez; al ser parte de este sector demuestran la capacidad que tiene para generar beneficios económicos, y es sinónimo de solvencia, transparencia y prestigio (Allianz, 2019).

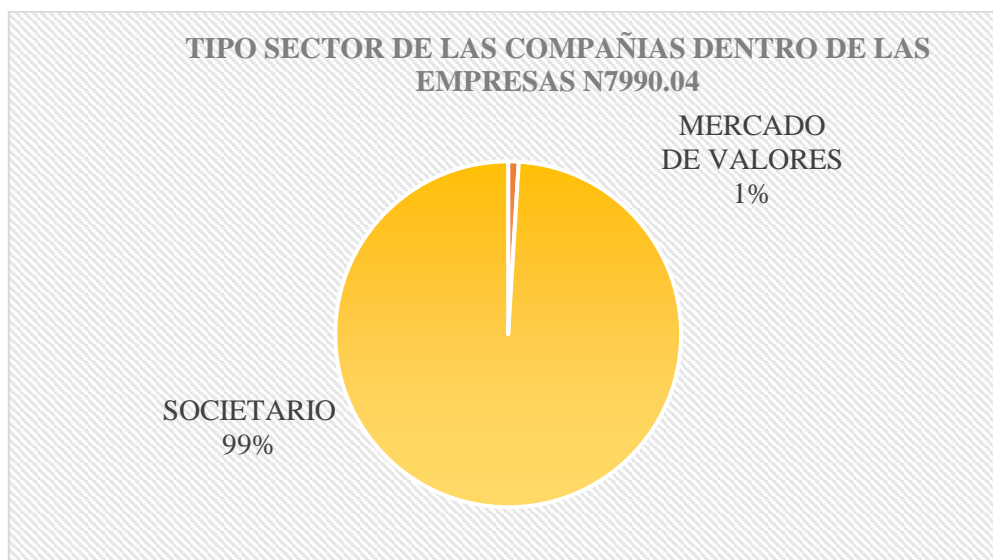


Figura 12 Tipo de compañías en el sector turístico en las empresas categorizadas en el código CIUU N7911

Nota, elaboración propia con datos del Ranking 2021 de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

2.3. Determinación de la muestra

Para determinar la muestra, para el análisis de las empresas dedicadas a vender servicios de viajes organizados, de transporte y de alojamiento, al por mayor o al por menor, al público en general y a clientes comerciales (CIUU N7911) se empezó buscando la información económica subida en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros de las grandes empresas, ya que es más probable que estas tengan subida la información completa, en este caso eran únicamente cinco, de las cuales se pudo evidenciar que 4 de ellas tenían la información subida la información financiera requerida; ya sea el Estado de Resultados Integral o el Formulario 101 donde también se puede encontrar los datos para el análisis.

Luego continuamos con las empresas medianas, que de igual forma existía mayor probabilidad de obtener la información necesaria, este sector cuenta con 23 empresas dedicadas a vender

servicios de viajes organizados de las cuáles 19 de ellas tienen el Estado de Resultados Integral o el Formulario 101 donde se encuentra la información requerida.

Finalmente, evaluamos las empresas pequeñas que para esta actividad económica son 128, para esto empezamos con aquellas que han recibido mayores ingresos en 2021, y con toda esta búsqueda se logró obtener una muestra total de 23 empresas para el CIUU N7911.

Tabla 3 Muestra empresas con el CIUU N7911

Expediente	Nombre	Activ. económica	Tamaño
155475	HOTELES DECAMERON ECUADOR S.A.	N7911.00	GRANDE
49184	METROHOTEL CIA. LTDA.	N7911.00	GRANDE
141873	XPTOURS S.A.	N7911.00	GRANDE
120771	MAXITRAVEL MAYORISTAS DE TURISMO S.A.	N7911.00	GRANDE
55743	PANAKRUZ S.A.	N7911.00	MEDIANA
708675	BEAGLELOGISTICS CIA.LTDA.	N7911.00	MEDIANA
569	METROPOLITAN TOURING CA	N7911.00	MEDIANA
104638	CASA DE INCENTIVOS CIA.LTDA. (CASINTOUR)	N7911.00	MEDIANA
44503	FILIBON S.A.	N7911.00	MEDIANA
45201	POLIMUNDO SA	N7911.00	MEDIANA
182272	COMPAÑÍA TURISTICA MARKETING VIP S.A. COMTUMARK	N7911.00	MEDIANA
155581	GENTIAN TRAILS THE AUTHENTIC EXPERIENCE CIA. LTDA.	N7911.00	MEDIANA
53924	HOLIDAYS TRAVEL HOLITRAVEL CIA. LTDA.	N7911.00	MEDIANA
141671	SUMMER VACATION TOUR OPERATOR S.A. OPERAGENCY	N7911.00	MEDIANA
149861	GLOBALOLIMP S.A.	N7911.00	MEDIANA
96196	FIGUEROA MEDINA CIA. LTDA.	N7911.00	MEDIANA
176329	OPERADORA DE TURISMO GALAPAGOS WILDLIFE GALAPWILD CIA. LTDA.	N7911.00	MEDIANA
93846	FERRETOL CIA. LTDA.	N7911.00	MEDIANA
718564	PINARGOTE TRAVEL PINARGTRAVEL S.A.	N7911.00	MEDIANA
10177	ECUADORIAN TRANSPORT SA	N7911.00	MEDIANA
310587	CONNECTURISMO CIA.LTDA.	N7911.00	MEDIANA
305772	WORLDCLASS ECUADOR S.A.	N7911.00	MEDIANA
53769	CLIMBING TOUR CIA. LTDA.	N7911.00	MEDIANA

Por otro lado, para determinar la muestra de las compañías que pertenecen al CIUU N7990.04 que son empresas que prestan servicios de asistencia a los turistas, se inicia nuevamente con las empresas de mayor tamaño. Actualmente hay 102 empresas que se dedican a esta actividad económica; se empezó evaluando la información que se encontraba subida de las empresas medianas, que para este caso eran únicamente 2 y ambas contaban con toda la información completa para poder ser parte de la muestra.

Luego realizamos la evaluación de las pequeñas empresas que para este caso fueron 14 organizaciones y 8 cumplieron con la información completa.

Finalmente se revisó la información financiera presentada a la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros de las microempresas, que para esta actividad son 85 y se evaluó únicamente las que mayores ingresos presentaron en 2021. De esta manera se logró obtener una muestra de 12 empresas.

Tabla 4 Muestra empresas con el CIUU N7990.04

Expediente	Nombre	Activ. económica	Tamaño
167269	ADMINISTRACION Y NEGOCIOS ADNE S.A.S.	N7990.04	MEDIANA
9958	SERVICIOS INTERNACIONALES TURISTICOS SITUR S.A.	N7990.04	MEDIANA
183514	GALASAFARI TOUR OPERATOR S.A.	N7990.04	PEQUEÑA
172742	GALADIS DEL ECUADOR CIA. LTDA.	N7990.04	PEQUEÑA
166678	AYANGUE PACIFIC TURIS APT S.A.	N7990.04	PEQUEÑA
183516	COEHID S.A.	N7990.04	PEQUEÑA
175566	MY TRAVEL AGENCY S.A. MYTRAVAGSA	N7990.04	PEQUEÑA
49213	AIDA MARIA TRAVEL S.A.	N7990.04	PEQUEÑA
64139	OPERADORA DE TURISMO INTERNACIONAL ECUADOR WONDERS CIA. LTDA.	N7990.04	PEQUEÑA
178499	PRIMIUM TRAVEL AGENCIA DE VIAJES Y ECOTURISMO S.A.	N7990.04	PEQUEÑA
139461	RESERVA MASHPI S.A.	N7990.04	MICROEMPRESA
171759	PAHOEHOE CIA. LTDA.	N7990.04	MICROEMPRESA

De esta forma se logró determinar una muestra total de 35 empresas que forman parte tanto del código CIUU N7911 y N7990.04.

3. REVISIÓN DE LA INFORMACIÓN DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR

TURÍSTICO CÓDIGOS CIUU N7911 Y N7990.04

Para poder realizar el análisis de los datos se procedió a descargar la información financiera que se encontraba en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros de las 35 empresas que se tomaron como muestra. Se descargó el Estado de Resultados, el Estado de Situación Financiera y las Notas a los Estados Financieros, todo esto de los tres periodos que se va a evaluar 2020, 2021, y 2022.

Luego se empezó con la revisión de cada uno de estos documentos y se extrajo los datos necesarios para poder evaluar la forma de presentación de los costos y gastos, examinar la rentabilidad que tienen estas empresas del sector turístico con la aplicación de 4 tipos de indicadores, y la estructura que conforman los costos y gastos de dichas organizaciones.

3.1. Estructura de Costos

Para analizar la estructura de costos de las empresas de la muestra analizaremos la información por periodos. Para 2020 primero se identificó que los rubros que las empresas tomaban como costos de ventas eran materiales, mano de obra y costos indirectos de fabricación (CIF). De las 35 empresas el 31% no registraron haber tenido costos, el 29% declararon tener costo de ventas, pero únicamente CIF, el 17% registro costos solo en materiales, el 11% tuvo costos por los tres rubros: materiales, mano de obra y CIF, el 6% tuvo costos por materiales y CIF y finalmente el último 6% registro costos por mano de obra y CIF. Cabe mencionar que dentro de los CIF se encuentran costos por depreciación, amortización, provisiones, suministros, mantenimiento y seguros.

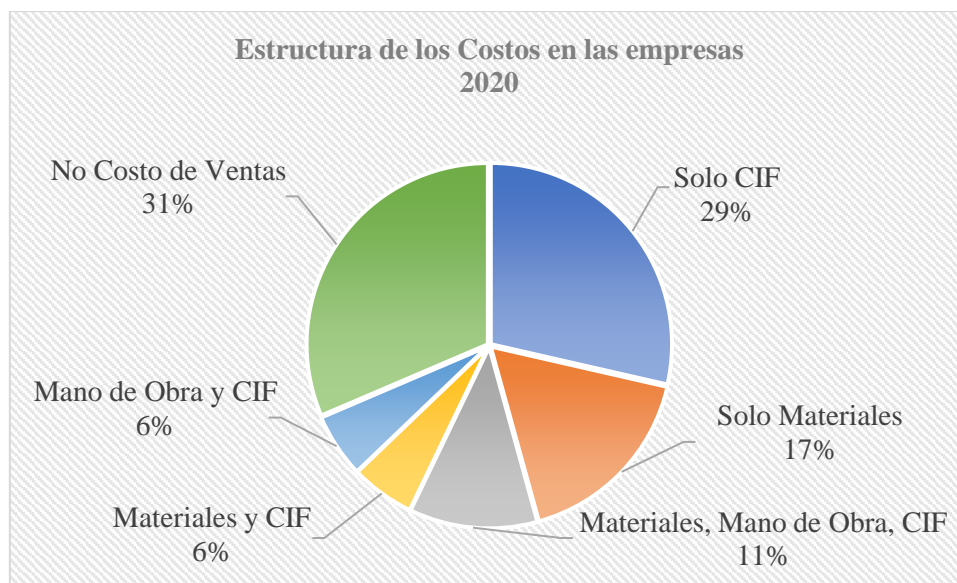


Figura 13 Estructura de los Costos en las empresas 2020

Nota, obtenida de los estados financieros de las empresas en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

Es importante mencionar que luego analizar la información declarada se corroboró con la revisión de las notas a los estados financieros y se encontró que de las 11 empresas que no registraron costos en el formulario 3 de ellas si declaraban haber tenido costos, 2 ellas como CIF sin detallar que comprendía este rubro y una de ellas costos por materiales;

Por otro lado, también se encontró inconsistencias en las notas ya que en 6 empresas la información presentada en el formulario no coincidía con lo que se detallaba en las notas; también en las notas de 12 de las empresas no se detallaban cuáles eran los costos que se estaban tomando en cuenta para cada rubro; únicamente 6 empresas detallaron costos y coincidían con la información que se había presentado al ente regulador. Finalmente 1 de las empresas no presentó notas por lo que no fue posible confirmar la información.

De acuerdo con la información recopilada, se puede decir que del total de costo de ventas en promedio, el 13% corresponde al rubro de materiales, de igual forma el 17% representa costos por mano de obra, y el rubro que tiene importancia significativa es el de los costos indirectos de fabricación pues representa el 70% del total del costo de venta

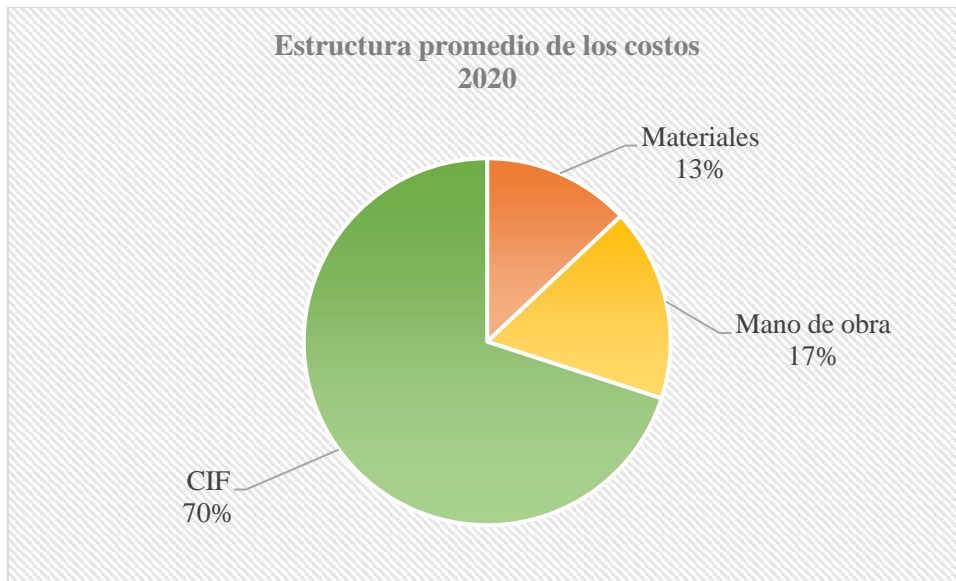


Figura 14 Estructura promedio de los costos 2020

Nota, obtenida de los estados financieros de las empresas en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

Para 2021, se pudo identificar que el 31% de las empresas únicamente reportan costos indirectos de fabricación y solo el 12% indica tener todos los rubros que corresponden a los costos que son por materiales, mano de obra y CIF; el 23% de las empresas señala no tener costo de ventas, el 14% solo tiene costos por materiales, el 11% tiene mano de obra y CIF y el 9% restante tiene costos por materiales y CIF.

