

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
SEDE MATRIZ**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

**TRABAJO DE INTEGRACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIATURA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**ANÁLISIS DE LOS COSTOS, GASTOS Y RENTABILIDAD PARA EL SECTOR
SERVICIOS TURÍSTICOS, CÓDIGOS CIU N7912 Y N7990.01 PARA LOS AÑOS
2020 AL 2022**

ERIKA REYES

DIRECTORA: MBA. MARIA VERÓNICA APOLO

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: ADMINISTRACIÓN EFCIENTE 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**

DICIEMBRE 2023

DOCENTE DIRECTOR:

MBA. Verónica Apolo

DOCENTE LECTOR:

Mgtr. Galo Sánchez

DEDICATORIA

Con profundo aprecio, dedico este trabajo a mi instante infinito y a todas las personas cuya presencia posee un espacio único y significativo en mi corazón. Su influencia, ha sido esencial en mi desarrollo personal y académico.

AGRADECIMIENTOS

Quisiera expresar mi profundo agradecimiento a todas las personas que han contribuido de manera significativa a la realización de esta tesis y culminación de mi carrera.

En primer lugar, quiero empezar agradeciendo a Dios, por brindarme la oportunidad de llegar hasta este punto, por ser la fuente de fortaleza, vida y sabiduría que me ha permitido perseverar y alcanzar una de las metas que me propuse. Aunque en ocasiones no comprendía por qué sucedían ciertas cosas, he llegado a entender que todo forma parte de un plan mayor, meticulosamente trazado y destinado a un propósito más elevado.

A mis padres Silvia y Roberto, por ser los pilares fundamentales en mi crecimiento, tanto personal como profesional. Su presencia constante en cada uno de los momentos ha sido una fuente inagotable de fortaleza y alegría. La libertad que me han otorgado para experimentar la vida ha sido un regalo invaluable. Nunca han cortado mis alas, sino que me han alentado a volar alto y a aprender de cada experiencia. Incluso cuando he tropezado y caído, ustedes han estado ahí para levantarme, brindándome consuelo y aliento. Su presencia ha sido mi mayor fortaleza, y me siento afortunada por tener padres tan increíbles.

A mis abuelitos Blanca y Luis, por la inmensa bondad y apoyo que siempre han brindado. Sus palabras de aliento y su constante "estoy orgulloso de ti" han sido faros de luz en mi camino, impulsándome a seguir adelante en cada desafío. El simple gesto de asomarse a mi habitación y preguntarme "¿cómo te va?" ha significado más de lo que las palabras pueden expresar. Jamás podré pagarles completamente todo lo que han hecho por mí, pero quiero que sepan que su influencia positiva en mi vida es un regalo que aprecio más de lo que las palabras pueden expresar.

A mis hermanos de sangre Hernán y Tania, por ser más que simples hermanos: ustedes son mis cómplices en la diversión y mi apoyo incondicional en los momentos de estrés. Son mucho más que un equipo; son los compañeros de vida que hacen de cada día una aventura compartida. En nuestro vínculo, descubro la verdad de que el amor puede superar cualquier adversidad. Cada abrazo, beso, palabra de aliento o mensaje es un recordatorio de esta verdad. Somos tres hilos trenzados fuertemente, una unión que perdurará para siempre.

A mis hermanos de vida Samantha y Milton, por ser los cómplices más excepcionales en esta vida. Aunque no compartimos lazos sanguíneos, los considero mi familia elegida, una conexión que va más allá de la sangre. Agradezco profundamente por siempre estar presentes, por ser ese refugio de confianza donde puedo ser completamente auténtica. Su constante atención y apoyo incondicional han creado un espacio donde sé que puedo contar con ustedes, sin importar la distancia que nos separe físicamente.

A mi tía y su esposo, Jenny y Darwin, por ser esas personas donde su presencia irradia alegría en cada visita. La energía positiva y contagiosa que traen consigo ha iluminado innumerables momentos y ha convertido cada encuentro en una celebración. A mi tía, en especial, le agradezco por ser un ejemplo inspirador de perseverancia y lucha. Su determinación y fuerza son fuentes constantes de motivación para mí, recordándome que el esfuerzo y la dedicación son el camino hacia la realización de nuestros sueños. Su vida es testimonio de que, con tenacidad, los sueños pueden convertirse en realidad.

A mi Benji, mi perrhijo, aunque sé que no comprendes completamente el impacto que has tenido en mi vida. Tu llegada no solo ha llenado mi hogar de alegría y colores, sino que también ha traído consigo una sanación silenciosa y una motivación constante para ser una mejor persona cada día. Hace ya cuatro años que entraste en mi vida, y desde entonces, has sido testigo de cada momento de desvelo, en especial durante las largas horas dedicadas a la tesis. Tu compañía incondicional ha sido mi consuelo, y tu presencia ha iluminado incluso las noches más oscuras. Agradezco por cada lamida de aliento, por cada mirada comprensiva y por el amor puro e incondicional que entregas sin reservas. Eres más que una mascota; eres mi confidente, mi motivación y mi amigo leal.

A mis amigos de carrera, porque cuando rememore mis días universitarios, lo haré con el recuerdo de momentos preciosos. Estos recuerdos van más allá de las risas y momentos de diversión, sino también los desafíos y el estrés intenso que compartimos. En medio de las presiones académicas y las incertidumbres, sus amistades han sido un ancla constante.

A mi tutora de tesis, MBA. Verónica Apolo, por ser una guía invaluable durante todo este proceso académico. Su disposición constante para ofrecer apoyo y aclarar dudas ha sido esencial para el desarrollo de mi trabajo. Sin su orientación experta y su constante reconocimiento del esfuerzo y el trabajo bien hecho, no estaría celebrando este logro hoy.

Aprecio enormemente su compromiso y dedicación a mi crecimiento académico, y reconozco la importancia de contar con una mentora tan competente y motivadora como usted.

A todos los distinguidos profesores que compartieron su sabiduría en las aulas, por la inestimable contribución que han hecho a mi formación, no solo como profesional, sino también como persona. Cada uno de ustedes ha dejado una huella imborrable, brindándome valiosas lecciones que llevaré conmigo a lo largo de toda mi vida. En especial, deseo agradecer a la Mgtr. Janneth Cando y al Mgtr. Jorge Altamirano. Su dedicación para explotar mi potencial y llevarme más allá de mis límites ha sido transformadora. Reconocían mis capacidades y, con su exigencia, me instaron a superar desafíos que no sabía que podía superar. Más allá de las lecciones académicas, agradezco profundamente las enseñanzas personales que me han proporcionado y que se convertirán en parte integral de mi desarrollo.

Finalmente, deseo expresar mi agradecimiento a todas las personas que, de una manera u otra, me brindaron su apoyo para seguir adelante.

INDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO	9
ABSTRACT.....	10
INTRODUCCIÓN	11
1. MARCO TEÓRICO	13
1.1 Definiciones preliminares relacionadas con los costos, gastos y rentabilidad.	13
1.1.1 Costos.....	13
1.1.2 Gastos.....	16
1.1.3 Rentabilidad	18
1.2 Empresas de servicio y costos relacionados.	20
1.2.1 Clasificación de los costos	23
1.2.2 Cálculo de la rentabilidad.....	24
1.3 Relación de costos gastos y rentabilidad	26
2. ESTUDIO DEL SECTOR TURÍSTICO.....	28
2.1 Características del sector turístico	28
2.2 Análisis de las empresas de servicios turísticos de los códigos CIU N7912 Y N7990.01	30
2.3 Determinación de la muestra	37
3. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.....	44
3.1 Revisión de la presentación de costos y gastos.....	70
3.2 Análisis de la composición del costo de ventas	44
3.3 Análisis de la composición de los gastos.....	47
3.4 Análisis de la rentabilidad	50
CONCLUSIONES.....	72
RECOMENDACIONES.....	74
BIBLIOGRAFIA.....	75

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Empresas del código CIIUU N7912.00 por tamaño.	32
Tabla 2. Empresas del código CIIUU N7912.00 por ubicación.....	33
Tabla 3. Empresas del código CIIUU N7912.00 por tipo de compañías.	34
Tabla 4. Empresas del código CIIUU N7990.01 por su tamaño.	35
Tabla 5. Empresas del código CIIUU N7990.01 por su ubicación.	36
Tabla 6. Empresas del código CIIUU N7990.01 por tipo de compañía.....	37
Tabla 7. Microempresas del código CIIUU N7912.00 clasificadas por ingresos.	38
Tabla 8. Empresas del código CIIUU N7912.00 por Estados Financieros presentados.	39
Tabla 9. Empresas del código CIIUU N7912.00 para la muestra.	40
Tabla 10. Microempresas del código CIIUU N7990.01 clasificadas por ingresos.	41
Tabla 11. Microempresas del código CIIUU N7912.00 por Estados Financieros presentados.	42
Tabla 12. Microempresas para la muestra final.	43
Tabla 13. Análisis Comparativo de Gastos en los Años 2020, 2021 y 2022.	50
Tabla 14. Empresas que presentan la información completa para el cálculo de margen bruto 2020.	52
Tabla 15. Empresas que presentan la información completa para el cálculo de margen operativo 2020.....	53
Tabla 16. Empresas que presentan la información completa para el cálculo de margen neto 2020.	54
Tabla 17. Empresas que presentan la información completa para el cálculo de ROE 2020.	55
Tabla 18. Empresas que presentan la información completa para el cálculo de margen bruto 2021.	56
Tabla 19. Empresas que presentan la información completa para el cálculo de margen operativo 2021.....	58
Tabla 20. Empresas que presentan la información completa para el cálculo de margen neto 2021.	59
Tabla 21. Empresas que presentan la información completa para el cálculo de ROE 2021.	61
Tabla 22. Empresas que presentan la información completa para el cálculo del margen bruto 2022.	63
Tabla 23. Empresas que presentan la información completa para el cálculo del margen operativo 2022.....	65
Tabla 24. Empresas que presentan la información completa para el cálculo del margen neto 2022.....	67
Tabla 25. Empresas que presentan la información completa para el cálculo del ROE 2022.	69
Tabla 26. Resultados de rentabilidad para los tres años examinados.....	70

RESUMEN EJECUTIVO

En este análisis, resalta la práctica común en las empresas del sector turístico de divulgar sus costos, gastos y rentabilidad en el estado de resultados, con el propósito de evaluar con precisión su desempeño a lo largo de los años 2020, 2021 y 2022. Este periodo coincide con la pandemia de COVID-19, que dejó un impacto significativo en la industria turística a nivel global. La evaluación detallada de la estructura de costos, gastos y rentabilidad durante estos años proporcionará una comprensión más profunda de cómo la pandemia afectó las operaciones y finanzas de las empresas turísticas.

Para llevar a cabo este estudio, se realizó una revisión exhaustiva para establecer la información que las empresas debían presentar y la manera en que debían proceder con respecto a la presentación de los "Estados Financieros", específicamente el Estado de Resultados. Este documento indicaba el desglose objeto del análisis: los costos, gastos y rentabilidad, utilizando información recopilada de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.

Durante el análisis, se identificaron varios valores inconclusos en las declaraciones de estos estados financieros. Estos valores carecían de información clara o no se presentaban de la manera correcta. Además, se observaron declaraciones de valores asociados a costos, gastos y rentabilidad que no contaban con una definición precisa. Este hallazgo resalta la necesidad de abordar la calidad y claridad de la información financiera proporcionada por las empresas del sector turístico, aspecto fundamental para una evaluación precisa y la toma de decisiones informadas.

Palabras claves: Estados financieros, costos, gastos, rentabilidad, COVID19, servicios turísticos.

ABSTRACT

In this analysis, it highlights the common practice of tourism companies to disclose their costs, expenses and profitability in the income statement, in order to accurately assess their performance over the years 2020, 2021 and 2022. This period coincides with the COVID-19 pandemic, which left a significant impact on the tourism industry globally. Detailed assessment of the cost structure, expenses and profitability during these years will provide a deeper understanding of how the pandemic affected the operations and finances of tourism businesses.

In order to carry out this study, an exhaustive review was conducted to establish the information that the companies should present and the manner in which they should proceed with respect to the presentation of the "Financial Statements", specifically the Income Statement. This document indicated the breakdown under analysis: costs, expenses and profitability, using information gathered from the Superintendence of Companies, Securities and Insurance.

During the analysis, several inconclusive values were identified in these financial statement disclosures. These values lacked clear information or were not presented in the correct manner. In addition, value disclosures associated with costs, expenses and profitability were observed that lacked a precise definition. This finding highlights the need to address the quality and clarity of the financial information provided by companies in the tourism sector, which is essential for accurate evaluation and informed decision making.

Key words: Financial statements, costs, expenses, profitability, COVID19, tourism services.

INTRODUCCIÓN

Las empresas del sector turístico revelan sus costos, gastos y rentabilidad en el estado de resultados, con el propósito de evaluar con precisión su desempeño a lo largo de los años 2020, 2021 y 2022. La distribución adecuada de costos y gastos en las empresas de servicios se vuelve crucial para exhibir una rentabilidad apropiada.

La asignación inadecuada de costos y gastos entre diversas áreas operativas y funciones puede dar lugar a decisiones empresariales erróneas basadas en información financiera distorsionada, impactando negativamente la eficiencia, la asignación de recursos y la toma de decisiones estratégicas. Por ende, esta problemática emerge como un obstáculo para la gestión efectiva y la toma de decisiones informadas en las empresas de servicios.

Es crucial analizar la estructura de costos, gastos y rentabilidad en las empresas de servicios turísticos durante el periodo de 2020 a 2022. Este periodo coincide con la pandemia de COVID-19, que influyó significativamente en la industria turística a nivel mundial. El análisis durante este tiempo permitirá comprender cómo la pandemia afectó las operaciones y finanzas de las empresas turísticas.

El presente estudio se fundamenta en una metodología descriptiva que resalta su importancia al abordar la necesidad de comprender a fondo la manera en que las empresas de servicios turísticos enfrentan desafíos financieros y operativos. A través de este enfoque, se persigue brindar una representación precisa de las prácticas y estrategias adoptadas por dichas empresas, con el fin de ofrecer una visión integral de las soluciones implementadas. El objetivo principal es analizar la estructura de costos, gastos y rentabilidad en las empresas de servicios turísticos durante el periodo comprendido entre los años 2020 y 2022.

Examinar los costos, gastos y rentabilidad de los servicios turísticos durante el periodo comprendido entre 2020 y 2022 se erige como una tarea esencial para captar de manera integral cómo la industria turística afrontó y se adaptó a los desafíos extraordinarios provocados por la pandemia. Este análisis no solo arroja luz sobre las estrategias implementadas en respuesta a circunstancias excepcionales, sino que también suministra información invaluable para la toma de decisiones futuras y la preservación de la

sostenibilidad empresarial, especialmente considerando el constante cambio del entorno económico en el que nos desenvolvemos.

Se constató que algunas empresas concentraron sus costos en una sola categoría, mientras que otras diversificaron su distribución, subrayando la importancia de comprender las particularidades de cada negocio para una gestión financiera efectiva. En el caso de las treinta y cinco microempresas analizadas, se resaltó la relevancia de la transparencia y estrategias adaptativas. Aquellas con márgenes negativos deben abordar ineficiencias, mientras que las eficientes tienen la oportunidad de fortalecer su rentabilidad. La gestión financiera proactiva se presenta como clave para el crecimiento y la sostenibilidad. Se recomienda a la Superintendencia de Compañías llevar a cabo auditorías aleatorias para asegurar la correcta presentación de los Estados Financieros y la clasificación de valores. Este enfoque fortalecerá la transparencia y calidad de la información financiera presentada por las entidades bajo su supervisión.

1. MARCO TEÓRICO

1.1 Definiciones preliminares relacionadas con los costos, gastos y rentabilidad.

Cuando se mencionan los costos, generalmente se suele asociar este concepto con la industria o los gastos relacionados a la producción y distribución de productos tangibles. No obstante, es importante reconocer que en el ámbito de los servicios también surgen costos que deben ser evaluados minuciosamente. Estos costos, aunque de naturaleza diferente, deben ser examinados para generar un informe preciso sobre las ganancias netas generadas por una empresa que se dedica a brindar servicios (Hurtado et al., 2018).

Este fragmento resalta la importancia de asignar los costos de manera precisa y cómo esto afecta el valor de los elementos de costo en una organización. Además, destaca cómo esta asignación influye en el rendimiento de los recursos disponibles y, en última instancia, en el aumento de la rentabilidad. Se menciona que la correcta determinación de costos impacta significativamente en la rentabilidad de las empresas, ya que contribuye a elevar su productividad. Se recalca que la asignación precisa de costos tiene un efecto crucial en la valoración de los elementos de costo, el rendimiento de los recursos y la rentabilidad general de las empresas (Soriano, 2016).

La identificación de los costos asociados con la provisión de servicios regulares requiere una técnica y un procedimiento específicos. Esto implica considerar todos los costos, como los relacionados con el personal, los insumos y otros recursos utilizados para ofrecer dicho servicio. Es importante destacar que estos servicios son intangibles y se consumen de inmediato. La característica clave de estos servicios es que su consumo es inmediato, lo que generalmente implica la participación del cliente en el proceso de transformación. Esto conduce a una demanda significativa de mano de obra directa por parte de la empresa que presta el servicio (Choy, 2012).

1.1.1 Costos

La noción de costos constituye uno de los elementos fundamentales en la planificación, el monitoreo y la toma de decisiones, y, al mismo tiempo, es una idea que puede tener varias interpretaciones. Por lo tanto, es esencial contar con una definición precisa que refleje su auténtico significado. En otras palabras, un costo implica un sacrificio presente con la esperanza de obtener un beneficio en el futuro. Todo costo debe estar relacionado con un

beneficio futuro para quien lo incurre; de lo contrario, carece de sentido y se debe buscar su eliminación.

Dependiendo del momento en que se obtiene el beneficio derivado de un costo, estos pueden ser clasificados en tres categorías distintas: Costo-activo: Se refiere a un costo en el cual se incurre y que tiene el potencial de generar ingresos en un período que trasciende el ámbito contable. Costo-gasto: Constituye la porción de un activo o el desembolso de efectivo que ha contribuido al esfuerzo productivo de un período en particular y que, al compararse con los ingresos que ha generado, determina la utilidad obtenida. Costo-pérdida: Se trata de la suma de erogaciones realizadas que, lamentablemente, no ha generado los ingresos anticipados, lo que resulta en la falta de ingresos con los cuales comparar el esfuerzo o sacrificio económico realizado (Ramírez, 2019).

El término "costo" se emplea de manera indiscriminada para describir cualquiera de las tres situaciones mencionadas. No obstante, en un sentido más amplio, se utiliza con mayor frecuencia la palabra "costo" para referirse a los desembolsos relacionados con la producción, como la materia prima, la mano de obra y los gastos indirectos de fabricación. En contraste, el término "gasto" se asocia con los gastos vinculados a las actividades de administración, ventas y financiamiento, incluyendo los intereses (Ramírez, 2019).

Un aspecto relevante al analizar la estructura de costos, es decir, la combinación de costos de producción, costos de operación, gastos financieros, etc., de una empresa, es comprender la naturaleza de su negocio. Esto se debe a que la estructura de costos varía en función del tipo de actividad que realiza la empresa (Ramírez, 2019).

De acuerdo con (Choy, 2012) los costos puede ser costos directos son aquellos que se pueden asociar directamente a una unidad de manera específica y costos indirectos los que no pueden ser atribuidos de manera específica a una unidad.

Costos operacionales se refieren a los costos en los que un sistema previamente instalado o adquirido incurre a lo largo de su vida útil con el propósito de llevar a cabo las actividades de producción. Esto engloba los costos requeridos para el mantenimiento adecuado del sistema(Choy, 2012).

Dentro de los costos de operación, hay diferentes categorías importantes que las empresas de servicios consideran. Los costos que están directamente relacionados con la prestación del servicio en sí mismo se consideran parte de los costos, mientras que los que están vinculados

a otras áreas de la empresa se clasifican como gastos. En otras palabras, los costos son los valores específicos que están relacionados con la entrega del servicio, mientras que los gastos son los que se relacionan con las actividades generales de la empresa fuera de la prestación del servicio como, por ejemplo:

- Gastos técnicos y administrativos: Son relacionados con la organización ejecutiva, técnica y administrativa de una empresa. Incluyen roles como jefes de compras, personal de almacén, mecánicos, vigilantes, diseñadores, asistentes, personal de limpieza, y trabajadores de envío, entre otros (Choy, 2012).
- Alquileres y/o depreciaciones: Corresponden a los desembolsos relacionados con activos muebles e inmuebles, así como servicios esenciales para el adecuado funcionamiento de las tareas ejecutivas, técnicas y administrativas de una empresa (Choy, 2012).
- Obligaciones y seguros: Se refieren que son necesarios para el funcionamiento de la empresa y que ayudan a mitigar los riesgos a través de pólizas de seguros para evitar una pérdida súbita de capital debido a incidentes (Choy, 2012).
- Capacitación y Promoción: Cada empleado tiene el derecho a mejorar sus habilidades a través de la capacitación, y creemos que a medida que lo hagan, la empresa experimentará un aumento en su productividad, posiblemente incluso en mayor medida. (Choy, 2012).

La determinación de los costos en las empresas de servicios se vuelve variada debido a que los métodos de cálculo están condicionados por el tipo de actividad, y los servicios mismos presentan una amplia diversidad. Calcular los costos en las empresas de servicios se convierte en un proceso más complejo y diverso, ya que los procedimientos de cálculo dependen del tipo de actividad y los servicios en sí mismos exhiben una gran variedad (Choy, 2012).

La contabilidad de costos es una herramienta esencial para determinar el valor con la prestación de un servicio o la fabricación de un producto. A través del registro preciso de los costos, se pueden analizar cifras, presupuestos, estimaciones y los resultados de la producción durante un período específico. Aspectos como los gastos, los costos directos o indirectos, así como el informe de costos, revisten gran importancia para la dirección, ya que les permite evaluar la rentabilidad de su inversión y si están logrando los objetivos

establecidos para el período. En el contexto de la industria hotelera, los costos están relacionados con la forma en que se clasifican los gastos, cuándo se incurren y los departamentos involucrados en la prestación del servicio (Hurtado et al., 2018).

Un registro contable preciso de los costos asociados con cada servicio proporcionado por las empresas les permite evaluar cómo cada servicio influye directamente en su rentabilidad. Mediante una contabilización adecuada de los costos, es posible obtener datos sobre el costo por unidad de producción de un servicio, según su categorización. Es fundamental, ya que, a través del seguimiento contable de los costos, se puede gestionar los componentes de los gastos y tener información precisa sobre la rentabilidad durante un período determinado (Hurtado et al., 2018).

1.1.2 Gastos

El gasto se refiere al desembolso de dinero destinado a la adquisición de bienes y servicios, ya sea para satisfacer necesidades personales o para operaciones empresariales u organizativas. Estos gastos son esenciales para asegurar la continuidad de la empresa y engloban una amplia gama de ámbitos, incluyendo la infraestructura, la gestión, la promoción, la contabilidad, el alquiler de instalaciones y otros elementos cruciales para su funcionamiento. Es esencial tener en mente que el gasto debe contar con una fuente de financiamiento, que puede ser ingresos, ahorros o incluso préstamos. Por lo tanto, resulta crucial gestionar y planificar adecuadamente los gastos para evitar caer en endeudamientos excesivos o enfrentar dificultades financieras (Coll, 2023).

Este concepto plantea que el gasto se refiere a un desembolso de recursos que ha proporcionado un beneficio pero que ha perdido su utilidad desde una perspectiva beneficiosa. En otras palabras, los gastos representan las erogaciones en que se han incurrido para obtener ingresos, es decir, beneficios (Sánchez, 2009).

En el ámbito contable, la palabra "gasto" se asocia principalmente a los departamentos administrativos y de ventas, dando como resultado términos como "gastos administrativos" y "gastos de ventas". Estos gastos contribuyen de manera indirecta a la generación de ingresos en el Estado de Resultados (Sánchez, 2009).

Según (Coca, 2022) los gastos se clasifican en las siguientes categorías:

- **Gastos Fijos:** Los gastos fijos se caracterizan por ser esenciales y predecibles, repitiéndose regularmente sin importar las variaciones en la producción o ventas de

tu negocio. Cuando se explora con más detalle la descripción de los gastos fijos, las empresas destacan rasgos principales: se presentan de manera regular, son ineludibles y representan una porción significativa del presupuesto.

- Gastos Variables: La categoría de gastos variables es altamente fluctuante, ya que no son constantes y, en algunos casos, se pueden evitar por completo. Existen gastos variables que son inevitables. El desafío que presentan estos gastos radica en su variabilidad a lo largo del tiempo, lo que dificulta la precisión en la determinación de las cantidades exactas. No obstante, esta naturaleza cambiante los hace más susceptibles de reducirse e incluso eliminarlos, aunque con ciertas consideraciones. Generalmente, son los primeros gastos que las personas recortan en tiempos de crisis financiera o cuando los ingresos son escasos. Sin embargo, a largo plazo, resulta complicado prescindir de ciertos pagos, como los relacionados con la salud, seguros, o en caso necesario, las cuotas de créditos variables.

Una organización proporcionará una descomposición de los gastos registrados en sus resultados, utilizando una categorización según su naturaleza o su función dentro de la organización, con el fin de ofrecer información confiable y de mayor pertinencia. Los gastos se dividen en subcategorías para resaltar los elementos del desempeño económico que pueden variar en cuanto a frecuencia, potencial de ganancia o pérdida, y capacidad de predicción. Esta desagregación se presenta en una de las dos maneras que se explican a continuación:

La primera modalidad de desglose corresponde al enfoque basado en la "naturaleza de los gastos". En este método, una entidad categorizará los gastos en sus estados financieros según su característica intrínseca (como depreciación, adquisiciones de materiales, gastos de transporte, beneficios para empleados y gastos de publicidad), sin redistribuirlos de acuerdo con las distintas funciones llevadas a cabo en la entidad. Este enfoque se caracteriza por su sencillez de aplicación, ya que no requiere la redistribución de los gastos en categorías funcionales (IFRS Foundation, 2001).

A continuación, se proporciona un ejemplo de clasificación que utiliza el método basado en la naturaleza de los gastos:

- Gastos por beneficios a los empleados
- Gastos por depreciación y amortización
- Otros gastos

La segunda modalidad de desglose corresponde al enfoque basado en la "función de los gastos", el cual categoriza los gastos según la función que desempeñan. En este método, al menos una entidad deberá desglosar sus gastos de ventas de manera separada de otros gastos. Un ejemplo de clasificación utilizando el método de gastos por función: Gastos de administración (IFRS Foundation, 2001).

Una organización que opte por la clasificación de gastos según su función proporcionará información adicional sobre la esencia de estos gastos, detallando elementos como los gastos por depreciación y amortización, así como los costos relacionados con los beneficios para los empleados (IFRS Foundation, 2001).

La elección entre el método de la naturaleza de los gastos y el método de la función de los gastos dependerá de diversos factores, incluyendo la historia de la entidad, la industria en la que opera y la propia naturaleza de la entidad. Ambos métodos ofrecen una indicación de los costos que pueden estar relacionados, de manera directa o indirecta, con el nivel de ventas o producción de la entidad. Dado que cada enfoque de presentación tiene ventajas particulares según el tipo de entidad, esta Norma exige que la dirección seleccione el método de presentación que sea confiable y más relevante para su situación específica. No obstante, debido a que la información sobre la naturaleza de los gastos resulta útil para pronosticar los flujos de efectivo futuros, se requiere la divulgación de información adicional cuando se utiliza la clasificación de gastos por función (IFRS Foundation, 2001).

1.1.3 Rentabilidad

Según (Morillo, 2001) “La rentabilidad es una medida relativa de las utilidades, es la comparación de las utilidades netas obtenidas en la empresa con las ventas, con la inversión realizada, y con los fondos aportados por sus propietarios (rentabilidad financiera o del propietario)”.