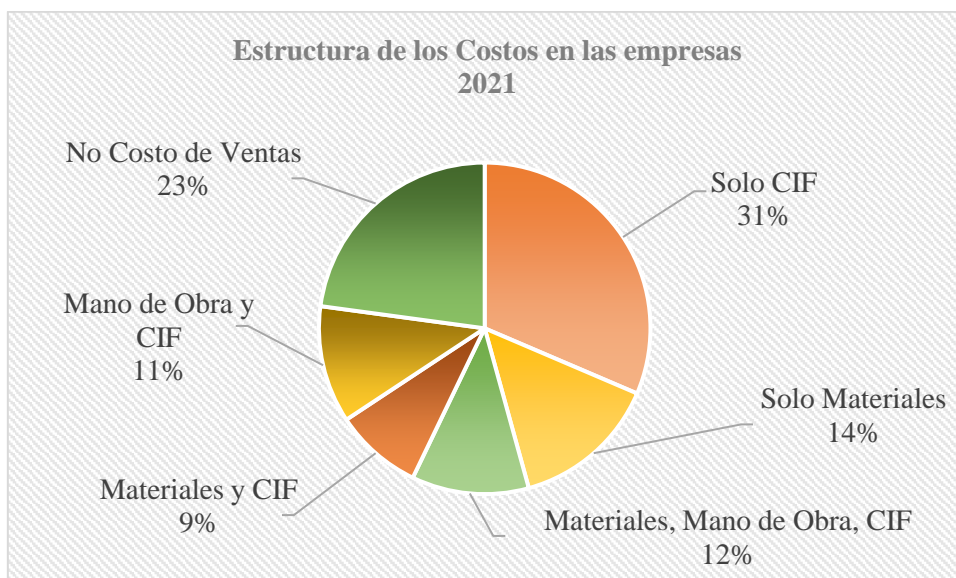


Figura 15 Estructura de los Costos en las empresas 2021

Nota, obtenida de los estados financieros de las empresas en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

Para confirmar la información presentada en los Estados de Resultados se revisó las notas a los estados financieros y se encontró que en 10 empresas de la muestra la información coincide tanto en el Estado de Resultados como en las notas, en cambio en 5 empresas tienen información diferente tanto en las notas como en el Estado de Resultados, 12 empresas no detallaron los costos por lo que no se pudo verificar la información, por otro lado de las 8 empresas que no registraron costos 6 coincide con la información declarada pero 2 de ellas no declararon costos pero en las notas si detallaron costos de ventas.

En 2021 se puede decir que en promedio el 65% de los costos representan el CIF, el 16% son costos por materiales y finalmente el 19% son costos por mano de obra.

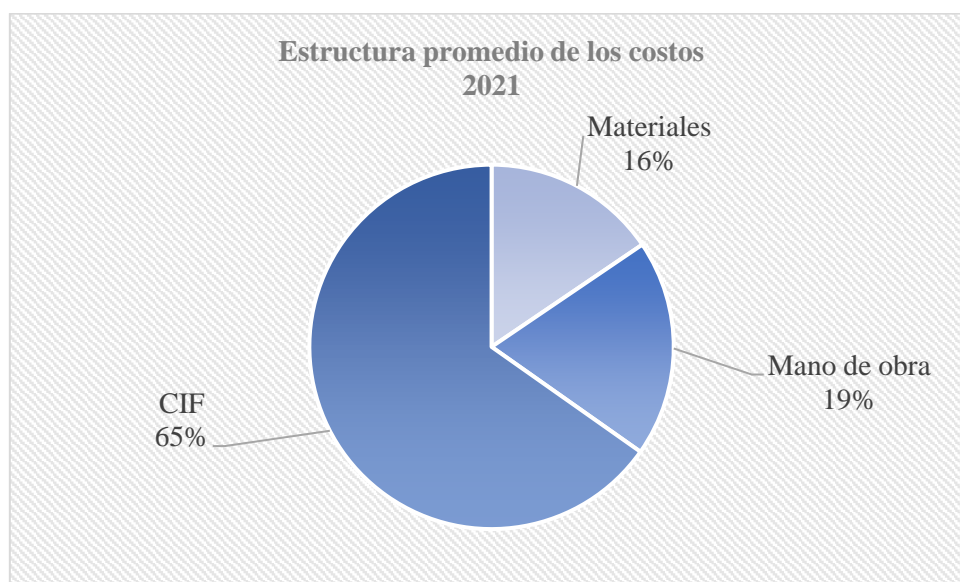


Figura 16 Estructura promedio de los costos 2021

Nota, obtenida de los estados financieros de las empresas en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

Para el 2022 se evidenció que en promedio, el 37% de las empresas no presentaron costo de ventas, el 63% restante de la muestra si tiene costo de ventas; el 23% solo señala tener costos indirectos de fabricación, el 14% tiene únicamente solo costos por materiales, el 11% tiene costos por materiales, mano de obra y CIF, un 9% de la muestra tienen costos por materiales y CIF y finalmente el 6% presenta costos por materiales y CIF.

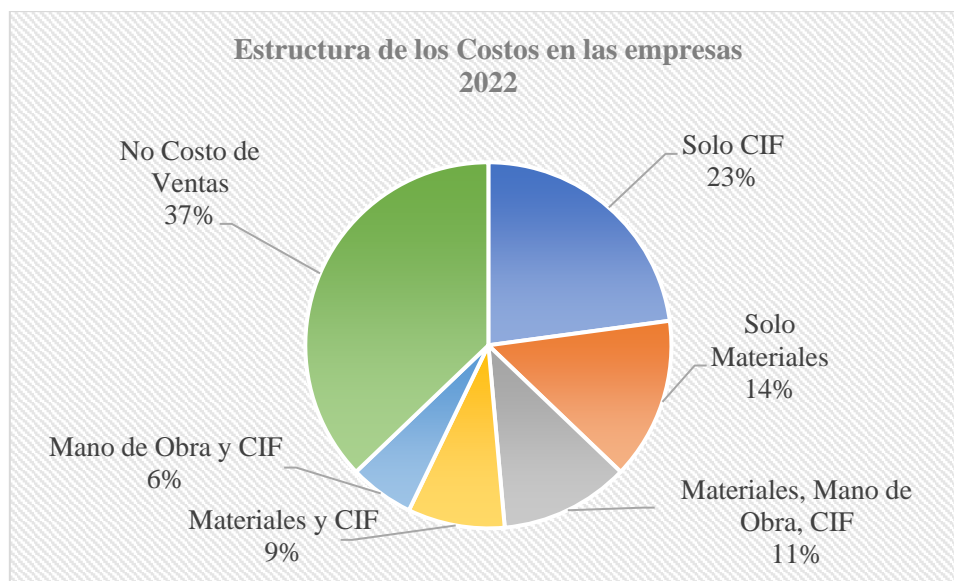


Figura 17 Estructura de los Costos en las empresas 2022

Nota, obtenida de los estados financieros de las empresas en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

Se revisaron las notas a los estados financieros para verificar la información que las empresas han presentado en el Estado de Resultados, únicamente 4 empresas tienen la misma información tanto en las notas como en el Estado de Resultados, 7 empresas presentan información diferente en ambos documentos, 10 empresas no detallan los costos en las notas por lo que no se puede comparar la información y de las 13 empresas que no registraron costo de ventas, 5 no declararon pero en sus notas si se detallaban costos y 1 de ellas no presentó notas por lo que no fue posible confirmar la información.

Finalmente se analizó cual es el porcentaje que cada uno de estos rubros representa en el costo total que las empresas han presentado y se puede decir que el 13% pertenece a costo por mano de obra, el 15% a costo por materiales y finalmente el 72% que es el costo más alto es el de costos indirectos por fabricación.

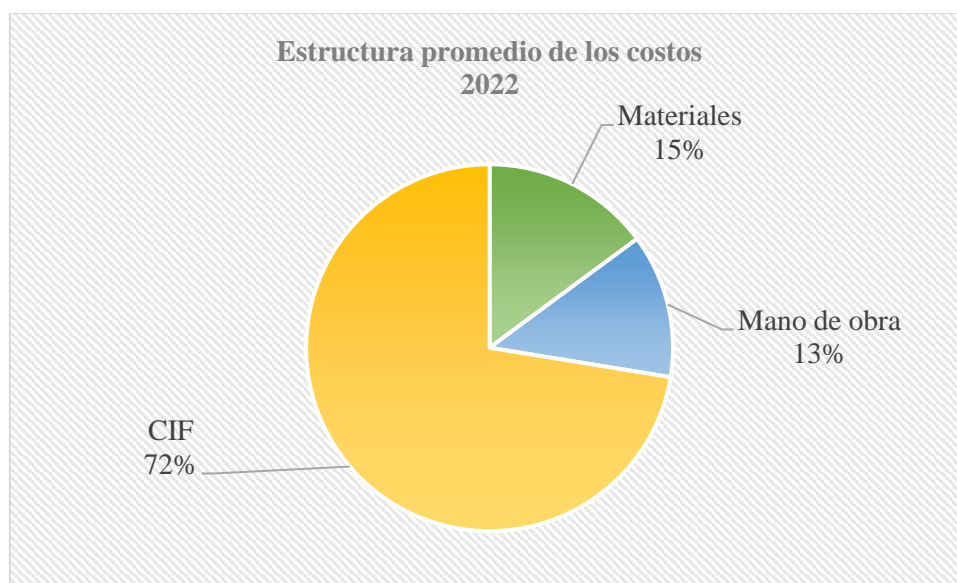


Figura 18 Estructura promedio de los costos 2022

Nota, obtenida de los estados financieros de las empresas en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

De acuerdo con el análisis elaborado para los tres periodos se ha podido evidenciar que los costos más fuertes dentro de estas empresas del sector turístico son los CIF que comprenden costos por depreciación, deterioro, mantenimiento, combustible, suministros, entre otros. Al ser una empresa de servicios el costo por materiales no tiene un fuerte impacto dentro de los costos; por otro lado, el costo de mano de obra tampoco representa un alto porcentaje dentro del total de los costos.

3.2. Estructura de Gastos

Para examinar la estructura de los gastos que tienen las empresas de servicio se procedió a separar la información por periodos. Al momento de extraer los datos se pudo evidenciar que había ciertos rubros que tenían un peso importante dentro de las empresas por lo que se decidió separarlos para poder tener un análisis más detallado sobre los gastos.

Los gastos se clasificaron en siete categorías importantes que se detallan a continuación:

- Nómina, en este rubro que toma en cuenta todos los desembolsos en los que se deben incurrir para el personal que trabaja tanto en el área administrativa como de ventas;
- Gastos por depreciación, deterioro y amortización dependiendo de los activos de las empresas.
- Gasto por seguros que es uno de los más comunes en este sector.

- Gastos por impuestos, contribuciones, entre otras obligaciones fiscales con las que debe cumplir la organización,
- Otros gastos que engloba todos los gastos de gestión, servicios públicos, transporte, suministros, mantenimiento.
- Dentro de la categoría mencionada anteriormente se encuentra también un rubro denominado únicamente como "otros" este rubro tiene un valor bastante significativo dentro de las empresas por lo que se decidió separarlo en otra categoría, este es un rubro del que no se tiene más información ni se sabe cuáles son los gastos que se registran dentro de la misma.
- Gastos no operacionales que son gastos financieros por interés o comisiones bancarias.

En 2021, en promedio el gasto por nómina fue del 33% para las empresas de este sector, un 25% fue por gastos de publicidad, transporte, etc. Dentro de los gastos un 16% fue por la categoría "otros" que es un rubro del que no se sabe que comprenden estos gastos, los gastos no operacionales de igual forma representan un 16% de los gastos totales. Los gastos menos representativos para este periodo fueron los gastos por impuestos que fueron únicamente del 5%, los gastos por deterioro, depreciaciones y amortización fueron solo del 4 % y los gastos por seguros que tuvieron una participación del 1%.

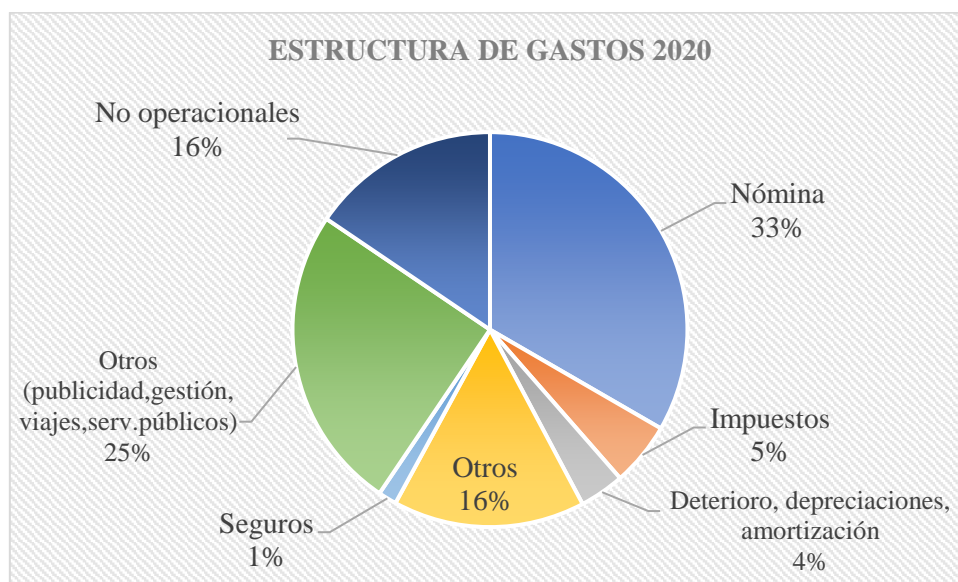


Figura 19 Estructura promedio de gastos 2020

Nota, obtenida de los estados financieros de las empresas en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

Para el siguiente periodo, 2022, nómina sigue siendo el mayor gasto y corresponde al 35% del total, le siguen los gastos no operacionales que representan el 18% del gasto al igual que la categoría otros. El 17% pertenece a los gastos por publicidad, transporte, combustible, entre otros; Finalmente al igual que el periodo analizado anteriormente los gastos menores son por impuestos, deterioro, depreciaciones y amortización y seguros que corresponden al 7%, 3% y 2% respectivamente.

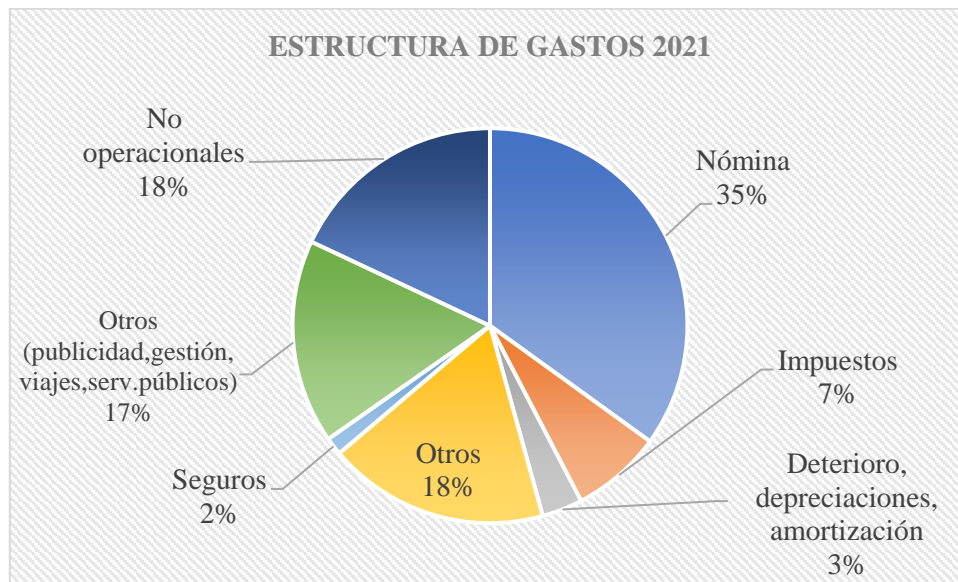


Figura 20 Estructura promedio de gastos 2021

Nota, obtenida de los estados financieros de las empresas en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

En el año 2022, a diferencia de los otros periodos en promedio las empresas tuvieron un mayor gasto por los gastos por gestión, servicios públicos, entre otros, estos fueron del 33%; la categoría otros que no desglosa ningún gasto representa un 27% del total del gasto para ese periodo, le siguen los gastos por nómina con un 25%, luego están los gastos no operacionales que son únicamente el 9%. Por último, los gastos menores fueron por impuestos con el 3%, deterioro, amortización y depreciaciones con un 2% y por último los gastos por seguros con un 1%.