La rentabilidad es la aptitud de una empresa para generar ganancias, lo cual se manifiesta en los resultados obtenidos. A través del análisis de la rentabilidad, se evalúa principalmente la eficacia de los líderes y gestores de la organización, ya que recae en ellos la responsabilidad de su dirección (Soriano, 2016).

Según lo mencionado por (Soriano, 2016) este análisis proporciona la siguiente información:

- La capacidad del activo fijo para generar suficientes bienes o servicios que respalden la inversión realizada.

- Si las ganancias obtenidas son proporcionales al capital invertido en el negocio.
- Si los resultados de ventas son satisfactorios.
- Los rendimientos derivados de los recursos empleados, tanto propios como ajenos.

Además, el análisis de la rentabilidad también posibilita evaluar la eficacia global de la gestión de la empresa. Es importante destacar que, al analizar las cifras financieras de un negocio, con el fin de que este análisis sea realmente valioso y proporcione una evaluación sólida, debe ser integral. Esto se debe a que una empresa podría tener una baja liquidez, pero al mismo tiempo mostrar condiciones de estabilidad y rentabilidad muy favorables (Soriano, 2016).

La rentabilidad refleja la capacidad de una entidad para generar y retener ganancias en un período dado. La rentabilidad económica mide la capacidad de los activos para generar valor independientemente de su financiamiento. Por otro lado, la rentabilidad financiera evalúa el rendimiento de los fondos propios y refleja los logros de la empresa. El apalancamiento financiero se refiere a cómo el uso de deuda en la estructura financiera afecta la rentabilidad de los fondos propios, considerando una rentabilidad económica determinada (Soriano, 2016).

Según (Merchán, 2015) existen varios tipos de rentabilidad que están relacionadas con la utilidad de las empresas las cuales son las siguientes:

- Rentabilidad neta sobre las ventas: Se calcula a partir de la comparación entre las ganancias netas y el total de ingresos por ventas. Puede mejorarse aumentando el costo de los productos o reduciendo sus gastos.
- Rentabilidad del patrimonio: También denominada rentabilidad de los accionistas o rentabilidad financiera evalúa la capacidad de la empresa para retribuir a sus propietarios. Se calcula mediante la comparación de la utilidad neta con el patrimonio total. Comúnmente, en la literatura financiera, se representa este indicador como ROE, que proviene de su nombre en inglés: *Return of Equity* (Merchán, 2015).
- La Rentabilidad sobre los activos o también conocida como ROA, también llamada rentabilidad económica, evalúa la capacidad de retribuir a todos los activos invertidos en la empresa. Además, es una medida que indica cuán efectiva es la gestión en la generación de ganancias con los activos disponibles. Este indicador puede ser comparado con el costo de financiamiento de los recursos que respaldan la inversión,

con el objetivo de asegurar que la rentabilidad sea superior a este costo, que se manifiesta a través de intereses y dividendos. Su cálculo se basa en la relación entre la utilidad neta y el total de activos (Merchán, 2015).

Los indicadores más comúnmente empleados para analizar las decisiones de inversión son el valor actual neto (VAN) y la tasa interna de retorno (TIR).

El valor actual neto (VAN) es un método para analizar las inversiones y su potencial de ganancias en el futuro. Implica traer al presente los ingresos y gastos futuros y reducirlos mediante un porcentaje de interés específico (Banco de Negocios, 2020).

La tasa interna de retorno (TIR) representa la rentabilidad económica del proyecto. Se calcula considerando que es la tasa de descuento que hace que el valor presente neto sea igual a cero. En otras palabras, es la tasa anual de rendimiento compuesto que se obtendrá al invertir en el proyecto y recibir sus flujos de efectivo (Merchán, 2015).

1.2 Empresas de servicio y costos relacionados.

Una empresa de servicios se dedica a llevar a cabo una serie de actividades para proporcionar un servicio. A diferencia de las empresas manufactureras, las empresas de servicios no transforman materiales, sino que satisfacen las necesidades de los clientes mediante la realización de actividades específicas (Ramírez, 2019).

En el caso de las empresas de servicios, la estructura de costos puede variar significativamente. Estas empresas deben adaptar sus sistemas de presupuesto, así como sus sistemas de control y evaluación de desempeño, de acuerdo con las particularidades de cada empresa en particular. Es importante destacar que el servicio que ofrecen no es un producto inventariable, ya que se utiliza o se consume en el momento en que se proporciona. Algunos servicios pueden generar un informe final de entrega, mientras que otros simplemente se brindan y se consumen sin dejar un rastro físico tangible (Ramírez, 2019).

Según (Ramírez, 2019) los costos basados en las empresas de servicios se acumulan de la siguiente manera: entrada: Objetivo intangible (servicio); proceso: Utilización de horas profesionales y gastos indirectos y salida: Servicio e información (reporte).

En las empresas de servicios, la mano de obra está estrechamente vinculada a los servicios que se ofrecen, lo que facilita llevar un registro de la mano de obra directa relacionada con cada pedido o servicio proporcionado (Ramírez, 2019).

Por otro lado, los gastos indirectos de fabricación, y en general los costos indirectos, están adquiriendo cada vez mayor importancia en el costo total de un servicio. Cuando los costos indirectos de un servicio son significativos en términos de cantidad, se recomienda la implementación del Costeo Basado en Actividades (CBA), ya que este método se utiliza para distribuir y asignar los costos indirectos de manera eficiente. Este enfoque implica desarrollar estrategias y tomar decisiones informadas. Aunque se pueden utilizar el costeo basado en la mano de obra directa y las horas de mano de obra para asignar los costos indirectos, en muchos casos, estas no reflejan necesariamente el uso real de los costos indirectos. La asignación basada en actividades específicas, relacionadas por causa y efecto, contribuye a lograr una mayor precisión en la determinación de los costos de los servicios (Ramírez, 2019).

En cuanto al costeo de servicios, también es posible aplicar el enfoque de costeo por procesos. Cualquier servicio que sea esencialmente homogéneo y se produzca de manera repetitiva puede beneficiarse de este método. Por lo tanto, el costeo por procesos en las empresas de servicios resulta relativamente sencillo: se divide el costo total del período entre el número de servicios prestados para determinar el costo por unidad (Ramírez, 2019).

En las empresas turísticas, se llevan a cabo numerosos procesos y actividades para ofrecer una gama de servicios, que incluyen alojamiento, alimentación, internet, gimnasio, piscina y otros servicios adicionales como desayuno y lavandería. Estos servicios tienen costos asociados, y es esencial que los directivos comprendan estos costos para ofrecer paquetes atractivos que aumenten las ventas sin comprometer la rentabilidad. A pesar de tener recursos, las empresas hoteleras no deben descuidar el control y análisis de costos (Hurtado et al., 2018).

Tal como menciona (Choy, 2012) las empresas de servicios tienen ciertas particularidades que a veces complican su análisis, las cuales son las siguientes:

- El elemento humano es esencial en la prestación del servicio y su cálculo suele basarse en horas trabajadas y tarifas por hora. La mano de obra directa ayuda a estimar los costos indirectos atribuidos al servicio.
- El producto que ofrecen es intangible, enfocado en proporcionar información o llevar a cabo actividades físicas o administrativas para el cliente. El resultado final se refleja

en un informe, donde el costo del papel es insignificante en comparación con el valor intrínseco de la información.

- Generalmente, se adaptan a un sistema de costos por órdenes en lugar de procesos, ya que cada servicio suele ser único debido a las especificaciones del cliente.
- Cada pedido de un cliente representa un trabajo distinto que involucra una serie de actividades diversas, cada una con su propia cuenta y número de orden. Por lo tanto, es necesario identificar los ingresos y los costos directos e indirectos asociados a cada orden o servicio.

Existen dos sistemas de costos que están involucrados en las empresas de servicios, los cuales los detallamos a continuación:

Los sistemas de costos basados en órdenes de trabajo, como su nombre indica, se aplican en respuesta a solicitudes específicas de clientes. En estos sistemas, los costos se agrupan y se identifican de acuerdo con las órdenes de trabajo individuales. En un sistema de costos por órdenes de trabajo, los tres componentes del costo se registran y acumulan según cada orden de trabajo en particular (Hurtado et al., 2018).

Los sistemas de costos por procesos se utilizan para reunir los gastos de producción según los diferentes departamentos o unidades de negocios, y son adecuados para empresas en diversos sectores, como la industria, el sector público y el bancario, donde no es posible distinguir claramente una unidad de servicio de las demás (Hurtado et al., 2018).

Se pueden categorizar sus costos en dos grupos: los costos directos, que son aquellos que tienen una influencia inmediata en el servicio, como los alimentos y bebidas, y los costos indirectos, que también desempeñan un papel en el servicio, pero no de forma directa, como el salario del gerente (Hurtado et al., 2018).

En cuanto al costeo de servicios, también es posible aplicar el enfoque de costeo por procesos. Cualquier servicio que sea esencialmente homogéneo y se produzca de manera repetitiva puede beneficiarse de este método. Por lo tanto, el costeo por procesos en las empresas de servicios resulta relativamente sencillo: se divide el costo total del período entre el número de servicios prestados para determinar el costo por unidad (Ramírez, 2019).

Según (Hurtado et al., 2018) los componentes de los costos comprenden lo siguiente: costos directos, costos y gastos indirectos de fabricación. Los costos directos se relacionan

directamente con la producción de un bien o servicio. En el caso de empresas de servicios hoteleros, un ejemplo de costos directos sería el salario del personal operativo, como camareros y recepcionistas. Por otro lado, los costos indirectos no están directamente vinculados a la producción de un bien o servicio, pero contribuyen a ella. En el contexto de una empresa hotelera, los sueldos del personal administrativo se considerarían costos indirectos. Y por último los gastos indirectos de fabricación engloban los gastos que surgen durante el proceso de producción de un bien, pero no pueden asignarse a una actividad específica como parte de su costeo.

1.2.1 Clasificación de los costos

Según (Hurtado et al., 2018) hay varias formas de categorizar los costos, y a continuación detallamos los que son relevantes en las empresas de servicios turísticos:

- Costos relacionados con los elementos de un producto.

Este método de categorización establece que los tres componentes del costo de un producto manufacturado son los siguientes: Materia prima directa, Mano de obra directa y Costos indirectos de fabricación.

- Costos relacionados con el volumen.

Estos costos se modifican en función de las variaciones (incrementos o disminuciones) en el nivel de producción, y desempeñan un papel significativo en prácticamente todos los aspectos del cálculo de costos de un producto. Es relevante tener en cuenta el rango pertinente de producción al explicar este concepto.

- Costos relacionados a la capacidad de asociarlos.

Estos costos se basan en la capacidad de la dirección para vincularlos con productos específicos, departamentos, órdenes, etc., tales como los costos directos e indirectos.

- Costos en base al departamento donde se incurrieron.

Según esta categorización, el enfoque en el costeo por departamentos permite a la dirección supervisar los costos indirectos de manera individualizada para cada departamento y evaluar los ingresos.

- Costos en base al periodo en que los costos se enfrentan a los ingresos.

La categorización de los costos en función de los periodos en los que generan beneficios proporciona una herramienta valiosa a la dirección para evaluar y medir los ingresos, así

como para la elaboración y análisis de los estados financieros. Además, facilita la correlación adecuada entre los gastos y los ingresos en el periodo correspondiente.

- Costos en relación con la planeación, control y toma de decisiones.

Estos costos son de utilidad para la dirección y los encargados de la administración en las actividades de planificación, supervisión y toma de decisiones.

1.2.2 Cálculo de la rentabilidad

A continuación, indicaremos las fórmulas que existen para calcular la rentabilidad dentro de las empresas de servicios turísticos:

Las empresas generan **rentabilidad neta** la cual reporta el desempeño logrado a través de los recursos financieros internos y puede ser vista como una evaluación de los éxitos de la compañía. Toda entidad, ya sea una persona física o jurídica, que se involucra en una actividad de inversión debe calcular la rentabilidad neta con el objetivo de maximizarla. En el contexto empresarial, la rentabilidad neta se refiere al beneficio neto o resultado del ejercicio que figura en el estado de resultados de la empresa y se expresa en términos monetarios. La rentabilidad neta representa la ganancia total que un inversor o empresa obtiene después de deducir los gastos relacionados con esa inversión, y se expresa en valores absolutos en unidades monetarias (Díaz, 2021b).

Se calcula de la siguiente manera:

$$\text{Rentabilidad neta} = \text{ingresos} - \text{costos} - \text{gastos} - \text{impuestos} - \text{otras deducciones.}$$

La **rentabilidad bruta** se calcula como sus ganancias antes de restar los costos relacionados con la inversión. En el ámbito empresarial, la rentabilidad bruta se muestra en el informe de resultados o en el estado de pérdidas y ganancias de los estados financieros de la empresa. Esto muestra la habilidad de la empresa para generar ganancias mientras cubre sus costos de producción, y ayuda a identificar las razones detrás de las fluctuaciones en los ingresos, considerando tanto los ingresos por ventas como los costos relacionados (Díaz, 2021a).

$$\text{Rentabilidad bruta} = \text{ventas} - \text{costos directos de los servicios}$$

Otro indicador del que vamos a hablar es de la **rentabilidad sobre los activos**, para llevar a cabo este cálculo, se toma el margen de beneficio neto y se multiplica por la rotación de los activos totales, teniendo en cuenta dos elementos clave: la rentabilidad en relación con las ventas y la eficacia en la utilización de todos los activos. Esta rentabilidad se calcula de la siguiente manera (Merchán, 2015).

$$\text{ROA} = \frac{\text{utilidad neta}}{\text{ventas}} \times \frac{\text{ventas}}{\text{activos totales}}$$

Despejada la fórmula, para calcular la rentabilidad es el ROA o también llamado rentabilidad de los activos. La rentabilidad se puede cotejar con el costo del financiamiento de los fondos utilizados en la inversión, con la intención de asegurar que la ganancia sea superior al costo reflejado a través de los intereses y dividendos (Merchán, 2015).