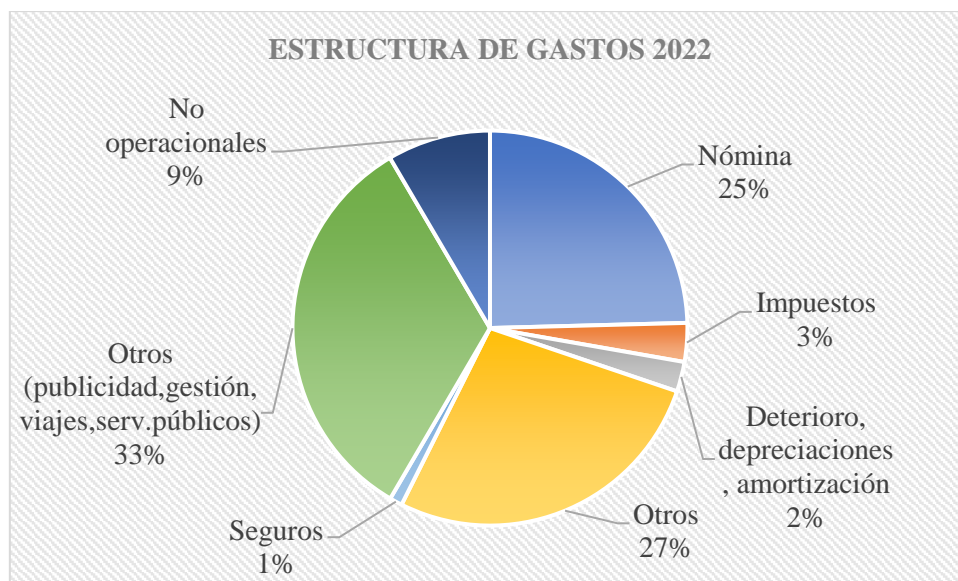


Figura 21 Estructura de gastos 2022

Nota, obtenida de los estados financieros de las empresas en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.

El análisis de la estructura de gastos permitió establecer que en los tres periodos analizados el gasto más fuerte es por nómina, la categoría de otros gastos que incluye publicidad, gestión, viajes también representan un alto porcentaje y el rubro "otros" que no detalla lo que comprende tiene un alto porcentaje dentro de los gastos. Finalmente, los gastos por impuestos, seguros y deterioro son bajos en relación con los mencionados anteriormente.

3.3. **Análisis de la rentabilidad en las empresas de servicios turísticos**

Para realizar el análisis de la rentabilidad que estas empresas generan se utilizará algunos indicadores. El margen bruto permitirá identificar que parte de los ingresos de la compañía es ganancia con relación al costo necesario para poder generar el servicio. Se utilizará también el margen operativo que muestra cual es la utilidad que se obtiene luego de reducir todos los desembolsos que se necesitan para poder brindar el servicio, estos son tanto costos de ventas que se relacionan directamente con la prestación del servicio, como gastos operativos que son aquellos que no se vinculan directamente con la prestación del servicio pero que son necesarios para poder ejecutar el servicio de la mejor manera.

El margen de utilidad neta servirá para analizar cuál es la utilidad final que se obtiene luego de reducir todos los costos de ventas, los gastos operativos, gastos no operacionales, impuestos y la participación trabajadores. Finalmente analizaremos la rentabilidad sobre el activo que permite conocer el porcentaje de rendimiento económico que se genera de acuerdo con la inversión en activos.

3.3.1. Margen de Utilidad Bruta

Para poder tener un análisis mejor detallado sobre la utilidad se ha utilizado los ingresos operacionales y los costos de ventas que se han presentado en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. Se clasificó a las empresas según los datos obtenidos y por periodos.

Para 2020, primero se analizará la rentabilidad promedio que tienen las empresas que dentro de la información financiera han presentado tanto ingresos ordinarios como costos de venta. Las empresas que cumplen estas características son 24 de las 35 seleccionadas para la muestra, de estas el 67% señalan que tienen ingresos por prestación de servicios y el otro 33% tiene como ingresos ordinarios la venta de bienes y exportaciones.

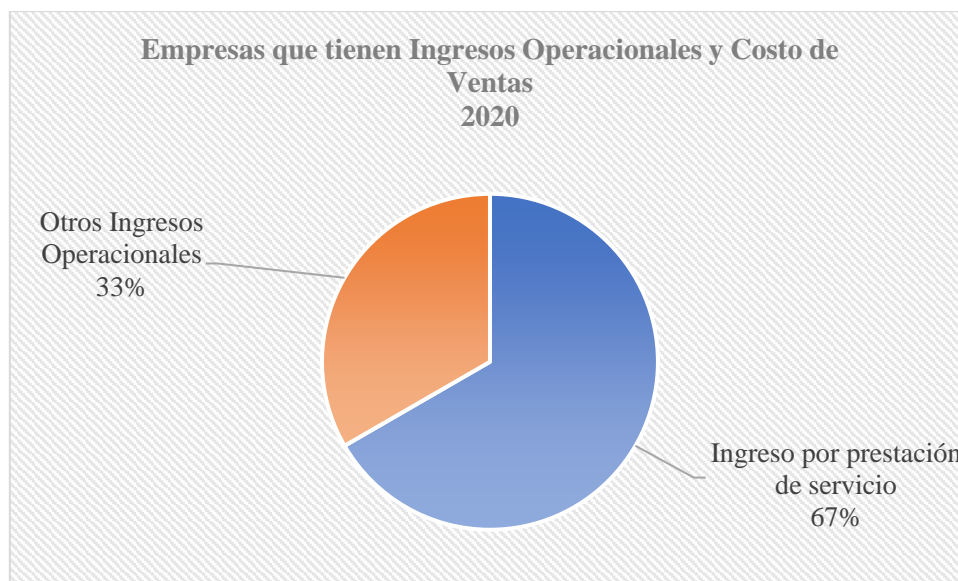


Figura 22 Empresas que tienen Ingresos Operacionales y Costo de Ventas en 2020

Nota, obtenida de los estados financieros de las empresas en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

De estas empresas se encontró que una de ellas había declarado la información de manera errónea tanto para el periodo 2020 como 2021, sus ingresos se encontraban en negativo y sus costos en positivo, para poder realizar un análisis adecuado se modificó los signos de la información presentada y se obtuvo su rentabilidad individual. De esta forma se procedió a clasificar a todas las empresas de acuerdo con el resultado individual obtenido en el margen de utilidad bruta.

Al analizar esta información se pudo establecer que de las 24 empresas el 79% tenía un margen de utilidad bruta positivo y el 21% tenía este indicador negativo.

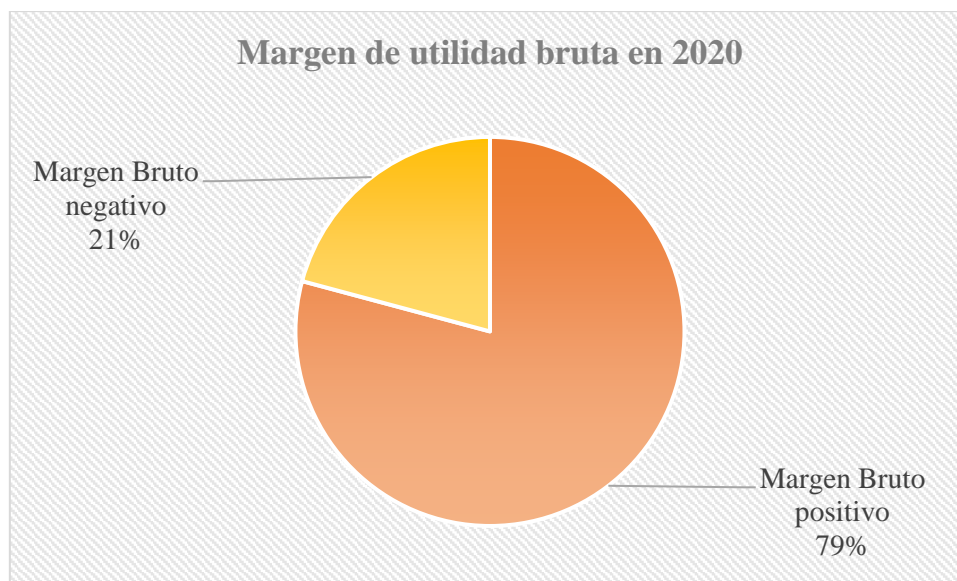


Figura 23 Margen de Utilidad Bruta en 2020 de las empresas que tienen ingresos operacionales y costos de venta

Nota, obtenida de los estados financieros de las empresas en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

El Margen Bruto negativo se ocasiona debido a que el Costo de Ventas es mayor a sus ingresos operacionales, el periodo que se está evaluando tiene que ver con el tiempo en el que fue pandemia, motivo por el cual los ingresos pueden haber disminuido y los costos aumentados. Según la información presentada y los indicadores calculados se puede decir que en promedio la rentabilidad negativa para estas empresas fue del -54.98%.

Lo contrario sucede cuando el Margen Bruto es positivo, ya que los ingresos operacionales superan el costo de venta. Para el 2020, 19 empresas tuvieron un margen positivo, que en promedio fue del 42.46%.

Finalmente, las 11 empresas restantes de la muestra no presentaron Costos de Ventas por lo que no fue posible calcular su Margen de Utilidad Bruta en este periodo.

Para 2021, se realizó la misma clasificación de acuerdo con su información financiera tomando en cuenta a las empresas que han incluido ingresos ordinarios y costo de venta, para este periodo fueron 27 empresas de la muestra las que cumplen con estos criterios. Entre ellas el 78% registran ingresos por prestación de servicios y el 22% restante obtiene sus ingresos ordinarios mediante la venta de bienes y exportaciones.

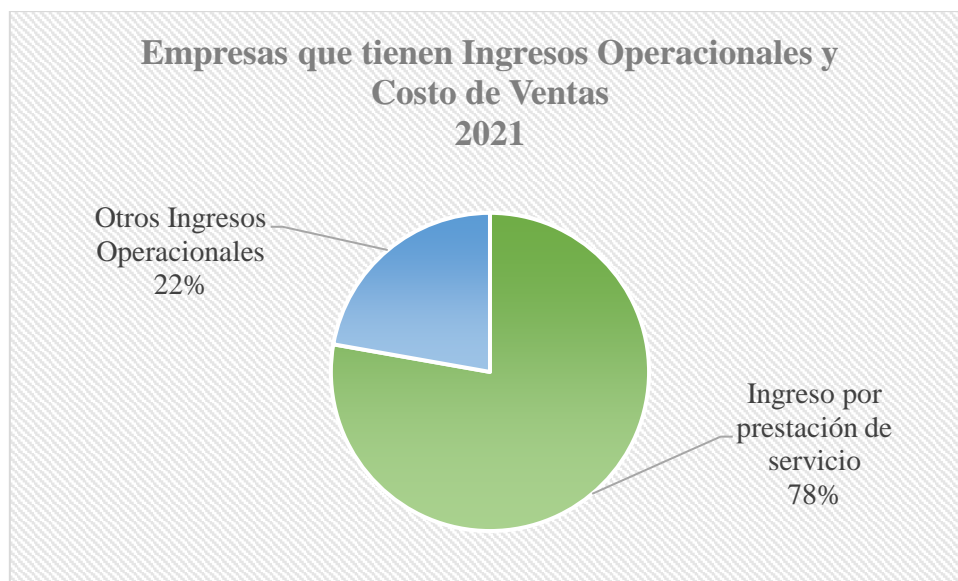


Figura 24 Empresas que tienen Ingresos Operacionales y Costo de Ventas en 2021

Nota, obtenida de los estados financieros de las empresas en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

Para 2021, de igual forma la misma empresa había registrado de manera incorrecta su información financiera, sus ingresos en negativo y sus costos en positivo, para llevar a cabo un análisis más preciso nuevamente se corrigieron los signos de la información y se procedió al cálculo del indicador de manera individual. Posteriormente se procedió a separar las empresas que tenían un margen positivo y las que obtuvieron un margen negativo. Debido a esta clasificación se pudo notar que el 60% de las empresas que tuvieron un indicador de margen bruto negativo en 2020 se recuperaron, mientras que el 40% se mantuvo con rentabilidad negativa. Así, para el 2021 el 93% de las empresas tuvieron un margen positivo y el 7% se mantuvieron con margen negativo.

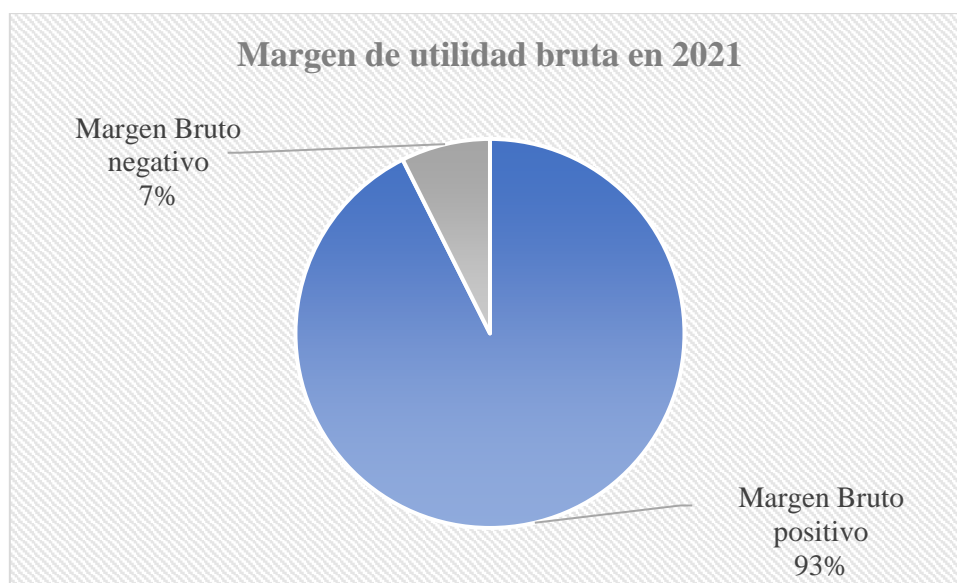


Figura 25 Margen de Utilidad Bruta en 2021 de las empresas que tienen ingresos operacionales y costos de venta

Nota, obtenida de los estados financieros de las empresas en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

De acuerdo con el análisis anterior, para la mayoría de las empresas el 2021 fue un año donde los ingresos operacionales fueron mayor a su costo de venta y tuvieron un margen de rentabilidad bruta promedio de 37.70%. No sucedió así para las empresas que obtuvieron un margen de utilidad bruta negativa pues sus costos todavía superaban los ingresos operacionales obtenidos en ese periodo con un promedio de rentabilidad negativa del -7.46%. Dentro de la muestra hubo 8 empresas de las cuales no se pudo obtener el resultado de este indicador en el periodo analizado pues no reportaron costo de ventas.

Finalmente, para el último año analizado, 2022, en primer lugar se clasificó a las empresas según los datos obtenidos de los estados financieros y examinó a las empresas que han presentado ingresos operacionales y costo de ventas, las empresas que cumplen ambas condiciones para este periodo son 22 empresas de las cuales el 23% no registran ingresos por la prestación de servicios pero si reportan otros ingresos operacionales por venta de bienes y exportaciones y el 77% si obtienen ingresos por la prestación de servicios.

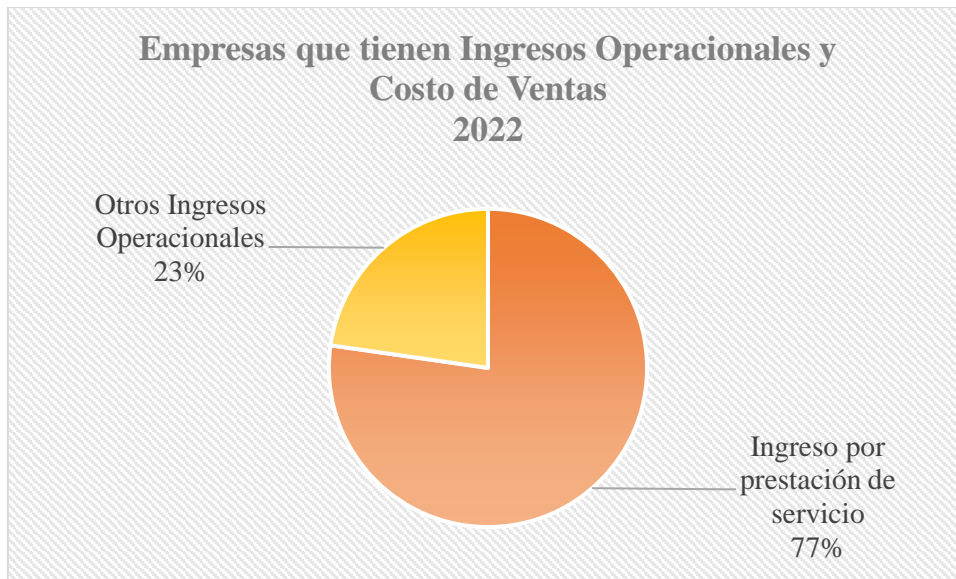


Figura 26 Empresas que tienen Ingresos Operacionales y Costo de Ventas en 2022

Nota, obtenida de los estados financieros de las empresas en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

Posterior a este análisis, se realizó el cálculo del margen de utilidad bruta de cada una de las empresas para de acuerdo con su resultado clasificarlas. Con este análisis se puede decir que el 5% de estas tuvieron un margen bruto negativo debido a que sus costos fueron mayores a sus ingresos operacionales en ese periodo. El 95% de estas tuvieron como resultado el indicador positivo que indica que sus ingresos operacionales fueron mayores a su costo de ventas.

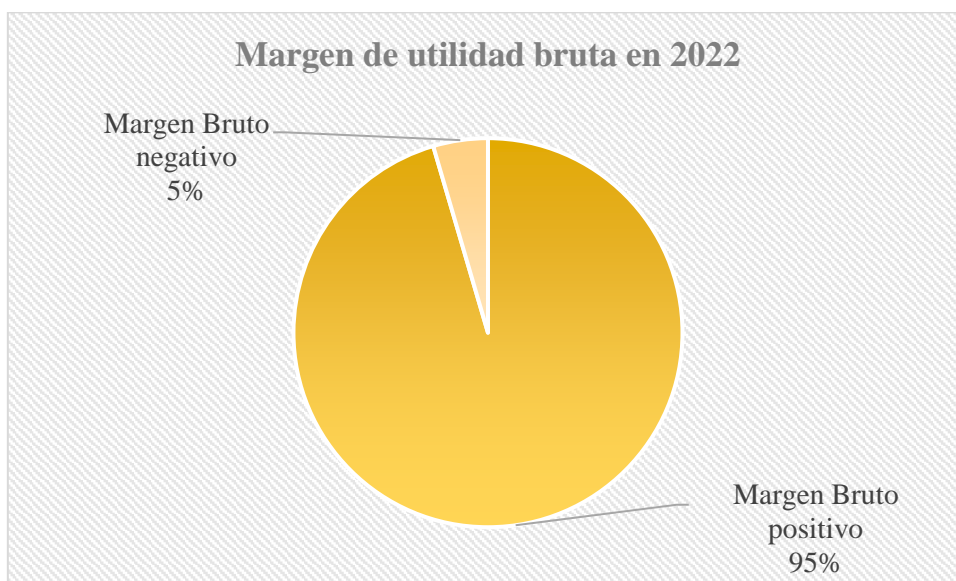


Figura 27 Margen de Utilidad Bruta en 2022 de las empresas que tienen ingresos operacionales y costos de venta

Nota, obtenida de los estados financieros de las empresas en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

La rentabilidad promedio de las empresas que tuvieron ingresos operacionales mayores a los costos fue de 38.95%. En cuanto a la empresa que tuvo una rentabilidad bruta negativa se debió a que su costo de venta fue mayor a sus ingresos operacionales, esta empresa tuvo un ingreso bastante significativo en sus ingresos no operacionales.

Las empresas restantes de la muestra que son 13 no registraron costo de ventas por lo que este indicador no pudo ser calculado.

La rentabilidad promedio de los periodos analizados puede resumirse de la siguiente manera

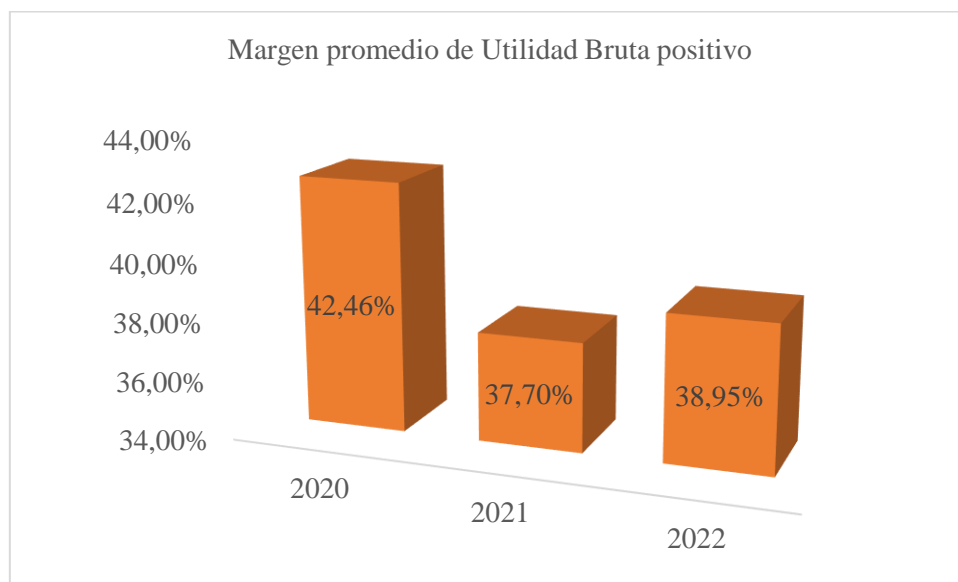


Figura 28 Margen promedio de Utilidad Bruta positivo

Nota, obtenida de los estados financieros de las empresas en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

En 2020, el sector turístico en promedio tuvo un margen positivo de utilidad bruta del 42.46% esto a pesar de estar en época de pandemia, para el 2021 este se redujo al 37.70% y en 2022 creció al 38.95%.

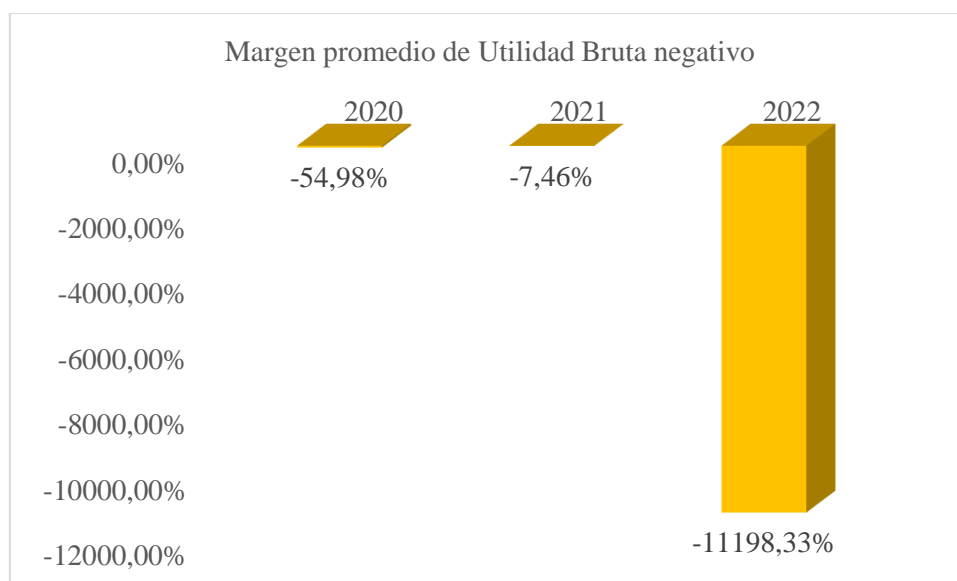


Figura 29 Margen promedio de Utilidad Bruta negativo

Nota, obtenida de los estados financieros de las empresas en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

Para el año 2020 hubo empresas que como resultado tuvieron una rentabilidad negativa que en promedio fue del -54.98%, este es un valor representativo, se vio elevado de esta manera debido a que una de las empresas que se encontraba en este grupo tuvo un nivel de ingresos operacionales bastante bajo en relación con sus ingresos no operacionales y su costo de ventas bastante elevado. En 2021, existieron únicamente 2 empresas que individualmente tuvieron un margen negativo no tan elevado que en promedio fue del -7.46%. Finalmente, para el 2022 sólo una empresa tuvo un resultado negativo en la evaluación de este indicador, y fue con un porcentaje importante debido a que su ingreso operacional representaba solo el 1% de lo que fueron sus costos, esta empresa tuvo ingresos por actividades no operacionales significativas.

3.3.2. Margen de Utilidad Operativa

Para realizar el análisis sobre el margen de utilidad operativa se han extraído los ingresos operacionales, costos de ventas y gastos operacionales que se han registrado en los estados financieros en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. Luego se clasificó a las empresas según los datos obtenidos y por periodos.

Para 2020, nuevamente se seleccionó primero a las empresas que presentan información completa. Como se muestra en la figura 22 las empresas que cumplen estas características son 24 del total de la muestra, las cuales el 67% registran como ingresos ordinarios la prestación de servicios y el 33% tiene como ingresos operacionales la venta de bienes y exportaciones.

Se encontró que una de las empresas declaró la información incorrectamente ya que sus ingresos se encontraban en negativo y sus costos y gastos con signo positivo, para poder tener un resultado adecuado se modificó los signos de los datos obtenidos y se calculó su rentabilidad individual. Se pudo determinar que el 25% de las empresas dieron como resultado un indicador positivo mientras que el 75% tuvo un resultado negativo.

El resultado negativo se da cuando los gastos operativos que son gastos que no tienen que ver directamente con la prestación del servicio, pero si son necesarios para que el servicio pueda darse de la manera correcta son mayores al costo del servicio y a los ingresos operacionales obtenidos. Mientras que cuando el resultado es positivo significa que los costos y gastos operativos son menores a los ingresos operacionales y se muestra una utilidad luego de todos los desembolsos necesarios.

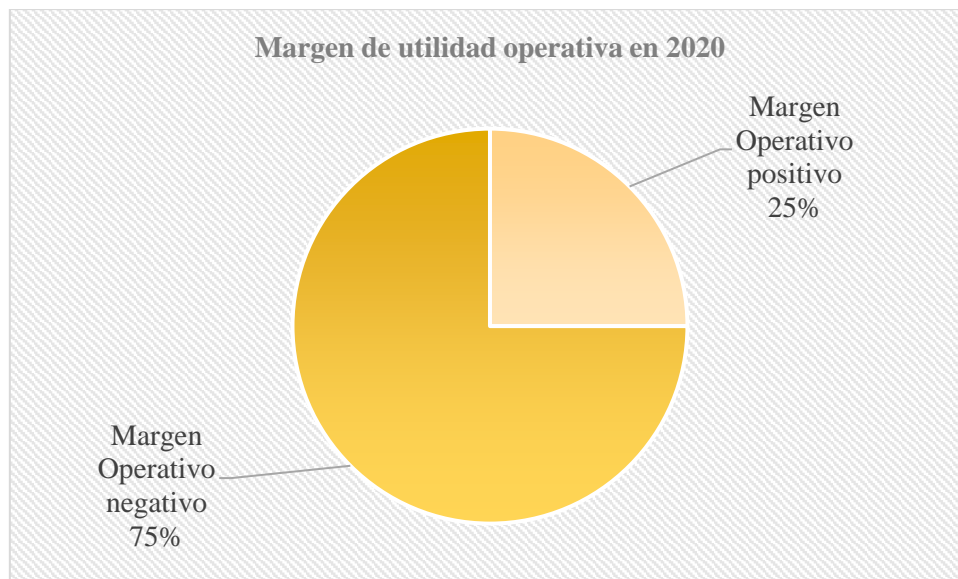


Figura 30 Margen Operativo en 2020 de las empresas que tienen ingresos operacionales y costos de venta

Nota, obtenida de los estados financieros de las empresas en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

El promedio de las empresas que tuvieron un margen operativo negativo fue de -59.47% y las empresas en promedio obtuvieron un margen operativo positivo de 4.04%.

Posteriormente, se realizó el cálculo de este indicador de las empresas que no registraron costo de ventas, que fueron 11 del total de la muestra, estas tuvieron gastos operacionales que tienen un monto bastante significativo debido a la omisión del costo de ventas. El cálculo determinó

que el 36% obtuvieron un margen operativo negativo y el 64% tuvieron como resultado un margen operativo positivo.

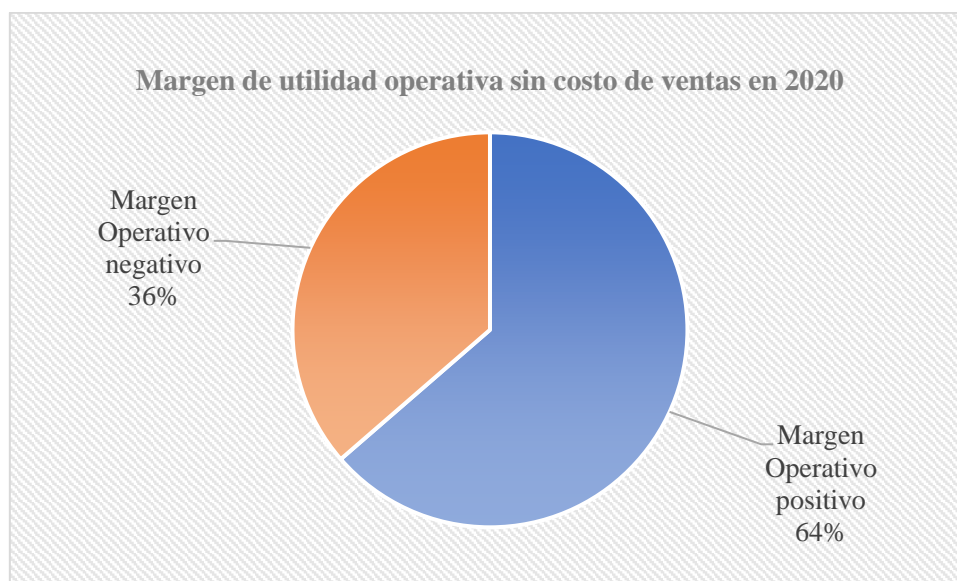


Figura 31 Margen de utilidad operativa sin costo de ventas en 2020

Nota, obtenida de los estados financieros de las empresas en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

En promedio el indicador de resultado negativo fue del -97.92%, la obtención de este resultado ocurre cuando desembolsos no vinculados directamente con la prestación del servicio son más altos que los ingresos operacionales y costos del servicio. Mientras que cuando el resultado es positivo significa que los costos y gastos operativos son menores a los ingresos operacionales y en promedio el resultado de este indicador fue de 3.26%.

Para el 2021, se clasificó a las empresas que tiene todos los datos necesarios para poder calcular este indicador que en este caso como indica la figura 24 las empresas que cumplen estas características son 27 del total de la muestra, las cuales el 78% registran como ingresos ordinarios la prestación de servicios y el 22% tiene como ingresos operacionales la venta de bienes y exportaciones. El 67% de las empresas tuvieron un margen de utilidad operativa positiva y el 33% restante tuvo un resultado negativo.