Donde su fórmula de cálculo es la siguiente:

$$\text{ROA} = \frac{\text{utilidad neta}}{\text{activos totales}}$$

Otro indicador que existe es el ROE o también llamado Rentabilidad del Patrimonio (ROE, por sus siglas en inglés) evalúa la rentabilidad de una empresa en relación con su inversión de capital propio. El ROE proporciona una visión de la eficacia de la empresa en la generación de beneficios a partir del capital invertido y los ingresos que ha generado.

$$\text{ROE} = \frac{\text{utilidad neta}}{\text{patrimonio}} \times 100$$

Para un análisis más exhaustivo del ROE, se puede emplear el índice Dupont, el cual fue introducido por primera vez por la empresa Dupont en 1919. Este índice desglosa el ROE en tres componentes: rentabilidad, eficiencia y apalancamiento financiero. Esta desagregación

facilita la comprensión de por qué la rentabilidad sobre el patrimonio varía de un año a otro en una empresa o por qué difiere de la obtenida por empresas similares que se están comparando (Merchán, 2015).

$$\text{DUPONT} = \frac{\text{utilidad neta}}{\text{ventas netas}} \times \frac{\text{ventas netas}}{\text{activos totales}} \times \frac{\text{activos totales}}{\text{patrimonio}}$$

De esta manera, se puede esclarecer por qué la rentabilidad sobre el patrimonio no coincide con las expectativas de los propietarios. Al desglosar el ROE en estos tres componentes, es posible identificar dónde surgen los problemas y aplicar las estrategias necesarias para alcanzar los objetivos establecidos. Si el problema radica en la rentabilidad, el administrador financiero debe buscar la optimización de costos y gastos, impulsar las ventas o considerar un aumento en los precios para lograr una mayor utilidad neta. Si se detecta un problema en la utilización de los activos, se deben implementar estrategias que permitan aumentar las ventas manteniendo el mismo nivel de activos o reduciendo la inversión en activos totales. Por último, si el problema está relacionado con el endeudamiento, se debe trabajar en mejorar esta relación mediante un mayor apalancamiento, pero utilizando deuda de alta calidad (Merchán, 2015).

1.3 Relación de costos gastos y rentabilidad

En el ámbito de las empresas de servicios hoteleros, los gastos tienden a variar dependiendo de los servicios adicionales que los huéspedes soliciten, como alimentos, bebidas, lavandería y llamadas internacionales. A pesar de la ausencia de un modelo preciso, resulta fundamental identificar minuciosamente cada uno de estos servicios y sus respectivos costos. Con frecuencia, el análisis de costo-volumen-utilidad se apoya en suposiciones empleadas por la alta dirección, sin aplicar un modelo de costos ideal que refleje con exactitud los costos variables, fijos, directos e indirectos, lo que conlleva una carencia de información y una incertidumbre en cuanto a los costos reales asociados a la venta de habitaciones y la rentabilidad. La falta de informes de costos individualizados complica la evaluación de la rentabilidad de cada servicio. Por lo tanto, se sugiere identificar los componentes de costo, distribuirlos adecuadamente según la unidad de servicio correspondiente, y establecer

modelos y presupuestos para evaluar los resultados en relación con las expectativas en cada periodo consecutivo (Hurtado et al., 2018).

Cualquier sistema de costos debe posibilitar la planificación, medición y supervisión de los costos en todos los niveles de la empresa, ya que solo de esta manera se pueden tomar decisiones coherentes que faciliten la gestión de variables como los costos, las ventas, los activos y otras, con el objetivo de aumentar la rentabilidad financiera. Esto se debe a que gran parte del comportamiento de estas variables está vinculado con la mejora continua, que, a su vez, permite el uso eficiente de los recursos mediante la reducción de costos y activos, así como la optimización de las actividades que aportan valor y distinción al producto, lo que se traduce en un aumento en las unidades vendidas y en los precios (Morillo, 2001).

Los costos, gastos y rentabilidad están intrínsecamente relacionados en las empresas de servicios turísticos de varias maneras. Los costos representan los desembolsos que una empresa incurre para operar, como los gastos de personal, suministros y mantenimiento de instalaciones. Los gastos, por otro lado, son los costos que están directamente relacionados con la generación de ingresos, como la publicidad y el marketing. Ambos, costos y gastos, tienen un impacto directo en la rentabilidad de la empresa. Si los costos se mantienen bajos y los gastos se gestionan eficazmente, la rentabilidad tiende a aumentar. Por otro lado, si los costos y gastos se disparan sin un aumento proporcional en los ingresos, la rentabilidad disminuirá. Además, la calidad y eficiencia de los servicios turísticos influirán en la satisfacción de los clientes, lo que puede afectar tanto a los ingresos como a la rentabilidad. El equilibrio entre costos, gastos y rentabilidad es esencial en las empresas de servicios turísticos, y una gestión adecuada de estos elementos es fundamental para el éxito en este sector altamente competitivo (Ramírez, 2019).

2. ESTUDIO DEL SECTOR TURÍSTICO

2.1 Características del sector turístico

Una empresa se concibe como una entidad creada con un propósito específico, generalmente orientado hacia la obtención de beneficios económicos. Desde una perspectiva orgánica, se visualiza como un sistema en sí mismo, entendido como un conjunto de componentes interconectados de menor escala que persiguen metas particulares y al mismo tiempo forman parte de un sistema más amplio o macrosistema. Por esta razón, resulta importante destacar la capacidad de establecer conexiones o vínculos, ya que las estructuras se definen por su habilidad para establecer relaciones. En lugar de referirse a características invariables, se hace hincapié en las operaciones y relaciones que conforman el sistema (Ojeda et al., 2021).

Las empresas del sector de servicios se dedican principalmente a ofrecer servicios o productos intangibles. Debido a que no gestionan inventarios de productos tangibles para su venta, los conceptos de costos inventariables y costos del período no son aplicables a este tipo de empresas. A lo largo del tiempo, las empresas de servicios han experimentado un crecimiento y expansión significativos, impulsados en gran medida por el avance tecnológico. En el pasado, no existían los mismos servicios que están disponibles en la actualidad. Hoy en día, se ofrece una amplia variedad de productos y servicios, algunos de los cuales pueden no ser fácilmente perceptibles o cuantificables, pero han sido desarrollados para satisfacer las necesidades y demandas de los clientes (Hurtado et al., 2018).

En este estudio hablaremos de las empresas de servicios turísticos, aquellas empresas que ofrecen servicios a los turistas, es decir, a las personas que viajan por motivos de ocio, negocios, eventos, entre otros. Este sector experimenta un constante auge y crecimiento, desempeñando un papel fundamental en la economía (Morales, 2023).

El presente estudio se llevará a cabo durante el período que abarca desde el año 2020 hasta el 2022. Como es ampliamente conocido, este lapso estuvo marcado por la presencia de una pandemia global, el COVID-19, que tuvo un impacto significativo en la operatividad de las empresas de servicios turísticos. La industria turística, en particular, se estableció como uno de los sectores más afectados por esta crisis sanitaria sin precedentes. Las restricciones de viaje, los cierres de fronteras y las medidas de distanciamiento social impuestas para contener la propagación del virus resultaron en la paralización virtual de la actividad turística en todo

el mundo. Como consecuencia, muchas empresas vinculadas al turismo se vieron forzadas a cerrar sus operaciones temporal o permanentemente, mientras que otras se embarcaron en procesos de reinvención y adaptación para afrontar los desafíos surgidos de esta situación extraordinaria. Este contexto excepcional proporciona un marco relevante y significativo para el análisis de las tendencias y el impacto en el sector turístico durante el período de estudio (Morales, 2023).

En 2020, Ecuador registró la llegada de 0.5 MM turistas internacionales y obtuvo ingresos por un total de 702 millones de dólares. En términos generales, la afluencia de turistas extranjeros al país experimentó una disminución del 76% en comparación con el año 2019. Entre los años 2017 y 2019, la industria turística, que incluye servicios relacionados con viajes, equivalía a aproximadamente el 10% del valor total de las exportaciones de bienes. Sin embargo, debido a la pandemia de COVID-19, este porcentaje disminuyó significativamente, llegando a alrededor del 3.4% en el año 2020 y durante el tercer trimestre de 2021. En 2020, se contabilizaron más de 19,000 establecimientos oficialmente registrados en el sector turístico, de los cuales el 60% estaban relacionados con la industria de alimentos y bebidas, mientras que el 22% se dedicaba a la prestación de servicios de alojamiento. Sin embargo, durante ese mismo año, el número de estos establecimientos disminuyó en un 20% en comparación con los datos de 2019. El sector turístico generó más de 112,000 puestos de trabajo, de los cuales el 61% correspondió a empleos en establecimientos de alimentos y bebidas, y el 24% se originó en los establecimientos de alojamiento. No obstante, en 2020, este número total de empleos fue un 16% menor en comparación con los registros de 2019 (Corporación Financiera Nacional, 2022).

La economía ecuatoriana experimentó un impacto adverso como resultado de la suspensión de las actividades productivas en el país debido a la pandemia de COVID-19. Según los datos de las Cuentas Nacionales publicados por el Banco Central del Ecuador (BCE) en este día, en el segundo trimestre de 2020, el Producto Interno Bruto (PIB) registró una disminución del 12.4% en comparación con el mismo período de 2019, marcando la caída trimestral más significativa desde el año 2000. El PIB alcanzó un total de USD 15,790 millones en términos constantes y USD 23,550 millones en valores corrientes (Banco Central del Ecuador, 2020b).

Según (Banco Central del Ecuador, 2020a) el Valor Agregado Bruto (VAB) representa uno de los indicadores de mayor relevancia para la evaluación de la actividad económica, tanto a nivel de sectores específicos como en el contexto de la economía en su conjunto. Es importante destacar que el VAB constituye el componente primordial en la determinación del Producto Interno Bruto (PIB). El cálculo del VAB es la diferencia entre el valor de la producción en una actividad económica y el valor del consumo intermedio en esa actividad.

El Valor Agregado Bruto (VAB) del sector de Alojamiento experimentó una disminución del 18.3% en comparación con el segundo trimestre de 2019. De acuerdo con datos proporcionados por el Ministerio de Turismo (Mintur), la llegada de visitantes extranjeros al país se redujo drásticamente en un 98% debido al cierre de fronteras como medida de emergencia sanitaria. Esta situación tuvo un impacto negativo en la demanda de servicios relacionados, incluyendo hoteles y restaurantes (Banco Central del Ecuador, 2020b).

Durante el tercer trimestre de 2020, el Producto Interno Bruto (PIB) experimentó un aumento del 4.5% en comparación con el trimestre anterior (segundo trimestre de 2020), indicando una recuperación económica después de la afectación sufrida entre abril y junio debido a la suspensión de actividades productivas causada por la pandemia del virus Covid-19. Una significativa disminución del 89.9% en la entrada de visitantes extranjeros al país, según la información proporcionada por el Ministerio de Turismo, tuvo un impacto directo en la disminución del 15.7% en la demanda de servicios de alojamiento en hoteles, así como en servicios relacionados y restaurantes. (Banco Central del Ecuador, 2021).

2.2 Análisis de las empresas de servicios turísticos de los códigos CIIU N7912 Y N7990.01

Para abordar este tema, en primer lugar, es esencial comprender el significado de CIIU, que corresponde a la Clasificación Industrial Internacional Uniforme. Según la (Superintendencia de Compañías, 2021) esta clasificación nos proporciona información detallada sobre cada actividad económica, categorizándolas de manera sistemática y uniforme:

- **N7912.00:** Actividad de operadores turísticos que se encargan de la planificación y organización de paquetes de servicios de viajes (tours) para su venta a través de agencias de viajes o por los propios operadores turísticos. Esos viajes organizados (tours) pueden incluir la totalidad o parte de las siguientes características: transporte,

alojamiento, comidas, visitas a museos, lugares históricos o culturales, espectáculos teatrales, musicales o deportivos.

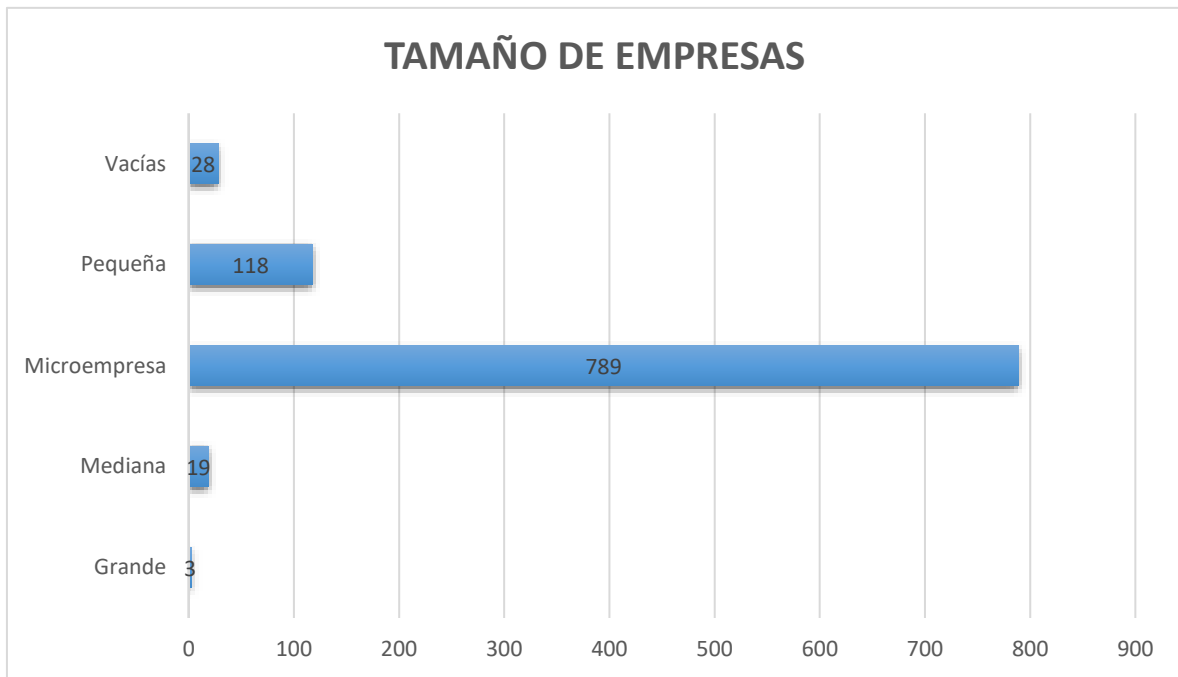
- **N7990.01:** Prestación de otros servicios de reservas relacionados con los viajes: reservas de transporte, hoteles, restaurantes, alquiler de automóviles, entretenimiento y deporte, etcétera.

Para el análisis de cada una de las actividades económicas detalladas anteriormente se tomará como referencia el ranking publicado por la SuperCias en el año 2021 (Superintendencia de Compañías, 2021).

Teniendo en cuenta el ranking de la SuperCias (Superintendencia de Compañías, 2021) con el código de CIU **N7912.00** en la categoría de tamaño se tienen detallados los siguientes datos a continuación:

- En total, existen 957 empresas de servicios turísticos con este código, que abarcan una variedad de tamaños, incluyendo grandes, medianas, microempresas, pequeñas y algunas sin definir.
- Se cuentan con un total de 3 empresas grandes en esta categoría.
- Dentro de este código, se registran un total de 19 empresas clasificadas como medianas.
- La mayoría de las empresas con este código se encuentran en la categoría de microempresas, con un total de 789.
- En la categoría de empresas pequeñas existe un total de 118 empresas, colocándose en segundo lugar de la lista.
- Un total de 28 empresas carecen de una definición clara dentro de esta categoría.

Tabla 1. Empresas del código CIIUU N7912.00 por tamaño.



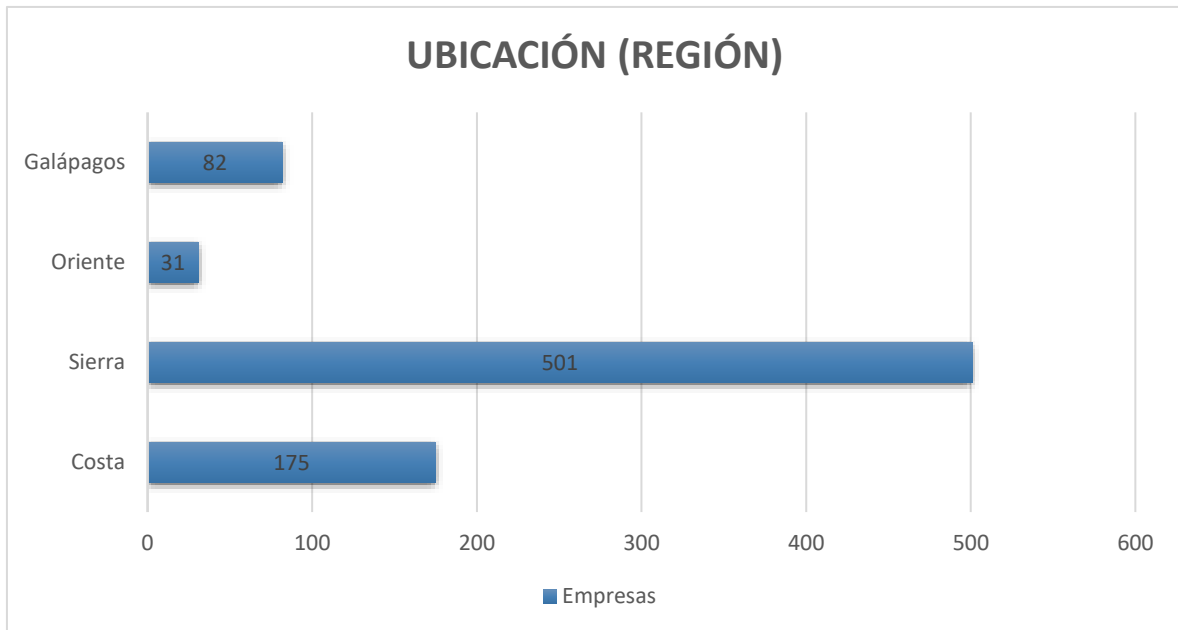
Fuente: (Superintendencia de Compañías, 2021).

Al observar la (Tabla 1) se interpreta que, en primer lugar, existen 789 microempresas en todo el Ecuador. Por esta razón, este estudio se centrará en este grupo de empresas.

Por otro lado, se lleva a cabo un análisis de la categoría de "Región" con el fin de obtener información detallada acerca de la ubicación geográfica predominante de las microempresas de servicios turísticos que poseen el código CIIU N7912.00 (Superintendencia de Compañías, 2021).

- La región Sierra alberga un total de 501 empresas de servicios turísticos.
- En la región Costa se encuentran 175 empresas dedicadas a servicios turísticos.
- La región de Galápagos cuenta con un total de 82 empresas que operan en este sector.
- Por último, la región del Oriente tiene un total de 31 empresas de servicios turísticos establecidas en su territorio.

Tabla 2. Empresas del código CIIUU N7912.00 por ubicación.



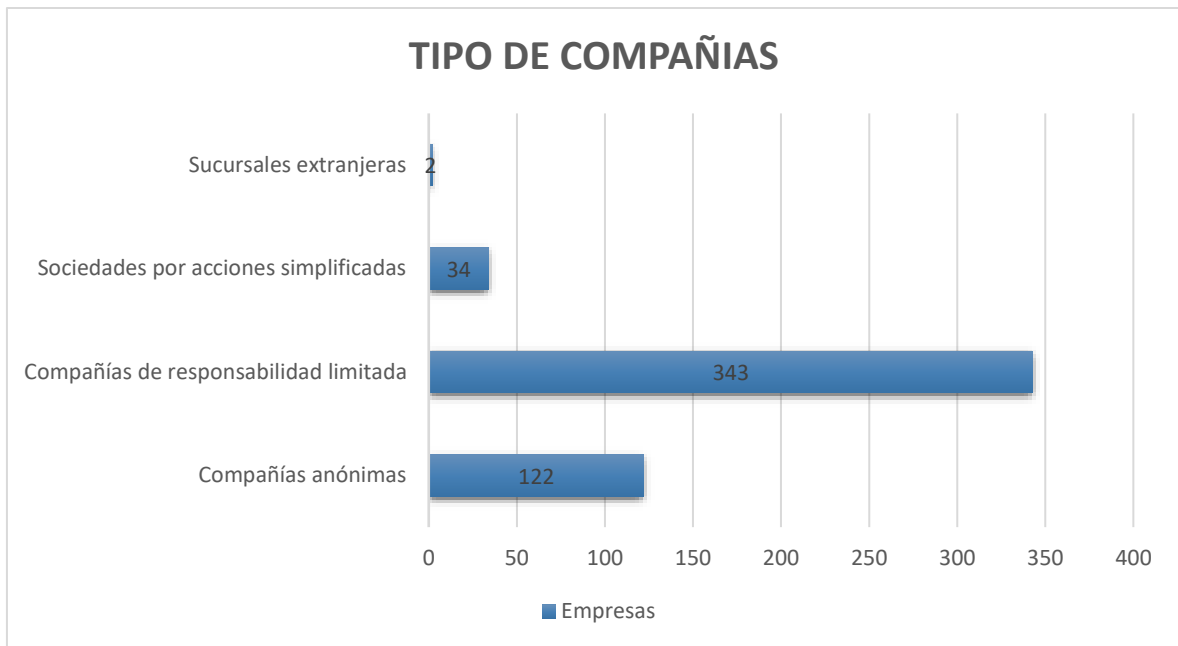
Fuente: (Superintendencia de Compañías, 2021).

Con el análisis se muestra claramente que la región Sierra alberga la mayor cantidad de empresas de servicios turísticos, con un total de 501 microempresas.

Finalmente, se realiza un análisis de las microempresas ubicadas en la región Sierra por el tipo de compañía que opera bajo este código, lo cual arrojó la siguiente información (Superintendencia de Compañías, 2021).

- Existe un total de 122 empresas de servicios turísticos que se clasifican como compañías anónimas.
- Por otra parte, 343 empresas de servicios turísticos se identifican como compañías de responsabilidad limitada.
- Un total de 34 empresas se encuentran registradas como sociedades por acciones simplificadas.
- Además, se identificaron 2 empresas de servicios turísticos que operan como sucursales extranjeras.

Tabla 3. Empresas del código CIIU N7912.00 por tipo de compañías.



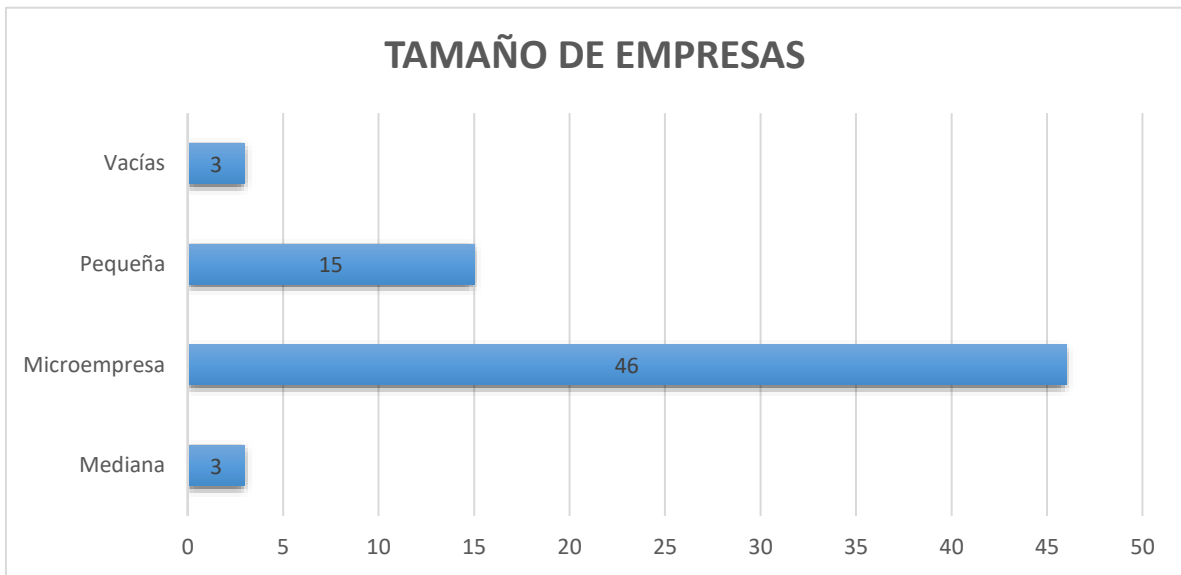
Fuente: (Superintendencia de Compañías, 2021).

A partir de los tres análisis previos, se puede concluir que la mayoría de las empresas de servicios turísticos pertenecen a la categoría de microempresas. Además, la región Sierra alberga la mayor cantidad de microempresas en términos de ubicación geográfica. Por último, en el tercer análisis, se destaca que la mayoría de las microempresas se constituyen como empresas de responsabilidad limitada. Estos tres aspectos son el foco central de este trabajo.

Por otra parte, en el análisis del código CIIU **N7990.01** y considerando la clasificación por tamaño según el ranking de SuperCias (Superintendencia de Compañías, 2021), se presentan los siguientes datos a continuación:

- En este código, se identifican 3 empresas de tamaño mediano.
- Se cuenta con un total de 46 empresas clasificadas como microempresas.
- Hay 15 empresas catalogadas como pequeñas.
- Además, 3 empresas carecen de información que permita definir su tipo de clasificación.

Tabla 4. Empresas del código CIIUU N7990.01 por su tamaño.



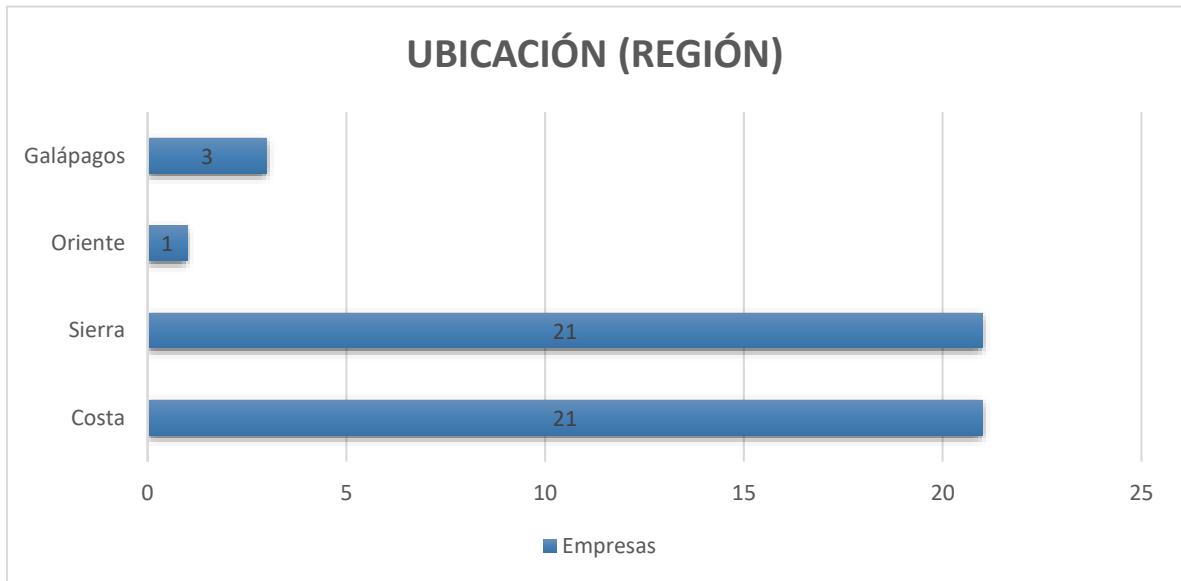
Fuente: (Superintendencia de Compañías, 2021).

Basándonos en la (Tabla 4), se puede concluir que hay un total de 67 empresas clasificadas bajo el código CIIU N7990.01, de las cuales la mayoría, es decir, 46, son microempresas. Por lo tanto, esta información se tendrá en cuenta en el análisis de la muestra.