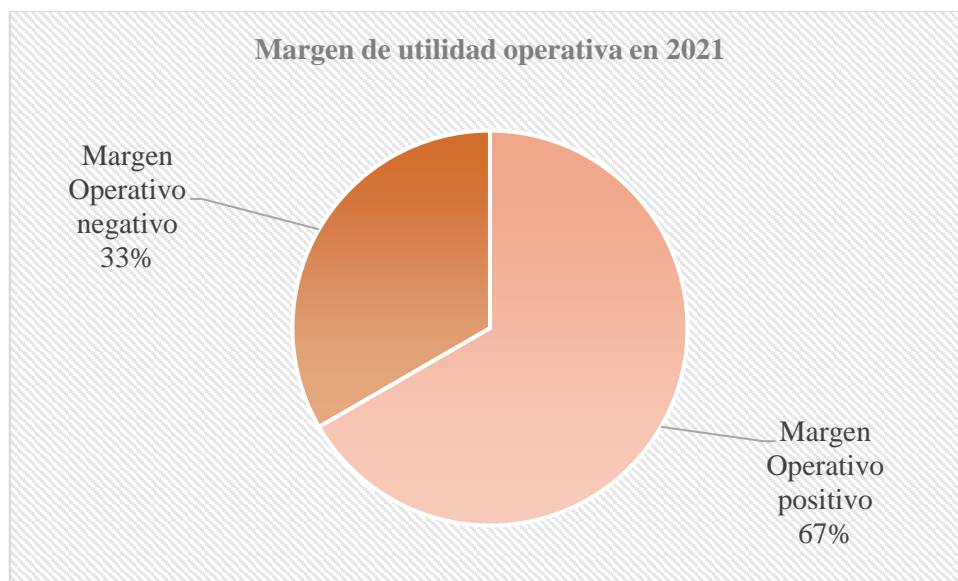


Figura 32 Margen Operativo en 2021 de las empresas que tienen ingresos operacionales y costos de venta

Nota, obtenida de los estados financieros de las empresas en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

El promedio del margen operativo negativo fue de -28.70% para el 2021, el 67% de las empresas restantes obtuvieron un resultado positivo que en promedio el indicador fue del 10.06%.

Por otro lado, se analizó a las empresas que en la información financiera presentada no desglosaron costos de ventas, estas empresas representan un 23% del total de la muestra. Estas empresas presentaron gastos operativos bastante altos, y a pesar de eso el 75% de ellas tuvieron un margen operativo positivo y solo el 25% tuvo un margen negativo. En promedio el margen positivo fue del 4.11% y el margen negativo promedio fue del -50.42%.

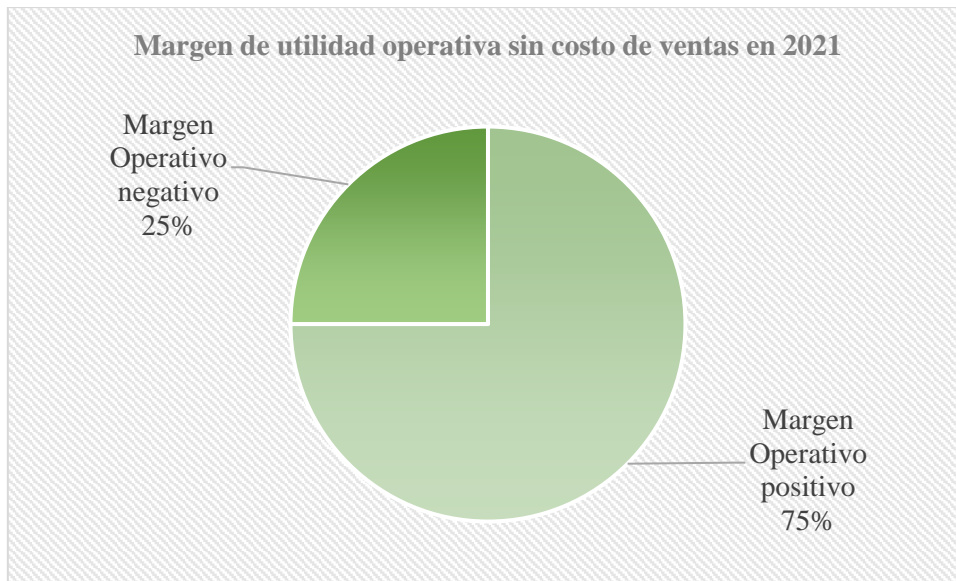


Figura 33 Margen de utilidad operativa sin costo de ventas en 2021

Nota, obtenida de los estados financieros de las empresas en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

Para el 2022, se analizó de la misma forma la información presentada al ente regulador, y se clasificó a las empresas de acuerdo a que tan completa tenían la información, 22 empresas de la muestra cumplían con todos los datos y como lo muestra la figura 26 el 23% registran ingresos por venta de bienes y exportaciones y el 77% si obtienen ingresos por la prestación de servicios. De estas empresas el 86% tuvieron un margen operativo positivo lo que significa que aún existe utilidad luego de realizar todos los desembolsos y solo un 10% tuvo un margen operativo negativo que señala que los costos de ventas y gastos operativos son mayores a los ingresos operacionales.

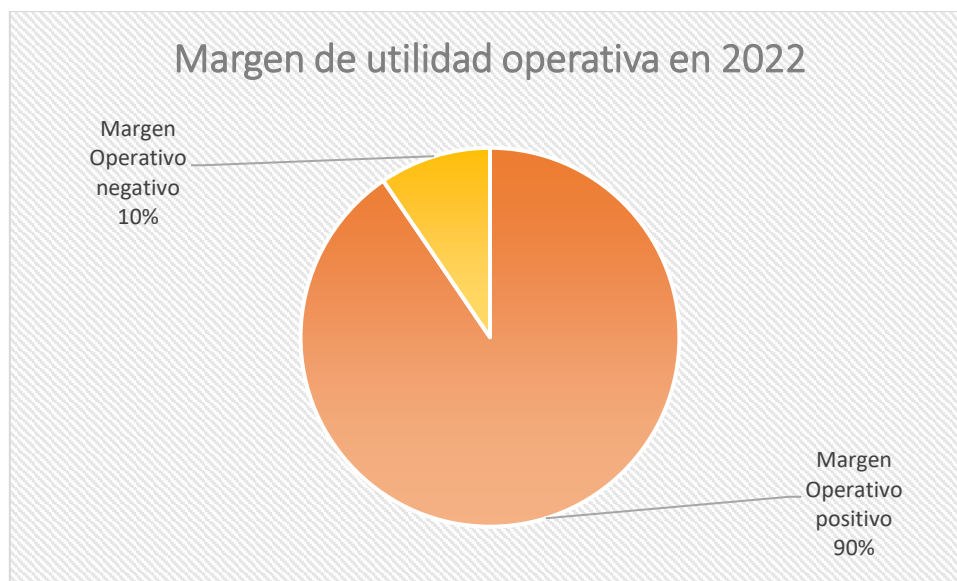


Figura 34 Margen Operativo en 2022 de las empresas que tienen ingresos operacionales y costos de venta

Nota, obtenida de los estados financieros de las empresas en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

En promedio el margen operativo positivo fue de 20.50% y las empresas que tuvieron un indicador negativo fueron únicamente dos, no se procedió a realizar un promedio entre ambas empresas ya este dato no iba a ser confiable. Una de ellas tuvo un margen operativo negativo de -596.84% esto debido a que tuvo ingresos operacionales mínimos, que fueron superados por sus gastos operacionales; debido a este resultado el promedio entre ambas empresas se alteraría ya que la otra únicamente tuvo un indicador negativo de -52.63%.

Las otras 12 empresas de la muestra no registraron costos de ventas y presentaron gastos operativos con cifras bastante altas, de ellas el 83% tuvo un margen operativo positivo lo que quiere decir que todavía existe una utilidad debido a que los ingresos operacionales son mayores a los costos y gastos. El 17% de estas empresas obtuvieron un margen operativo negativo lo que significa que sus costos y gastos son mayores a los ingresos que reciben por las actividades operacionales que se ejecutan.

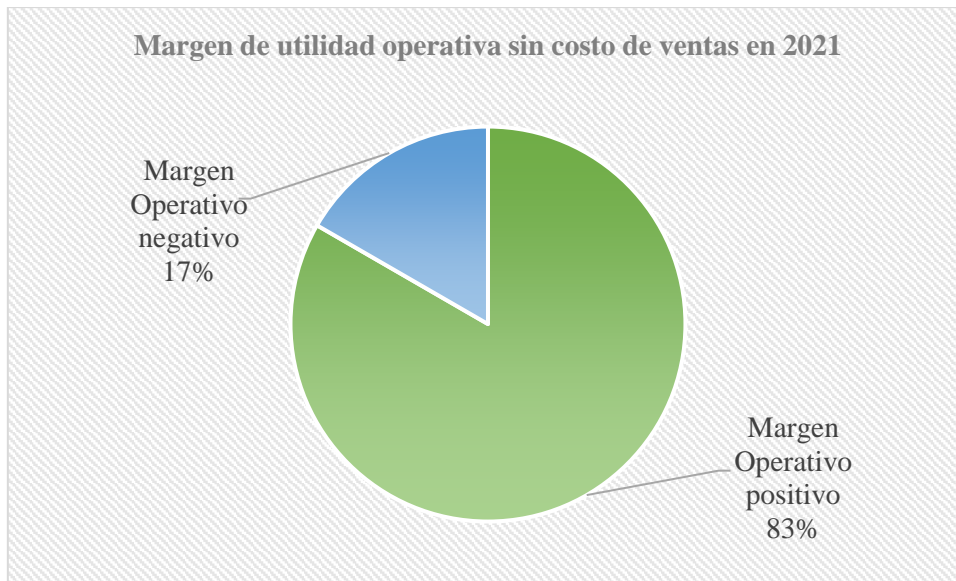


Figura 35 Margen de utilidad operativa sin costo de ventas en 2022

Nota, obtenida de los estados financieros de las empresas en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

En promedio estas empresas tuvieron un margen positivo del 27.69%. En cuanto al margen operativo negativo no fue posible realizar un cálculo promedio de los resultados ya que una de las empresas como resultado del indicador obtuvo -596.84% y esto alteraría los resultados, la otra empresa tuvo un -52.63%.

Finalmente, la última empresa que falta tomar en cuenta dentro de la muestra no se pudo calcular el margen operativo ya que no se registraron gastos operativos ni costos de ventas.

Los promedios del margen de utilidad operativa se resumen de la siguiente forma:

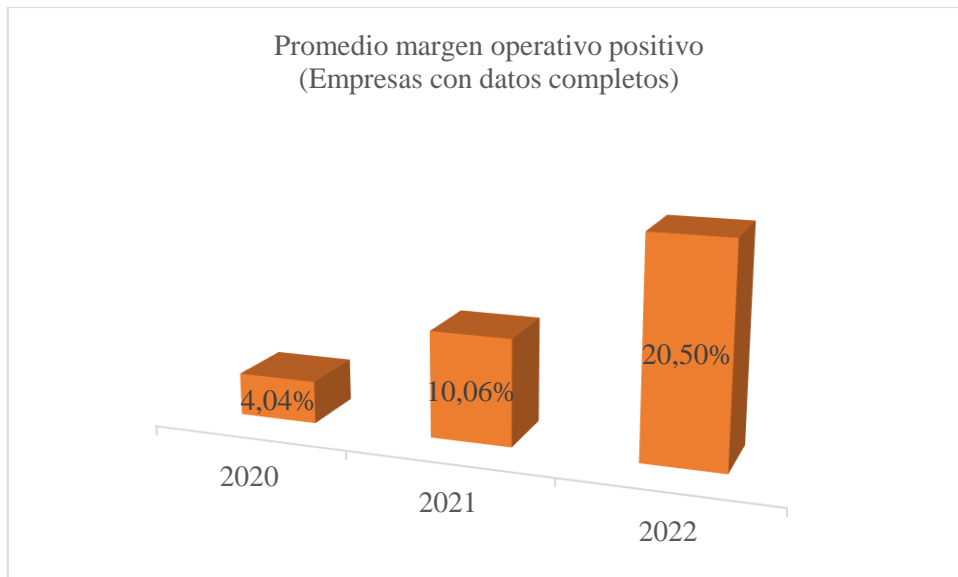


Figura 36 Promedio margen operativo positivo - Empresas con datos completos

Nota, obtenida de los estados financieros de las empresas en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

Para el 2020, las empresas tuvieron en promedio solo un margen operativo del 4.04% lo que quiere decir que sus gastos operacionales les estaban consumiendo un gran porcentaje de la utilidad bruta, para el 2021 este indicador se elevó al 10.06% y finalmente para el 2022 se duplicó y fue del 20.50%

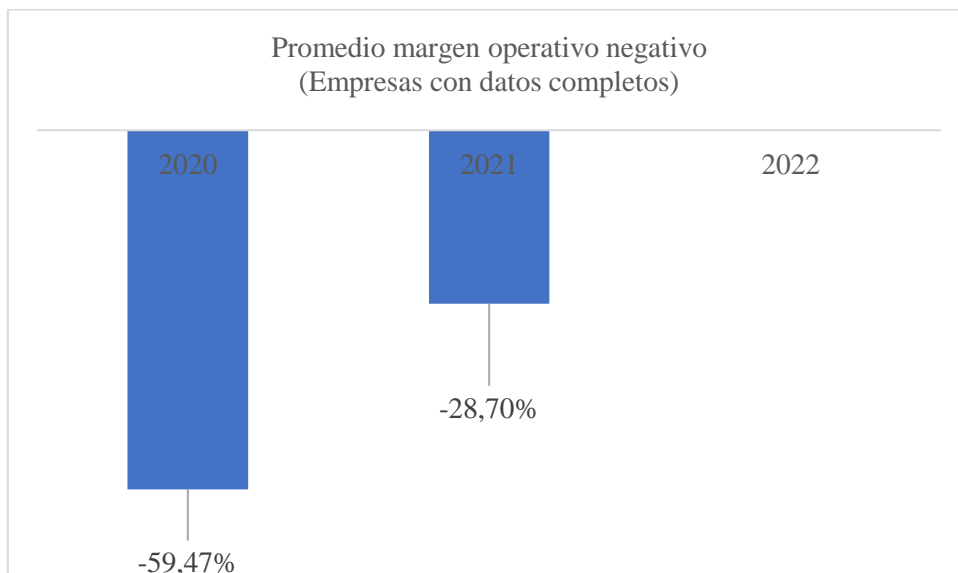


Figura 37 Promedio margen operativo negativo-Empresas con datos completos

Nota, obtenida de los estados financieros de las empresas en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

Las empresas que tuvieron información completa y como resultado tuvieron un margen operativo negativo tuvieron en promedio un indicador de -59.47%, para 2021 este tuvo un decremento significativo a -28.70% y para el 2022 no fue posible analizar debido a los resultados que se obtuvieron en cada una de las empresas.

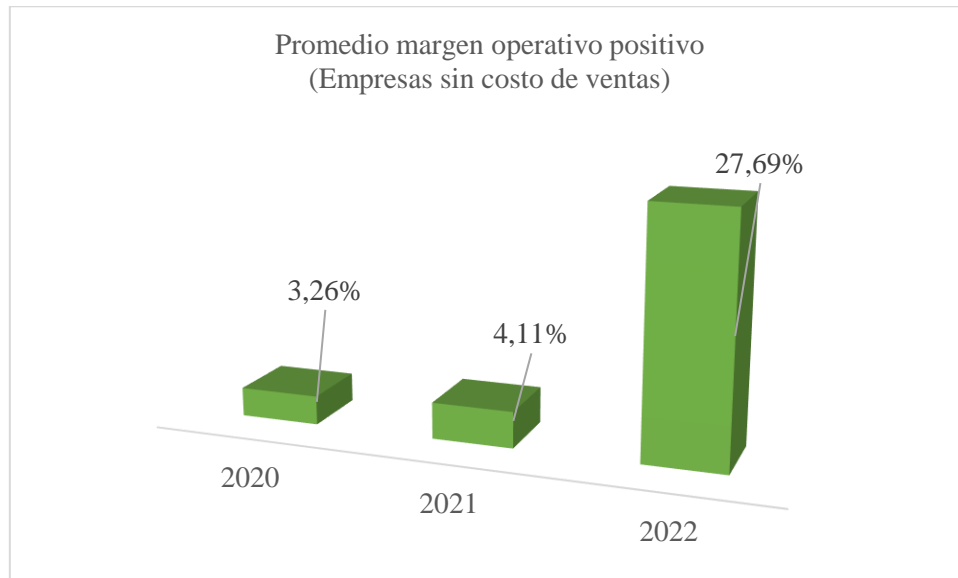


Figura 38 Promedio margen operativo positivo - Empresas sin costo de ventas

Nota, obtenida de los estados financieros de las empresas en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

Las empresas que dentro de su información financiera no presentaron costo de ventas de igual forma tuvieron un margen operativo positivo que en promedio para 2020 fue del 3.26%, en 2021 este aumento al 4.11% y en 2022 fue del 27.69%.