El análisis a continuación se basa en la ubicación geográfica de las microempresas de servicios turísticos con código CIIU N7990.01, según el ranking de empresas de 2021 proporcionado por la (Superintendencia de Compañías, 2021).

- Existe un total de 46 microempresas ubicadas en todo el territorio ecuatoriano dentro de este código.
- En la región Costa y en la región Sierra, es en donde se localizan la mayor cantidad de microempresas con un total de 21 microempresas en cada una de las regiones que prestan servicios turísticos bajo este código.
- De estas, tan solo 3 están situadas en la región de Galápagos.
- Mientras que en la región Oriente, se cuentan únicamente 1 microempresas que ofrece servicios turísticos.

Tabla 5. Empresas del código CIIUU N7990.01 por su ubicación.



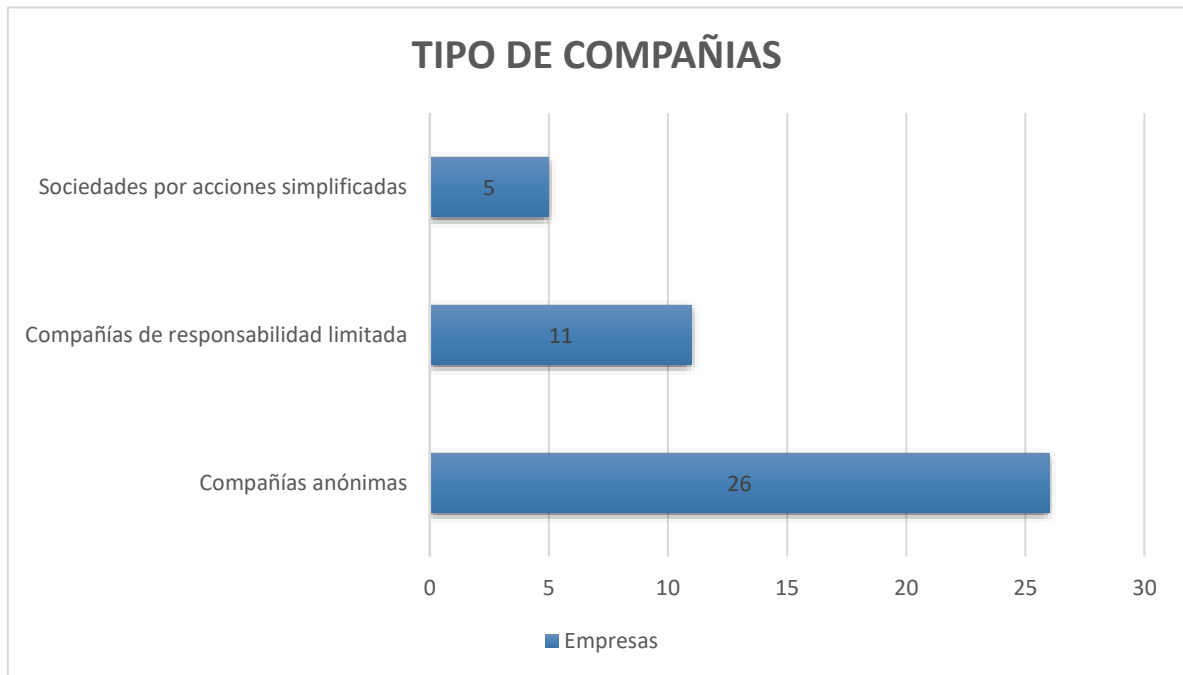
Fuente: (Superintendencia de Compañías, 2021).

El análisis de la distribución de microempresas en el sector de servicios turísticos en Ecuador destaca patrones interesantes. Se observa que la mayoría de estas microempresas, un total de 46, se distribuyen en todo el territorio ecuatoriano. Sin embargo, se evidencia una fuerte concentración en las regiones Costa y Sierra, con 21 microempresas en cada una, indicando una actividad turística más prominente en estas áreas. Es notable que en la región de Galápagos, conocida por su atractivo turístico, solo existan 3 microempresas bajo este código, lo que puede deberse a regulaciones más rigurosas o a la especialización en otros tipos de negocios turísticos en la región. En contraste, la región Oriente muestra una presencia muy limitada, con solo una microempresa en el sector de servicios turísticos.

Por último, se lleva a cabo un examen de las microempresas ubicadas en la región Costa y Sierra según el tipo que opera bajo este código, lo cual proporcionó la siguiente información (Superintendencia de Compañías, 2021).

- Existen 26 empresas clasificadas como anónimas que operan bajo este código en el sector de servicios turísticos.
- En segundo lugar, se registra un total de 11 empresas catalogadas como empresas de responsabilidad limitada.
- Además, 5 empresas se identifican como sociedad por acciones simplificadas.

Tabla 6. Empresas del código CIIUU N7990.01 por tipo de compañía.



Fuente: (Superintendencia de Compañías, 2021).

A raíz del análisis previo de estas tres categorías, se puede concluir que el código CIIU N7990.01 alberga un mayor número de microempresas en el sector de servicios turísticos, con un total de 46. Estas microempresas tienen una presencia destacada en las regiones Costa y Sierra, con un total de 21 en cada una. Notablemente, de estas 42 microempresas, 26 adoptan la estructura de compañías anónimas. Estos hallazgos tienen implicaciones significativas para la muestra seleccionada en este estudio, ya que subrayan la relevancia de considerar estas empresas en el análisis.

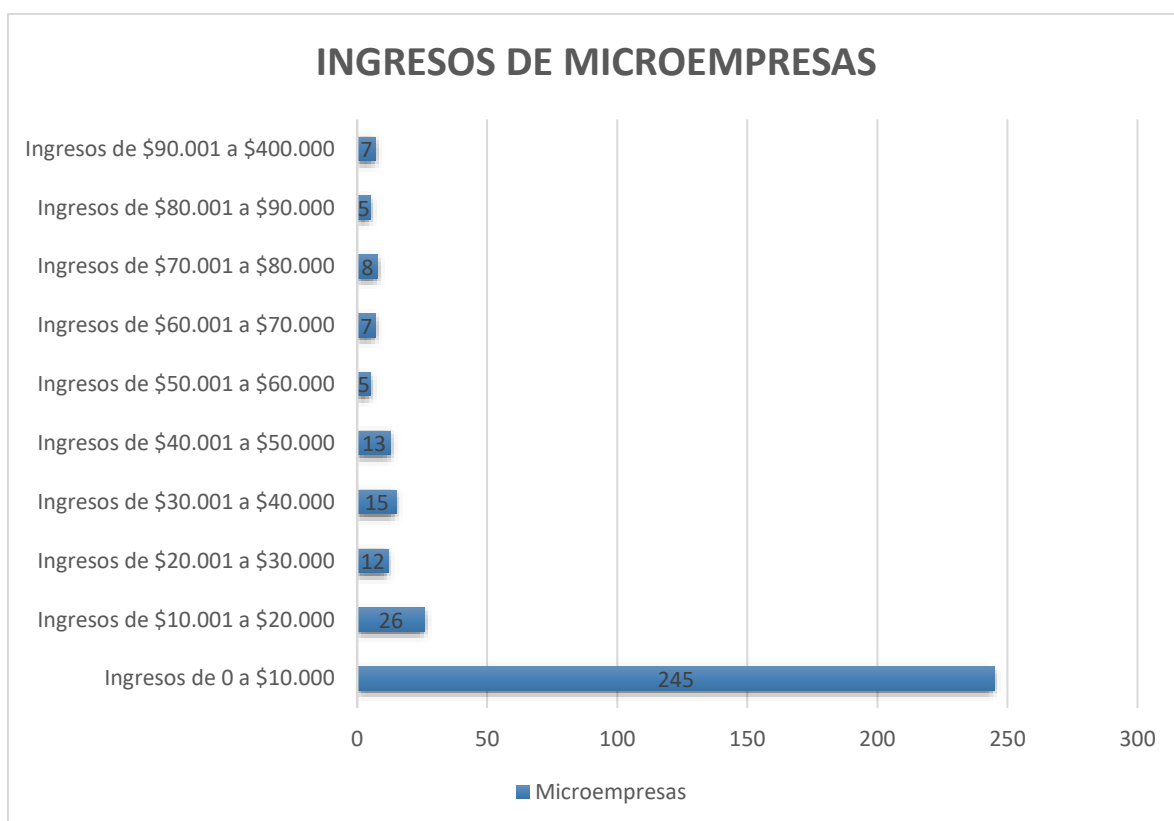
2.3 Determinación de la muestra

Según el Ranking 2021 publicado por la Superintendencia de Compañías, se realizó un análisis de las empresas de servicios turísticos con el código CIIU N7912.00. De un total de 957 empresas, se observó una alta concentración en la categoría de microempresas, con un total de 789. Es importante destacar que la mayoría de estas microempresas se ubican en la región de la Sierra, específicamente 501 empresas. Al profundizar en el tipo de compañía, se notó que las microempresas de responsabilidad limitada eran las más numerosas, alcanzando un total de 343. Por lo tanto, para la selección de la muestra en el presente trabajo, se

considerarán las 343 microempresas de la región de la Sierra que se encuentran bajo la categoría de responsabilidad limitada.

De las 343 microempresas, se aplica un último filtro en el cual se verifican y validan los ingresos de estas microempresas, ordenándolos de mayor a menor. A continuación, se presenta la información correspondiente:

Tabla 7. Microempresas del código CIIUU N7912.00 clasificadas por ingresos.



Fuente: (Superintendencia de Compañías, 2021)

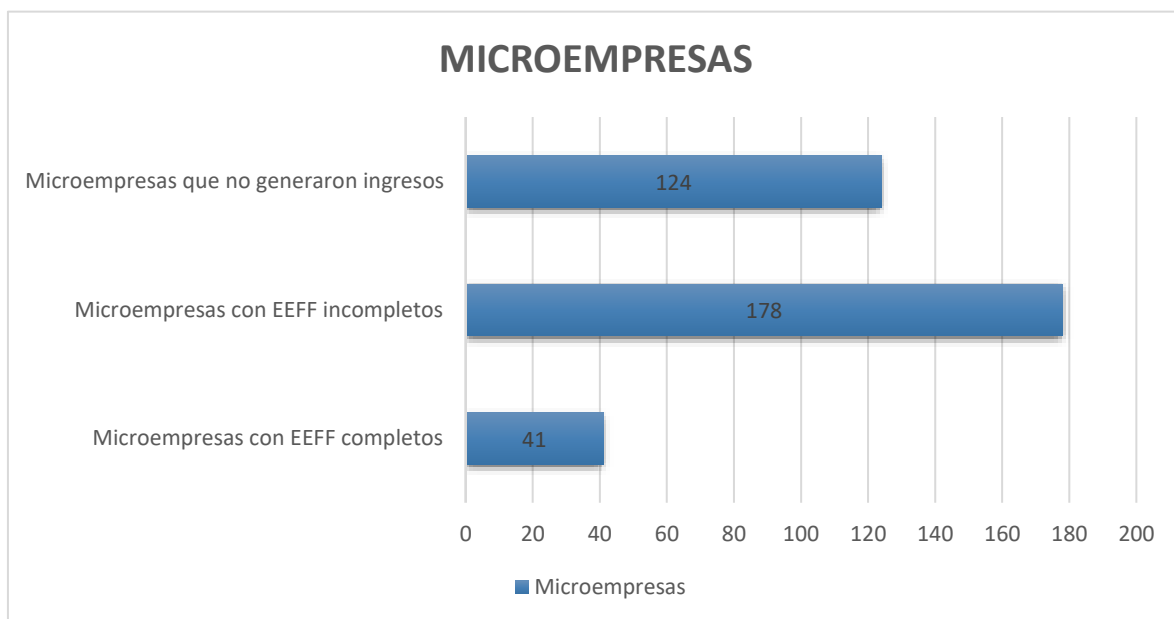
De acuerdo con la información presentada en la (Tabla 7) del Ranking de Empresas 2021, se evidencia que un número significativamente mayor de empresas, con un total de 245 microempresas, reportaron ingresos en el rango de 0 a \$10,000 dólares.

Posteriormente, de las 343 microempresas incluidas en el análisis realizado por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, se llevó a cabo la validación de aquellas que presentaron sus "Estados de Resultados" para los años comprendidos entre 2020 y 2022. Esta validación incluyó la verificación de que dichos informes contuvieran la información

necesaria, como ingresos, costos y gastos, conforme a los requisitos establecidos, donde se obtuvo la siguiente información:

- De la muestra inicial de 343 microempresas, se llevó a cabo una validación de la información proporcionada por estas entidades. Como resultado, se identificó que un total de 41 microempresas, clasificadas bajo el código N7912.00, disponen de todos los datos necesarios para llevar a cabo un análisis exhaustivo de esta información.
- Un total de 177 microempresas no proporcionan la información completa requerida, que incluye ingresos, costos y gastos, necesaria para llevar a cabo el análisis en este estudio. Por lo tanto, estas empresas quedan excluidas del análisis.
- Finalmente, un conjunto de 124 microempresas se ha eliminado de la muestra, ya que no generaron ningún ingreso.

Tabla 8. Empresas del código CIUU N7912.00 por Estados Financieros presentados.