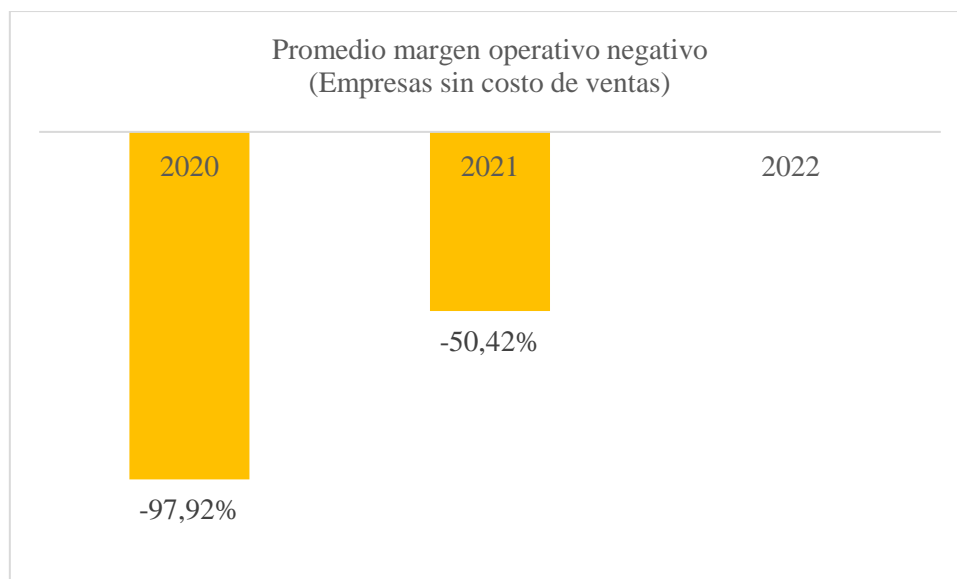


Figura 39 Promedio margen operativo negativo - Empresas sin costo de ventas

Nota, obtenida de los estados financieros de las empresas en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

El margen operativo promedio de las empresas que no presentaron costo de ventas durante los periodos examinados fue -97.20% para 2020, en 2021 este se redujo a -50.42% y en 2022 no fue posible realizar este análisis ya que el resultado no sería fiable.

3.3.3. Margen de Utilidad Neta

Para el análisis del margen de utilidad neta se utilizó la Utilidad Neta presentada por las empresas a la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. La fórmula utilizada fue Utilidad Neta dividido para el total de ingresos operacionales. Con el fin de poder realizar un buen análisis se clasificó a las empresas de acuerdo con la información obtenida y se separó en los diferentes años analizados.

Para el año 2020, dentro de la muestra se presentaron 24 empresas con una utilidad negativa esto representa un 68% del total de empresas analizadas, el 26% únicamente obtuvieron una utilidad positiva y el 6% de las empresas no fue posible analizarlas debido a que su utilidad neta fue cero.

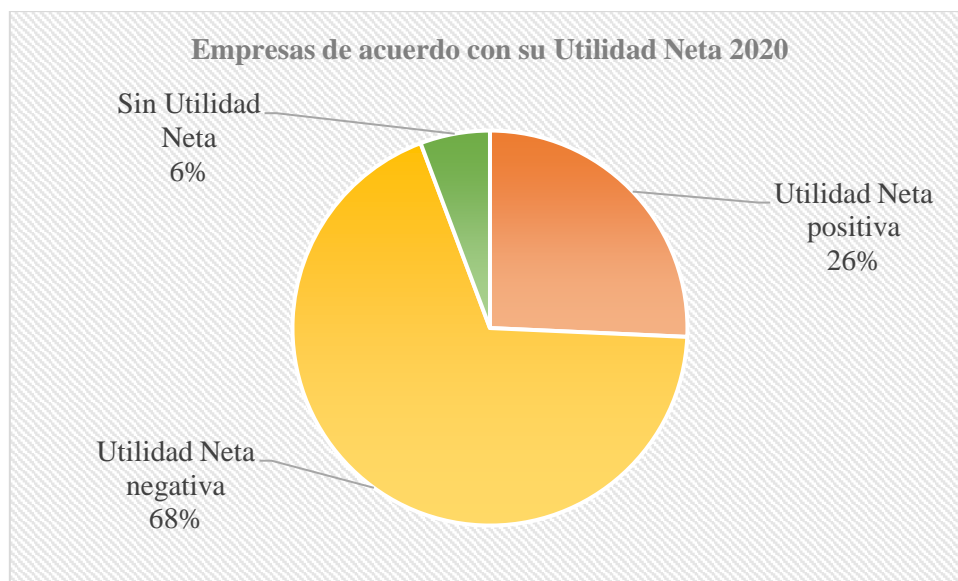


Figura 40 Empresas de acuerdo con su Utilidad Neta, 2020

Nota, obtenida de los estados financieros de las empresas en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

En promedio el indicador de las empresas que tuvieron una Utilidad Neta positiva fue del 3.59%, lo que quiere decir que luego de cumplir con las obligaciones tributarias y la participación trabajadores aún siguen teniendo ganancia; aquellas que tuvieron Utilidad Neta negativa el promedio del indicador de utilidad nea fue de -47.26%, lo que quiere decir que los impuestos y la participación trabajadores están dejando sin ganancia a la empresa.

Para el año 2021, el 48% de las empresas tuvieron una Utilidad Neta positiva superando al 46% de las empresas que tuvieron una Utilidad Neta negativa, y el restante 6% de la muestra no pudo ser evaluado con este indicador debido a que no tuvieron Utilidad Neta.

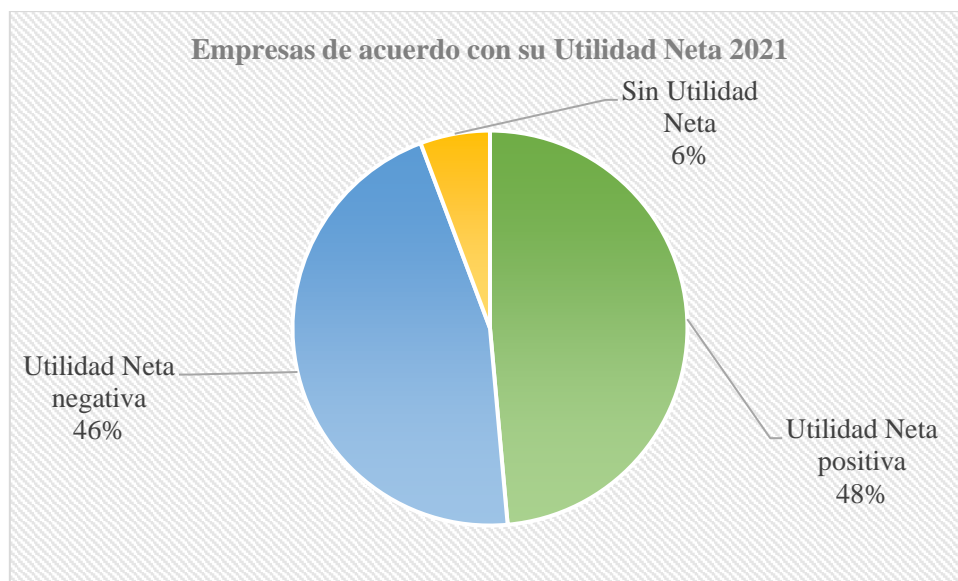


Figura 41 Empresas de acuerdo con su Utilidad Neta, 2021

Nota, obtenida de los estados financieros de las empresas en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

El promedio positivo del margen de utilidad neta para el 2021 fue de 5.40% cabe mencionar que en este grupo de empresas que tuvo una utilidad neta positiva muy pequeña haciendo así que su margen de utilidad neta individual sea cero. Para el margen de utilidad neta negativo el promedio fue de -33.34%.

Finalmente, para el último periodo, 2022 se clasificó a las empresas de acuerdo a la Utilidad Neta que tenían, para esto dentro de la muestra se logró identificar que el 86% tuvieron una Utilidad Neta positiva y debido a esto el margen promedio para estas empresas fue de 4.84% sin incluir una empresa que alteraría el resultado promedio. La empresa que no fue tomada en cuenta tuvo un margen del 4579.17% debido tuvo ingresos operacionales muy pequeños y la utilidad neta de esta toma en cuenta los ingresos no operacionales que para ese periodo fue una suma bastante alta. Por otro lado, tenemos a las empresas que tuvieron una Utilidad Negativa que fueron únicamente el 14% del total de la muestra, el promedio de estas empresas para el margen de utilidad negativo fue del -9.90%.

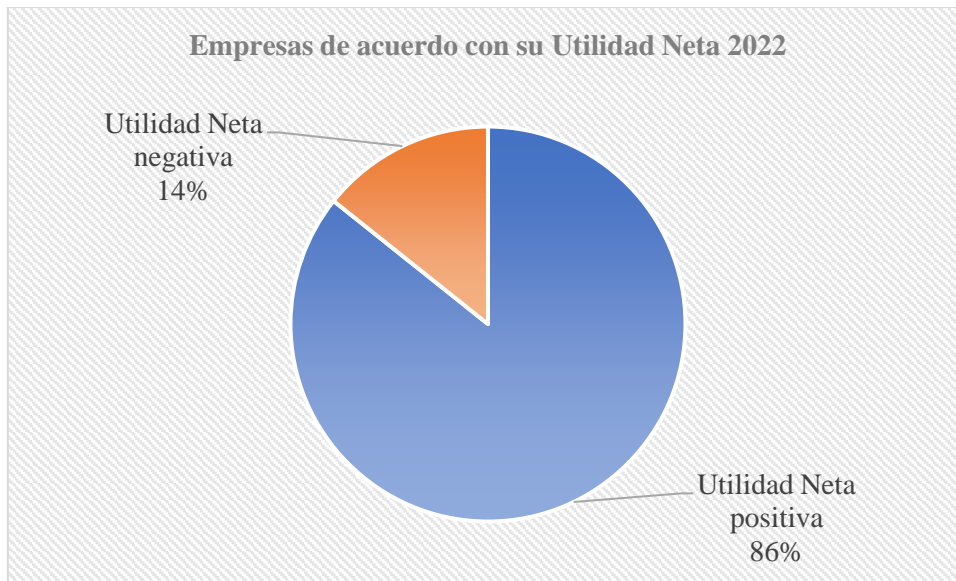


Figura 42 Empresas de acuerdo con su Utilidad Neta, 2022

Nota, obtenida de los estados financieros de las empresas en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

El promedio del margen de utilidad neta para cada periodo puede resumirse así:

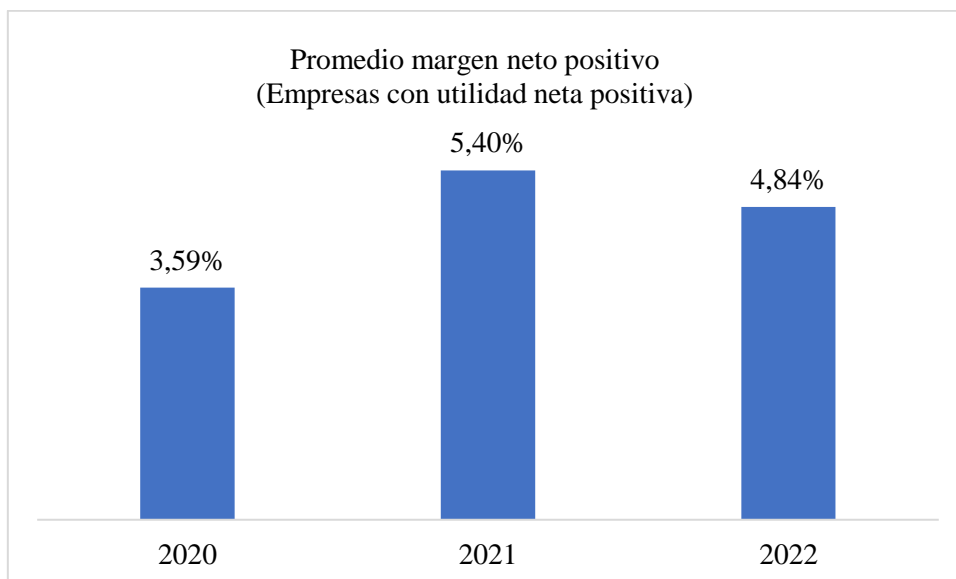


Figura 43 Promedio margen neto positivo - Empresas con utilidad neta positiva

Nota, obtenida de los estados financieros de las empresas en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

Las empresas con margen neto positivo en promedio tuvieron una rentabilidad del 3.59% en 2020, para 2021 fue del 5.40% y para 2022 se redujo al 4.84%.

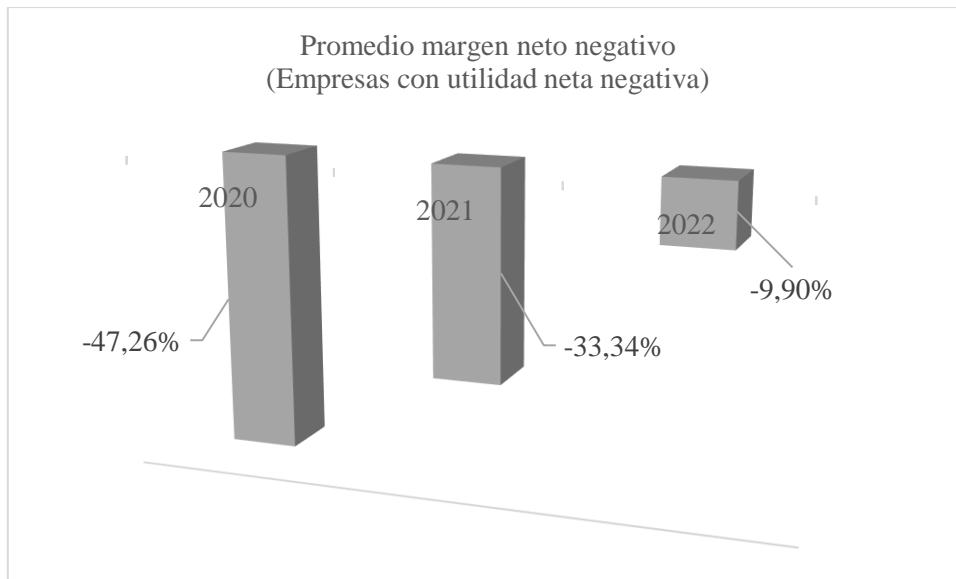


Figura 44 Promedio margen neto negativo - Empresas con utilidad neta negativa

Nota, obtenida de los estados financieros de las empresas en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

Las empresas que al final de su ejercicio económico tuvieron una utilidad neta, obtuvieron como resultado un margen neto negativo, para 2020 este fue de -47.26%, en 2021 disminuyó a -33.34% y en 2022 fue tan solo de -9.90%.

3.3.4. Rendimiento sobre el activo

Para evaluar el indicador de rendimiento sobre el activo, fue necesario extraer la Utilidad Neta presentada por las empresas a la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros en sus Estados de Resultados y el total de activos del Estado de Situación Financiera, esto para cada uno de los periodos que se está analizando.