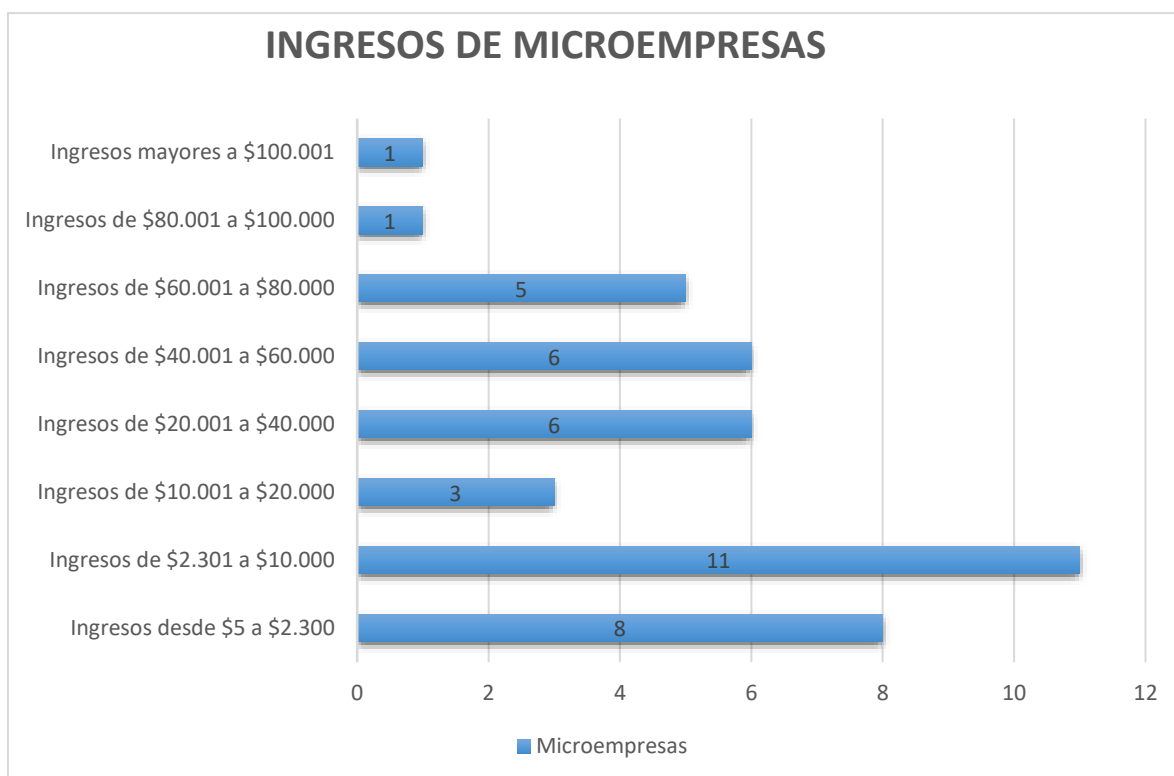


Fuente: (Superintendencia de Compañías, 2021)

Basándonos en la información proporcionada en la (Tabla 8), se deduce que un total de 41 empresas cumplen con todos los requisitos necesarios para ser consideradas en este estudio.

A continuación, se presenta la (Tabla 9), en la que se aplicará un último filtro a estas 41 empresas, basado en sus ingresos, para determinar el número total de empresas que formarán parte de la muestra.

Tabla 9. Empresas del código CIIUU N7912.00 para la muestra.

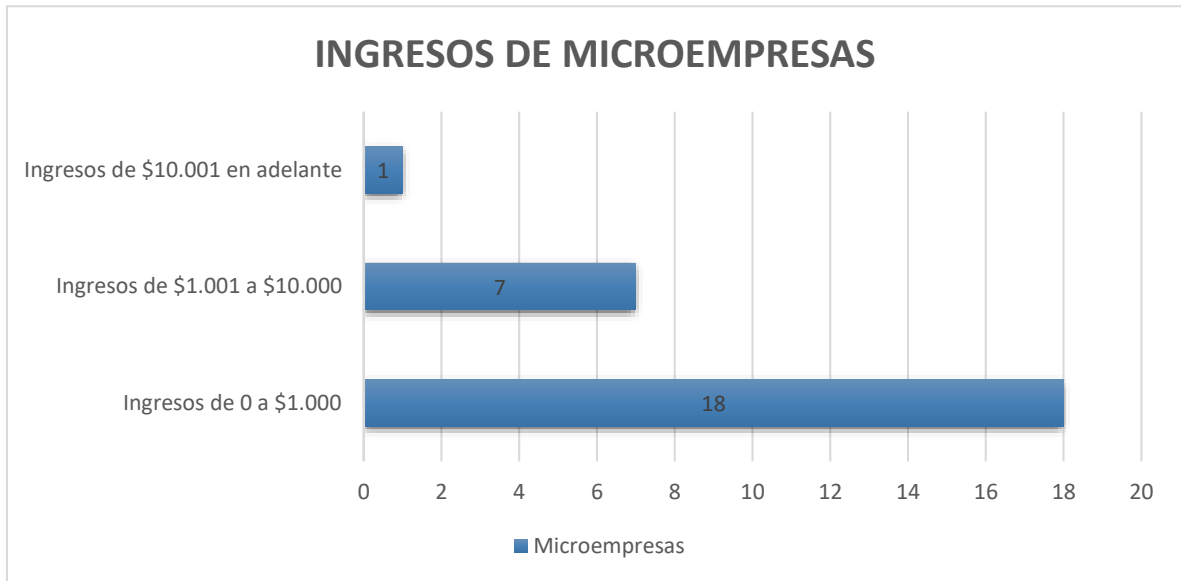


Fuente: (Superintendencia de Compañías, 2021)

De la muestra mencionada, se considerarán todas las microempresas con un valor igual o superior a \$2,301. Esto conduce a la inclusión de un total de 33 microempresas en la muestra final.

Por otra parte, se procede a validar las empresas con el código CIIU N7990.01, que en total suman 67 empresas. Como se ha analizado previamente, el número total de empresas para la muestra es de 46 microempresas. De estas, 21 se encuentran en las regiones Sierra y Costa, lo que suma un total de 42 microempresas en estas áreas. Entre estas empresas, la mayoría se caracterizan como empresas anónimas, y se han validado 26 de ellas para su inclusión en la muestra. Se realiza un último filtro de estas 26 empresas, donde se valida los ingresos de mayor a menor y se obtuvo la siguiente información:

Tabla 10. Microempresas del código CIIUU N7990.01 clasificadas por ingresos.

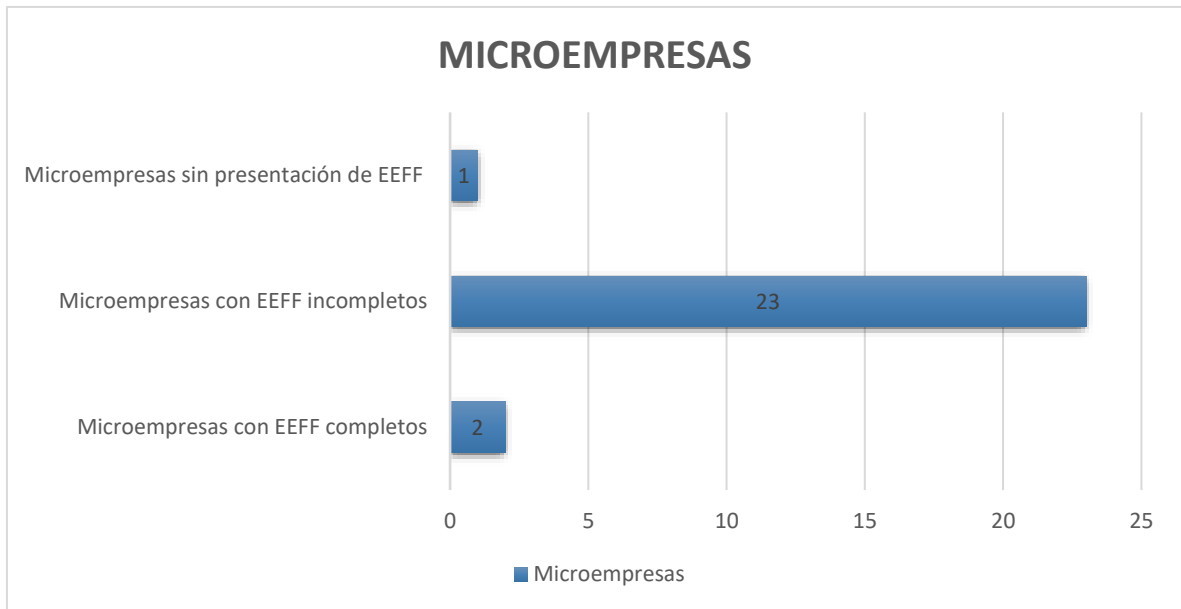


Fuente: (Superintendencia de Compañías, 2021)

Al verificar la información de las 26 microempresas incluidas en la muestra, se llega a la conclusión de que la mayoría de ellas registran ingresos que oscilan entre 0 y \$1,000 durante los años 2020 a 2022.

Con el propósito de analizar la muestra conformada por las 26 empresas, se llevó a cabo un estudio exhaustivo de cada una de ellas. Durante este proceso, se verificó que estas empresas cumplieran con todos los requisitos necesarios para el análisis. Esto implicó confirmar que presentaran los "Estados de Resultados" de los años en cuestión y que estos informes contuvieran la información necesaria para su posterior análisis. Como resultado de este análisis, se obtuvo la siguiente información:

Tabla 11. Microempresas del código CIIUU N7912.00 por Estados Financieros presentados.



Fuente: (Superintendencia de Compañías, 2021)

Se concluye que, en comparación con el código anterior, se observa un considerable número de empresas que no han presentado sus "Estados de Resultados". Sin embargo, otra gran parte de estos informes están incompletos. Por lo tanto, para el análisis final, se considerarán únicamente dos empresas de este código las cuales están completas y generaron ingresos, costos y gastos.

Se ha construido la muestra final compuesta por un total de 35 microempresas pertenecientes a los dos códigos CIIUU N7912.00 y N7990.01, las cuales se detallan continuación:

Tabla 12. Microempresas para la muestra final.

Nombres	Tipo Compañía	Código	Región
STELLA MARIS TRAVEL AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	N7912.00	SIERRA
MAYORISTA DE TURISMO KT-NOVA CIA.LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	N7912.00	SIERRA
HOTEL BOUTIQUE CASA CARLOTA HBCARLOTA CIA.LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	N7912.00	SIERRA
RUTACERO ECUADOR CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	N7912.00	SIERRA
INCA HOLYDAYS CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	N7912.00	SIERRA
EXPLORA TRAVEL AGENCY AGENCIA-DE-VIAJES-Y-OPERADORA-DE-TURISMO	RESPONSABILIDAD LIMITADA	N7912.00	SIERRA
COMPAÑIA COLUMPIO EL VUELO DEL CONDOR "CONDORFLY" CIA.LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	N7912.00	SIERRA
TURISMO MAGIC-ECUADOR LARATUR CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	N7912.00	SIERRA
FERVYTRAVEL CIA.LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	N7912.00	SIERRA
EXPEDICIONES APU-LLACTA CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	N7912.00	SIERRA
ASA TRAVEL EXPED CIA.LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	N7912.00	SIERRA
ALMO VENTURES CIA.LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	N7912.00	SIERRA
BAMBOO-AMAZON-TOURS CIA.LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	N7912.00	SIERRA
SERVICIOS INTERNACIONALES SALMOR CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	N7912.00	SIERRA
PALMARVOYAGES C. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	N7912.00	SIERRA
RUTA593 OPERADORA DE TURISMO CIA.LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	N7912.00	SIERRA
AGENCIA DE VIAJES EXPRESOTOURS CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	N7912.00	SIERRA
EVOLUZIONEVIAJES CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	N7912.00	SIERRA
TOURS EXPLORER LINE TOURSEXPLORER CIA.LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	N7912.00	SIERRA
HOTELES&SERVICIOS ECUADOR CIA.LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	N7912.00	SIERRA
PURUHA RAZURKU CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	N7912.00	SIERRA
INTISAMAY OPERADORA TURISTICA CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	N7912.00	SIERRA
PACHAQUILLA TOURS CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	N7912.00	SIERRA
PURUNCAJAS TRAVEL & TOURS OPERADORA TURISTICA CIA.LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	N7912.00	SIERRA
OPERADORA DE TURISMO IVAGATOURS CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	N7912.00	SIERRA
MUNDO AVENTURA EXPEDICIONES-TRAVEL CIA.LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	N7912.00	SIERRA
BOOM TRAVEL VIAJES Y SOLUCIONES TURÍSTICAS BOOMVIAJES CIA.LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	N7912.00	SIERRA
BAÑOS XTREMESPORTS CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	N7912.00	SIERRA
IMAGINE ECUADOR IMAECUADOR CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	N7912.00	SIERRA
AGENCIA OPERADORA DE VIAJES Y TURISMO GUEVARA VILLAVICENCIO T	RESPONSABILIDAD LIMITADA	N7912.00	SIERRA
SAN FRANCISCO TRAVEL AGENCIA DE VIAJES INTERNACIONAL FRANTRAV	RESPONSABILIDAD LIMITADA	N7912.00	SIERRA
FLYNITON CIA.LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	N7912.00	SIERRA
OROMI OPERADORA ROCA MIRADOR C. L.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	N7912.00	SIERRA
HOSFRANSA S.A.	ANÓNIMA	N7990.01	COSTA
JINYUAN S.A.	ANÓNIMA	N7990.01	COSTA

Fuente: (Superintendencia de Compañías, 2021)

3. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

3.1 Análisis de la composición del costo de ventas

Para llevar a cabo el análisis de las 35 microempresas seleccionadas para el estudio, que consisten en 33 empresas clasificadas bajo el código CIIU N7912.00 y 2 empresas pertenecientes al código CIIU N7990.01, se realizó una revisión de los Estados de Resultados, obtenidos de la página web de la Superintendencia de Compañía, se efectuó un análisis de estos para los años 2020, 2021 y 2022.

Se realizó un análisis detallado de la composición de los costos, validando los elementos que lo conforman, el objetivo principal de esta investigación es examinar los diversos componentes que contribuyen a los costos, desde los directamente asociados al servicio hasta aquellos relacionados con la comercialización y distribución. Al desglosar esta información, se aspira a proporcionar una visión clara que permita identificar la estructura de los costos y el buen manejo que se está dando para la declaración de estos.