Como muestra la Figura 40, en el año 2020 el 68% de las empresas de la muestra tuvieron una utilidad negativa, el 26% como resultado tuvo una utilidad positiva y el 6% de las empresas tuvieron una utilidad neta en cero por lo que no fue posible calcular su rendimiento sobre el activo. El cálculo de la rentabilidad sobre el activo que permite conocer el porcentaje de rendimiento económico que se genera de acuerdo con la inversión en activos. Para el 2020 fue posible calcular el ROA de 33 empresas del total de la muestra, el 73% de estas tuvo como resultado un indicador negativo promedio de -42.65% lo que quiere decir que la inversión en activo que se habían hecho no estaba siendo compensada con los resultados obtenidos. El 27% restante tuvo un resultado positivo, es decir en promedio tuvieron un rendimiento sobre el activo de 9.76%.

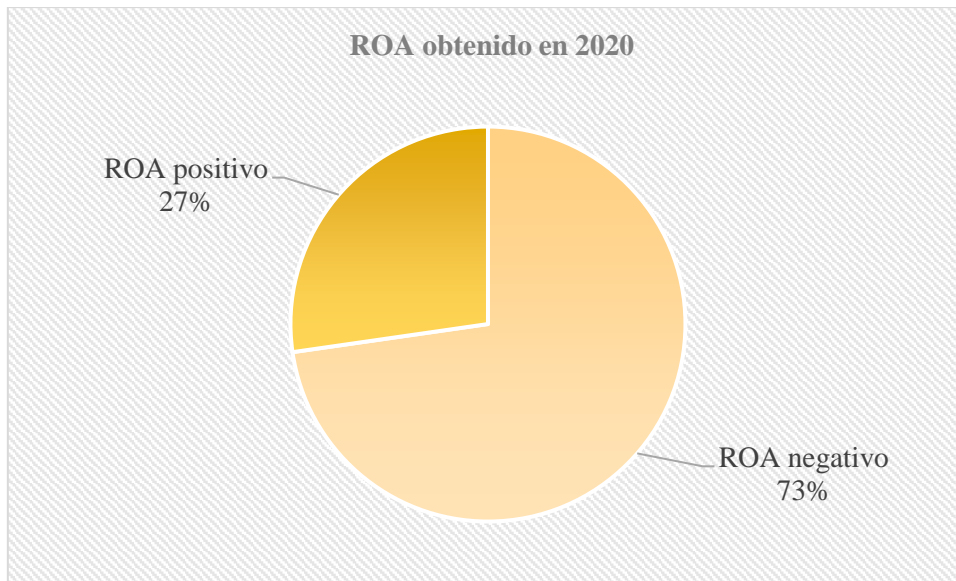


Figura 45 ROA obtenido en 2020

Nota, obtenida de los estados financieros de las empresas en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

Para el año 2021, como se puede evidenciar en la figura 41 el 48% de las empresas tuvieron una Utilidad Neta positiva, el 46% obtuvo como resultado de su ejercicio económico una Utilidad Neta negativa, y el 6% de la muestra no tuvo Utilidad Neta, por lo que estas no serán tomadas en cuenta para calcular el ROA.

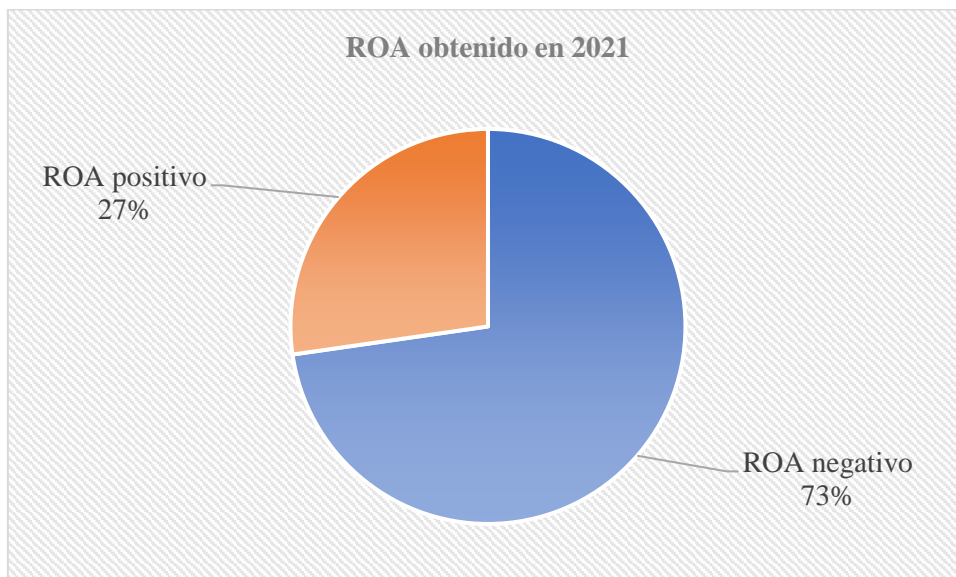


Figura 46 ROA obtenido en 2021

Nota, obtenida de los estados financieros de las empresas en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

Al realizar el cálculo de este indicador, se puede evidenciar que el 27% de las empresas obtuvieron un ROA positivo que en promedio fue de 7.31% y el 73% de las empresas restantes tuvieron un resultado negativo que en promedio fue del -45.98%.

Finalmente, para el año 2022 de igual forma se identificó a las empresas que al final del ejercicio económico tuvieron Utilidad Neta positiva y negativa. Como se muestra en la figura 42 el 86% de las empresas de la muestra tuvieron Utilidad Neta positiva y el 14% restante de la muestra tuvieron un resultado negativo. Luego de haber identificado esta información se procedió con el cálculo individual del ROA, y así se pudo determinar que en promedio las empresas tuvieron un ROA positivo de 9.34% y el ROA negativo en promedio fue de -1.61%.

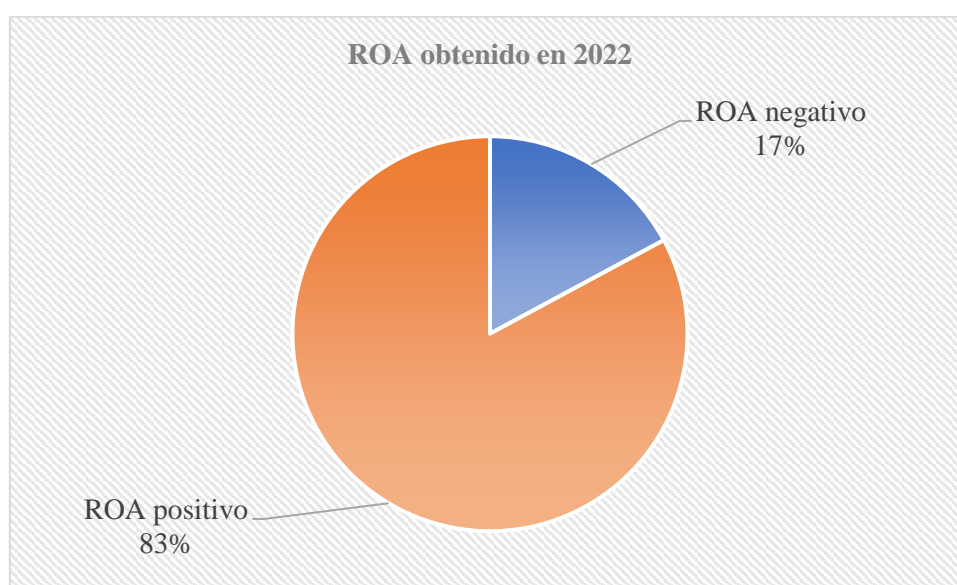


Figura 47 ROA obtenido en 2022

Nota, obtenida de los estados financieros de las empresas en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

Luego de haber realizado el análisis de cada uno de los indicadores de rentabilidad se puede decir que para 2020 aquellas empresas que registraron ingresos operacionales y costo de ventas tuvieron en promedio un margen de rentabilidad bruta del 42.46%, para quienes tuvieron costos mayores a sus ingresos el promedio fue de un margen de rentabilidad bruta negativo de -54.98%. Con respecto al margen de utilidad operativa estas empresas tuvieron un margen positivo del 4.04% y cuando sus gastos operativos fueron mayores a sus ingresos operacionales el promedio fue de -59.47%. Al hablar de margen neto para ese periodo fue del 3.59% y para quienes tuvieron pérdida en ese periodo el promedio de -47.26% y por último el rendimiento de los activos fue del 9.76% y -42.65%.

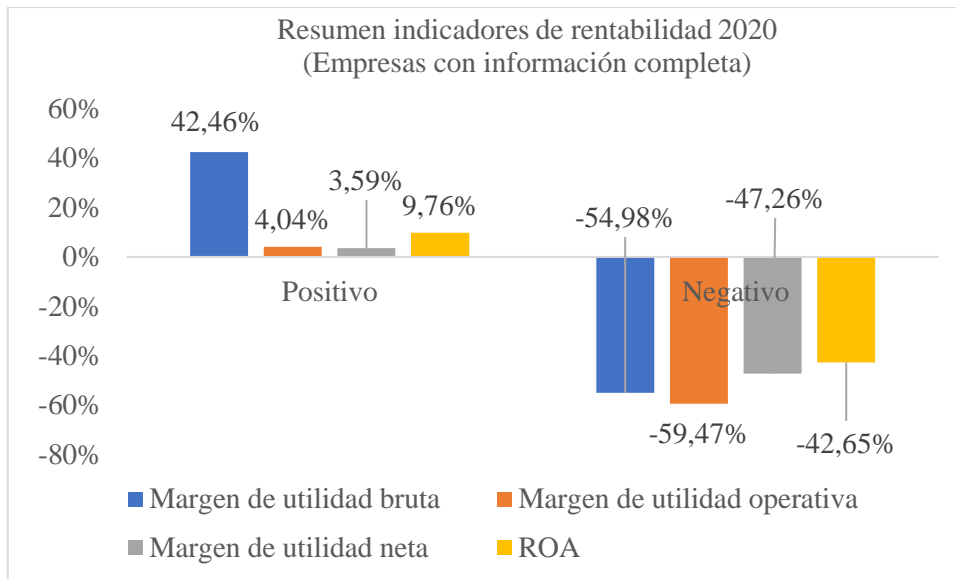


Figura 48 Resumen indicadores de rentabilidad 2020 (Empresas con información completa)

Nota, obtenida de los estados financieros de las empresas en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

En ese mismo periodo hubo empresas que no tuvieron costos de ventas, de estas el indicador de utilidad bruta no fue posible calcular, en cuanto al margen de utilidad operativa el promedio fue del 3.26% y -97.92%. Para los tres periodos examinados al momento de realizar el cálculo del margen de utilidad neta y el ROA este criterio no fue tomado en cuenta, se utilizó solo el resultado del ejercicio.

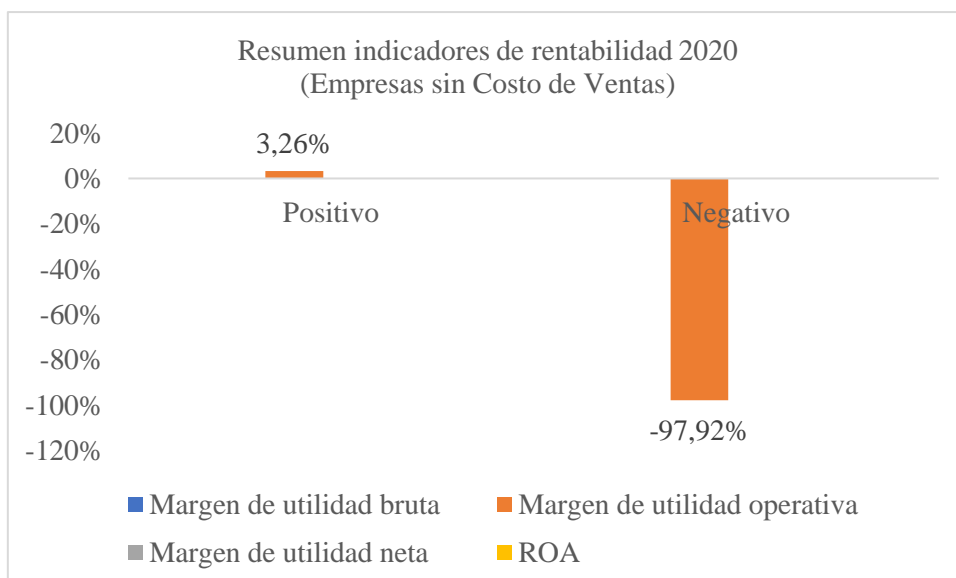


Figura 49 Resumen indicadores de rentabilidad 2020 (Empresas sin Costo de Ventas)

Nota, obtenida de los estados financieros de las empresas en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

Para 2021 el margen de utilidad bruta fue del 37.70% y -7.46% para aquellas empresas que tuvieron tanto ingresos operacionales como costo de ventas, el margen de utilidad bruta fue del 10.06% y -28.70%. Al hablar del indicador de utilidad neta se puede decir que fue 5.40% y -33.34% y el rendimiento de los activos fue de 7.31% y -45.98%.

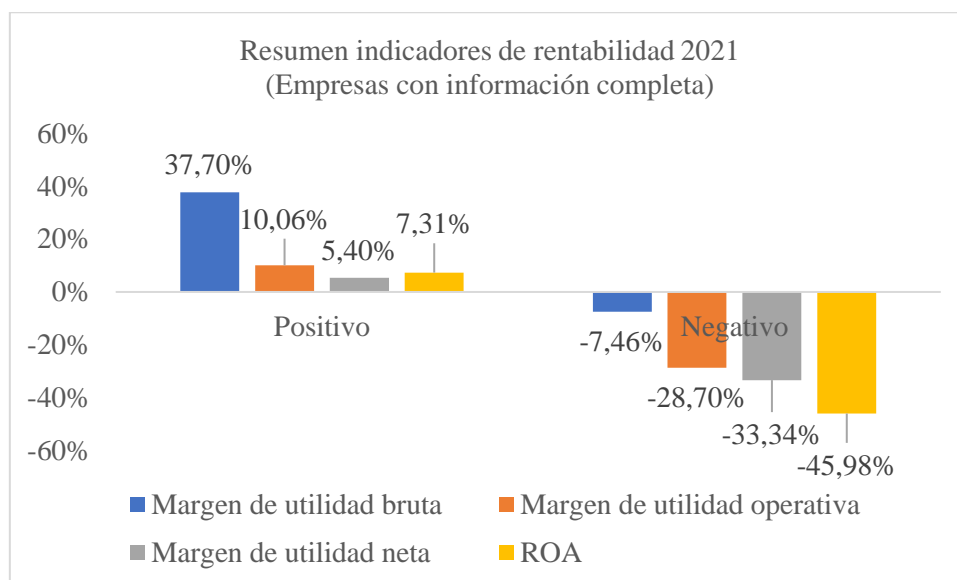


Figura 50 Resumen indicadores de rentabilidad 2021 (Empresas con información completa)

Nota, obtenida de los estados financieros de las empresas en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

De igual manera se calculó únicamente utilizando el criterio de empresas sin costo de ventas el margen de utilidad operativa que para 2021 fue 4.11% y -50.42%.

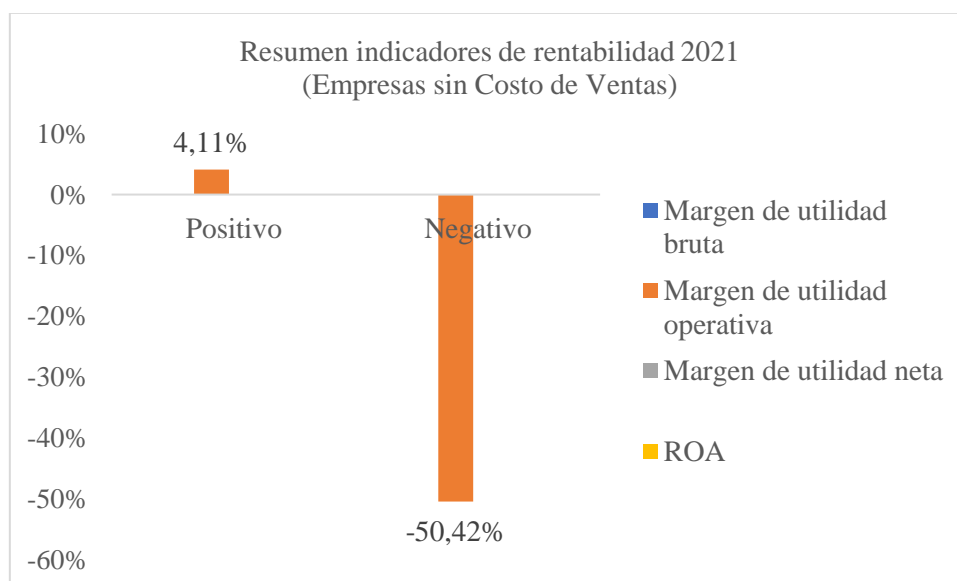


Figura 51 Resumen indicadores de rentabilidad 2021 (Empresas sin Costo de Ventas)

Nota, obtenida de los estados financieros de las empresas en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

En el último periodo analizado, 2022, el margen de utilidad bruta y operativa de resultado negativo no fue posible analizarlo debido a los resultados alterarían el promedio. Las empresas que tenían los datos financieros completos el margen de rentabilidad bruta en promedio fue de 38.95% y el cálculo de margen de utilidad operativa señaló que para ese año fue de 20.50%, luego se encuentra el indicador de utilidad neta donde el promedio fue de 4.84% y -9.90%. Por último, está el ROA con un 9.34% y 1-16%.

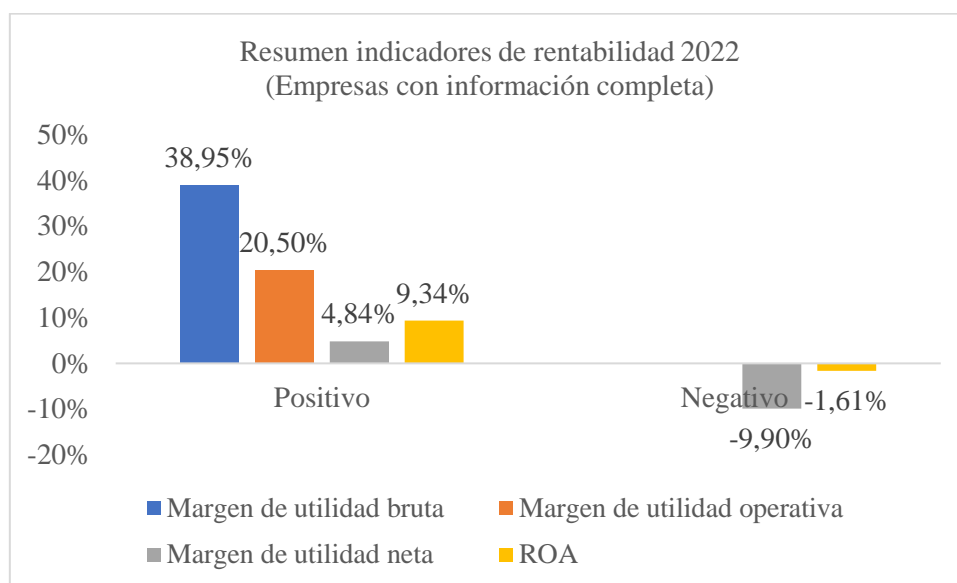


Figura 52 Resumen indicadores de rentabilidad 2022 (Empresas con información completa)

Nota, obtenida de los estados financieros de las empresas en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

En cuanto a las empresas que no tuvieron cotos de ventas el margen promedio para 2020 fue de 27.69%

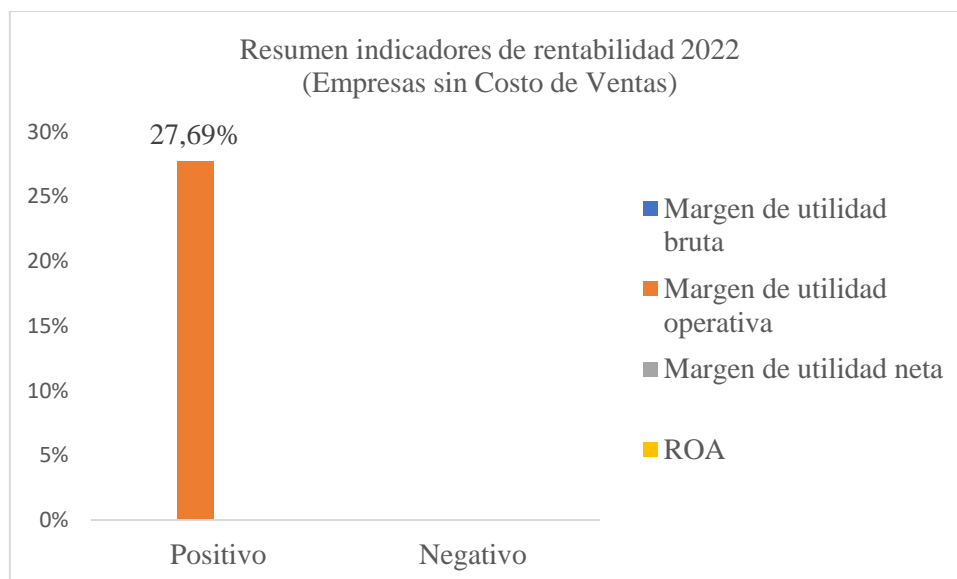


Figura 53 Resumen indicadores de rentabilidad 2022 (Empresas sin Costo de Ventas)

Nota, obtenida de los estados financieros de las empresas en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

3.4. Forma de presentación de los costos y gastos

La Norma Internacional de Contabilidad 1, que habla sobre la presentación de Estados Financieros indica que al momento de elaborar el estado de resultados es fundamental clasificar los datos de acuerdo con su naturaleza o función, para poder analizar este aspecto en mi primer se recopiló la información de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. Donde se pudo evidenciar que el formato de la presentación de la información financiera ha variado según el año de presentación. De acuerdo con las empresas de la muestra se puede decir que para el periodo 2022 las empresas subieron el Estado de Resultados Integral con el formato emitido por el ente de control y para los años 2021 y 2020 las empresas han subido el Formulario 101 “Declaración del impuesto a la renta y presentación de Información Financiera”.

Para el periodo 2020, donde las empresas han presentado la información financiera a través del Formulario 101, lo han hecho clasificando los costos y gastos de acuerdo con su naturaleza, debido a que el formato preestablecido de ese formulario. Luego procedimos a revisar las notas a los estados financieros que las empresas han emitido y se pudo corroborar que el 46% de estas elaboraron sus estados de resultados clasificando los datos de acuerdo con su naturaleza, esto debido a que lo mencionaban o adjuntaban el estado financiero elaborado por ellos. No así para el otro 54% de la muestra pues no indicaban la forma en que se clasificaron los datos ni se encontraba adjunto el estado de resultados emitido por ellos.

Para los años 2021 y 2022, las empresas subieron la información financiera de acuerdo con el formato de Estado de Resultado de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, que de igual manera clasifica los costos y gastos de acuerdo con su naturaleza. Esta información fue corroborada revisando las Notas a los Estados Financieros de cada una de las empresas, y nuevamente se encontró que para ambos periodos el 46% de la muestra menciona en sus notas o se puede notar que la información se ha clasificado de acuerdo con su naturaleza y del 54% restante no presenta esta información a través de las notas.

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Luego de haber finalizado el análisis de la información se puede concluir que:

- Las Notas a los Estados Financieros elaboradas por las empresas de servicios turísticos, no permiten a un tercero comprender la información que se encuentra en los Estados Financieros, no presentan detalles ni aclaraciones importantes como es por ejemplo el desglose de la conformación de costos y gastos que se presenta en el Estado de Resultados.
- A pesar de ser empresas que brindan servicios turísticos en su información financiera presentan otros ingresos operacionales por venta de bienes y exportaciones, y en ocasiones estos ingresos superan el ingreso por prestación de servicios.
- Los costos dentro de las empresas de servicios se encuentran mal presentados en su Estado de Resultados, ya que estas no diferencian cuales son costos por mano de obra, materiales y colocan todo dentro de los costos indirectos de fabricación.
- En el periodo examinado aquellas empresas que han presentado costos de ventas han tenido en gran parte un margen de utilidad bruta positivo, debido a que sus ingresos operacionales superaron sus costos.
- Durante los periodos más fuertes de pandemia, años 2020 y 2021, las empresas estaban teniendo gastos operativos mayores a sus ingresos operacionales, esto debido a que la actividad turística disminuyó por COVID y las empresas tenían que seguir manteniendo activas sus organizaciones.
- Como consecuencia de lo mencionado anteriormente para 2021 en su mayoría las empresas tuvieron un resultado negativo al final del ejercicio fiscal, para el siguiente periodo una parte de las empresas lograron recuperarse y tener una utilidad neta positiva y para el 2022 gran parte de ellas obtuvieron un resultado positivo.
- En cuanto a la inversión que se realiza en activos en las empresas de servicios turísticos, para los años 2020 y 2021 al calcular el ROA se puede observar que esta inversión no

fue compensada con el resultado del ejercicio, sin embargo, para el año 2022 dicha inversión se presenta apropiada.

- Dentro de los gastos operativos de las empresas existe un rubro denominado "otros" que no se ha podido establecer a que corresponde, a pesar de que de que en este rubro se presenta un valor importante.

Luego de terminar el análisis de este trabajo, se recomienda a las empresas del sector turístico:

- Elaborar las Notas a los Estados Financieros de forma explicativa y detallada para que pueda ser entendible para un usuario externo, añadir datos sobre los aspectos que se han tomado en cuenta para elaborar los documentos financieros, adjuntar evidencia necesaria para sustentar datos relevantes, desglosar información que en los estados financieros se encuentra consolidada.
- Revisar la distribución de los costos y gastos, debido al grado de dificultad que esto puede poseer por ser una empresa de servicios se recomienda apoyarse de un experto para lograr una asignación más precisa en cada uno de estos rubros y que se presente información confiable en el Estado de Resultados.
- Analizar de manera continua la información financiera de la empresa y realizar ajustes necesarios con la finalidad de que los Estados Financieros sean razonables.
- El ente regulador, Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, debe poner más énfasis en la revisión de los documentos que se suben a su portal para garantizar que la información que se está presentando esta correcta.

5. BIBLIOGRAFÍA

- Allianz. (2019). *Requisitos para que una empresa cotice en bolsa*. <https://www.allianz.es/blog/empresas/empresas-en-bolsa.html>
- Apuntes Turismo. (2014, September). *La Empresa Turística*. Blogspot. <https://apuntes-turismo.blogspot.com/2014/09/la-empresa-turistica.html>
- Brigham, E., y Ehrhardt, M. (2018). *Finanzas corporativas: enfoque central* (Primera edición). Cengage Learning.
- Castillo, K., y Tandazo, T. (2019). *Análisis regional del sector servicios en el Ecuador, 2007 - 2014*. 1–12.
- Chavez, J. (2022). *Ceupe Magazine*. Servicios Turísticos: Qué Son, Tipos e Importancia. <https://www.ceupe.com/blog/servicios-turisticos.html#:~:text=Los%20servicios%20tur%C3%ADsticos%20son%20el,%2C%20alimentaci%C3%B3n%20transporte%20y%20gu%C3%ADa>.
- Choy, E. (2012). *THE DILEMMA OF COSTS ON BUSINESS SERVICES*. 20, 7–14.
- Gomez, R., Hernandez, L., y Lifonzo, R. (2017). *Influencia de los Gastos en la Rentabilidad de la Empresa CORPORACIÓN TÉCNICA DE FLUIDOS S.A. ubicado en Cercado de Lima, Año 2016*. UNIVERSIDAD PERUANA DE LAS AMERICAS.
- Guada, J., y Altamirano, J. (2021). *Contabilidad Inicial*.
- Guajardo, G., y Andrade, N. (2014). *Contabilidad financiera*.
- Higo Inc. (2022, June 23). *Rentabilidad: ¿Qué es y para qué sirve?* <https://higo.io/glosario-contable/u/rentabilidad-que-es-y-para-que-sirve/>
- IASB. (2010). *El Marco Conceptual para la Información Financiera* (IFRS Foundation, Ed.).
- IASB. (2018). *NIC 1 Presentación de Estados Financieros*.
- Laporta, R. (2016). Costos y gestión empresarial incluye costos con ERP. In ECOE Ediciones (Ed.), *Costos y gestión empresarial incluye costos con ERP* (pp. 42–45).
- Morillo, M. (2001). Rentabilidad Financiera y Reducción de Costos. *Actualidad Contable FACES*, 4(4).
- Muñoz, A., Muñoz, R., Morales, B., & Ramírez, M. (2021). *Modelo de costos para empresas de servicios de contabilidad*. 36–49. <http://fcea-uatx.mx/publicaciones.html>,
- Orellana, P. (2020, May 1). *Economipedia*. Gastos No Operacionales. <https://economipedia.com/definiciones/gastos-no-operacionales.html>
- Ramírez, D. (2022). *CONTABILIDAD ADMINISTRATIVA*. 473–497.
- Requisitoshoy. (2021). *Conoce Los Requisitos Para Crear Una Operadora De Turismo En Ecuador*. <https://requisitoshoy.com/ecuador/requisitos-para-crear-una-operadora-de-turismo-en-ecuador/>

- Rivas, L., y Flores, S. (2018). Derecho societario: las compañías en el Ecuador. *Científico-Académica Multidisciplinaria*, 197–213. <http://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/424>
- Rovayo, G., y Kester, C. (2010). *Finanzas para directivos*.
- Sánchez, D., y Pachacama, L. (2023). Una mirada post pandemia del turismo comunitario y conocimientos ancestrales en el cantón Arajuno. *FIGEMPA: Investigación y Desarrollo*, 16(2), 130–142. <https://doi.org/10.29166/revfig.v16i2.4840>
- Santamaría, E., y López, S. (2019). Beneficio social de la actividad turística en Ecuador. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24, 417–434. <https://www.redalyc.org/journal/290/29059356007/html/>
- Soriano, E. (2016). *Los costos de servicios y la rentabilidad de la empresa Operadora Kajol & Lavan Travel Kajol & Lavan Cía. Ltda.* UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO.
- Superintendencia de Compañías, V. y S. (2023). *DIRECTORIO DE COMPAÑÍAS*. <https://mercadodevalores.supercias.gob.ec/reportes/directorioCompanias.jsf>
- Universidad Autónoma de Yucatán. (2018, February 3). *Gastos de operación*. Comunidades Digitales Para El Aprendizaje En Educación Superior. https://academica.uaslp.mx/oa/estadoreresultados/gastos_de_operacin.html
- Universidad Veracruzana. (2013). *CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS* <https://www.uv.mx/personal/alsalas/files/2013/02/CLASIFICACION-DE-LOS-COSTOS.pdf>
- Vera, C. (2023, August 2). *¿Qué es una micro, pequeña y mediana empresa?* <https://www.eluniverso.com/noticias/economia/que-es-una-micro-pequena-y-mediana-empresa-nota/>
- World Tourism Organization. (2008). *World Tourism Organization*. GLOSARIO DE TÉRMINOS DE TURISMO. <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- World Tourism Organization. (2010). *World Tourism Organization*. RECOMENDACIONES SOBRE EL MARCO CONCEPTUAL. https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesf/seriesf_80rev1s.pdf