Se ha llevado a cabo una consolidación general de los costos con el objetivo de obtener información más simplificada. Considerando este enfoque, se detalla el proceso mediante el cual se ha simplificado la información:

- Sueldos, beneficios sociales, honorarios, aporte al IESS: Esta categoría abarca todos los valores relacionados con los colaboradores, es decir pagos de nómina como salarios y sueldos, horas extras, comisiones, beneficios sociales y demás rubros.
- Servicios públicos: Aquí se incluyen los costos asociados a los servicios básicos; como agua, luz, internet, teléfono.
- Suministros, herramientas, mantenimiento, repuestos, seguros: Esta sección agrupa todos los valores relacionados con suministros, herramientas, mantenimiento, repuestos y seguros que guardan coherencia con la actividad comercial, para integrarlos en un análisis conjunto.
- Mano de obra directa: Se ha creado esta categoría para registrar los costos atribuibles a los empleados que operan directamente con la prestación del servicio.
- Costos indirectos de fabricación (CIF): Finalmente, esta etiqueta engloba todos los valores identificados como "otros" o clasificados como CIF durante el mapeo. Dentro de la categoría de otros la mayoría de las empresas clasifican como operaciones de

regalías, servicios técnicos, administrativos, de consultaría y similares
(No relacionadas).

Se comienza el análisis en el año 2020, explorando la siguiente información recopilada:

- Cuatro empresas de la muestra detallan sus costos de nómina, abarcando sueldos, honorarios, aportes al IESS y otros rubros, representando en promedio un 70% del costo total de ventas.
- Una empresa desglosa la información de sus costos de ventas en el rubro de servicios públicos, con un promedio del 8%.
- Por otro lado, trece microempresas declaran que el 100% de sus costos se distribuye en rubros como suministros, herramientas, mantenimiento, repuestos y seguros.
- Otras ocho empresas incorporan en su composición de costos elementos similares, generando un promedio del 43%.
- Ninguna empresa reporta la mano de obra directa como parte de sus costos.
- Una empresa clasifica el 100% de sus costos a los Costos Indirectos de Fabricación (CIF).
- Finalmente, ocho empresas integran sus costos dentro de los costos indirectos de fabricación, promediando un 34% del total.

Además, se lleva a cabo el estudio correspondiente al año 2021, revelando los resultados de la investigación de la siguiente manera:

- Se identifican cuatro microempresas cuya estructura de costos se concentra en sueldos, beneficios sociales, honorarios y aportes al IESS, representando un promedio del 36%.
- Una empresa configura su composición de costos asignando un 8% a servicios públicos.
- Catorce empresas declaran que el 100% de sus costos se distribuye entre suministros, herramientas, mantenimiento, repuestos y seguros.
- En contraste, ocho microempresas indican que solo una parte de sus costos se encuentra dentro de la composición mencionada anteriormente, con un promedio del 44%.
- Ninguna empresa detalla la mano de obra directa como componente de sus costos.

- Tres empresas siguientes manifiestan que la totalidad de sus costos está compuesta por costos indirectos de fabricación.
- Por último, se observa que ocho empresas asignan una parte de sus costos totales a los costos indirectos de fabricación, generando un promedio del 49%.

El año final objeto de análisis es el 2022, y al llevar a cabo el estudio respectivo, se establecen las siguientes conclusiones:

- Cinco microempresas incorporan una fracción de sus costos de venta en los campos de sueldos, beneficios sociales, honorarios y aportes al IESS.
- Ninguna empresa revela una composición de costos asociada a servicios públicos.
- Veinte y dos empresas integran la totalidad de sus costos de venta en suministros, herramientas, mantenimiento, repuestos y seguros, destacándose como la categoría principal donde se registra el valor de sus costos.
- En contraste, seis microempresas también incluyen una parte de sus costos en suministros, herramientas, mantenimiento, repuestos y seguros, con un promedio del 40%.
- Se identifica una empresa que declara un valor total de costos de 44,725.05, pero al verificar en el "Estado Financiero", se observa que solo se registra un valor de 40,522.65, declarado en suministros, herramientas, mantenimiento, repuestos y seguros.
- Ninguna microempresa informa que sus costos contienen algún valor asociado a la mano de obra directa.
- Cinco microempresas declaran el 100% de sus costos totales dentro de los Costos Indirectos de Fabricación (CIF).
- Por último, siete microempresas de la muestra presentan una composición dentro de los costos indirectos de fabricación, con un promedio del 38%.

En conclusión, el análisis detallado de la composición de los costos de ventas en las empresas de servicios turísticos se revela como un componente esencial para la toma de decisiones estratégicas y la gestión efectiva en este sector. Entender la distribución de recursos financieros, ya sea en áreas como la nómina, servicios públicos o suministros específicos, proporciona una visión clara de las dinámicas financieras de las empresas turísticas. Este

enfoque no solo simplifica la identificación de áreas para mejorar la eficiencia, sino que también permite una asignación más precisa de recursos, impulsando la rentabilidad. En definitiva, este análisis no solo cumple una función en la gestión financiera, sino que se erige como un faro estratégico, guiando a las empresas turísticas hacia operaciones más efectivas y una posición más fuerte en el mercado.

3.2 Análisis de la composición de los gastos.

Se comienza con el análisis de la composición de los gastos, dividiendo la clasificación presentados por las microempresas en dos grandes grupos:

- Gastos de ventas: Entendidos como aquellos gastos que permiten la prestación del servicio, incluyen gastos por beneficios a empleados, gastos de publicidad - promoción y gastos de transporte, combustible, viajes, seguros e impuestos.
- Otros gastos: Dentro de esta clasificación se engloban los desembolsos correspondientes a depreciaciones y amortizaciones, así como aquellos gastos específicamente identificados en los formularios de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros bajo la denominación de "otros".

Con la investigación, se procedió al análisis del año 2020, del cual se obtuvo la siguiente información:

- De la muestra de las treinta y cinco microempresas, se evidencia que una empresa tiene el 100% de sus gastos de venta en el grupo "Gastos por beneficios a empleados". Veinte y tres empresas tienen sus gastos de venta incluidos en ese grupo, representando un promedio del 50%. Por otro lado, once empresas no generaron ningún valor dentro de esta categoría.
- Una microempresa clasifica el 100% de sus ingresos dentro del rubro "Gastos de publicidad y promoción". Ocho microempresas generan valores dentro de esta categoría de representando así un total del 10% en promedio. En contraste, veinte y seis empresas no generaron valores dentro de estos rubros.
- Dentro de la categoría "Gastos de transporte, combustible, viajes, seguros e impuestos" dos microempresas clasifican el 100% del total de sus gastos. Veinte y dos microempresas generan valores dentro de la clasificación, alcanzando así un

promedio total del 34%. Once empresas no generaron valores dentro de esta clasificación.

- Dentro de la clasificación de "Otros gastos", una microempresa presenta como el 100% de sus gastos dentro de esta categoría. Veinte empresas tienen valores ingresados en estos rubros, con un total del 25% en promedio. Por último, catorce microempresas no ingresaron valores reportados en esta categoría.

En el transcurso del año 2021, la investigación de los gastos arrojó la siguiente información:

- Tres microempresas registran la totalidad de sus gastos bajo la categoría de "Gastos por beneficios a empleados". Veinte y dos empresas muestran un valor dentro de esta clasificación, generando un promedio total del 38%. Por otro lado, diez empresas no reportan ningún valor en esta categoría.
- Once microempresas reflejan un valor en la categoría de "Gastos por publicidad y promoción" con un promedio total de 9%, mientras que veinte y cuatro microempresas no presentan ningún registro en esta categoría.
- En la clasificación de "Gastos de transporte, combustible, viajes, seguros e impuestos", dos microempresas presentan el 100% de sus ingresos totales. Además, veinte y seis microempresas tienen un valor registrado en esta categoría, con un promedio total del 40%. Por último, siete microempresas no muestran ningún registro en esta categoría.
- En la última categoría, denominada "Otros gastos", veinte y dos microempresas presentan un valor que se ubica en esta clasificación, con un promedio total del 34%. Por otro lado, trece microempresas no registran ningún gasto dentro de esta categoría.

Durante el transcurso del último año, en el año 2022, se llevó a cabo una verificación que arrojó la siguiente información:

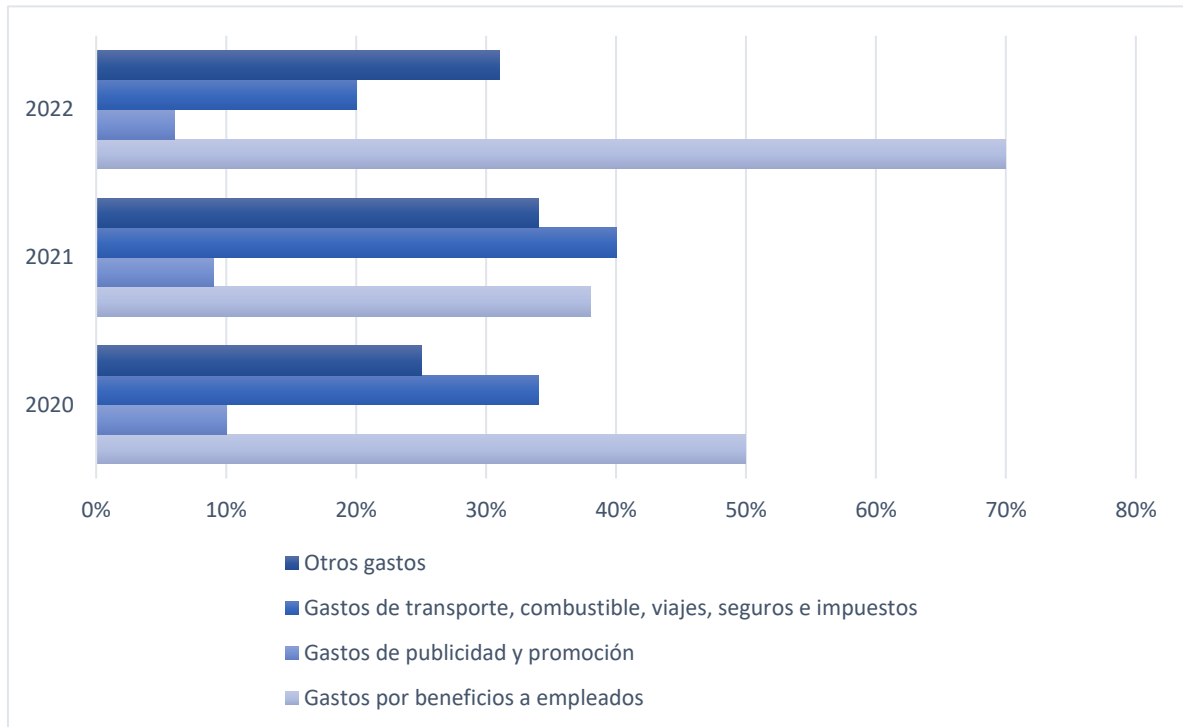
- Seis microempresas registran la totalidad de sus gastos bajo el rubro de "Gastos por beneficios a empleados". Además, veinte y siete empresas presentan valores en esta categoría, contribuyendo a un promedio global del 70%. Por otro lado, las dos últimas microempresas no reportan ningún valor dentro de esta clasificación.

- En la categoría de "Gastos por publicidad y promoción", se ha identificado la participación de siete microempresas, lo que resulta en un promedio del 6%. En contraste, veinte y ocho empresas no han registrado valores en esta clasificación.
- Dos microempresas han registrado la totalidad de sus valores dentro de la categoría de "Gastos de transporte, combustible, viajes, seguros e impuestos". Asimismo, veinte y seis microempresas han reportado valores en esta categoría, contribuyendo a un promedio total del 20%. Por último, siete microempresas no han presentado ningún valor dentro de esta clasificación.
- Dentro de la última categoría, "Otros gastos", se observa la participación de ocho microempresas que han registrado valores en estos rubros, arrojando un promedio total del 31%. Por otro lado, veintisiete empresas no han presentado valores dentro de esta clasificación.

Durante el proceso de verificación de los gastos en cuestión, se llevó a cabo un intento por obtener un desglose detallado de los mismos mediante la revisión minuciosa de las notas a los estados financieros. No obstante, se evidenció que, al tratarse de microempresas, las mencionadas notas carecen de información adicional que pueda aportar relevancia. La limitada extensión y complejidad de las operaciones financieras de estas entidades se refleja en la ausencia de datos significativos dentro de las notas financieras, lo cual presenta un desafío adicional en el análisis detallado de los gastos en cuestión.

De acuerdo con la (Tabla 13), se identifica el gasto que ha tenido el mayor impacto a lo largo de los tres años.

Tabla 13. Análisis Comparativo de Gastos en los Años 2020, 2021 y 2022.



Fuente: (Superintendencia de Compañías, 2021).

Como se ilustra en la (Tabla 13), se desprende que uno de los gastos más significativos experimentados por estas microempresas durante los años de estudio corresponde al desembolso destinado a beneficios para empleados. Este gasto, como se destacó previamente, abarca aspectos como los pagos de nómina a los colaboradores, sueldos, salarios, beneficios legales, honorarios, horas extras y otros valores asociados a este ámbito.

3.3 Análisis de la rentabilidad

En el marco del análisis de rentabilidad, se presenta la siguiente información desglosada por los años objeto de estudio: 2020, 2021 y 2022.

En el ejercicio correspondiente al año 2020 en margen bruto, se identifican los siguientes datos:

- De las treinta y cinco microempresas analizadas, diez y nueve empresas tienen información de ingresos, costos y gastos; en el caso de cuatro empresas sus costos superan a los ingresos, siete empresas no presentan información de los costos; cinco empresas no presentan datos de ingresos, costos y gastos.

- Se observa que las diez y nueve empresas tienen un margen bruto en promedio del 51% (Tabla 14). Esto indica que estas microempresas están generando ganancias después de tener en cuenta el costo directo de los servicios vendidos. Un margen bruto positivo sugiere que la empresa puede cubrir los costos variables y contribuir a cubrir los costos fijos.
- Cuatro empresas presentan en promedio un margen bruto negativo del 40%, indicando que los costos de los servicios prestados superan los ingresos por ventas, resultando en una pérdida bruta en lugar de una ganancia. Un margen bruto negativo sugiere que la empresa está operando con pérdidas antes de considerar otros gastos, como los costos operativos.
- Siete microempresas no presentan información de su costo de ventas por lo tanto no se puede calcular su margen bruto.
- Se identifican cinco microempresas que no generan margen bruto debido a que no presentan datos de ingresos, costos y gastos.

El análisis general sugiere una diversidad de situaciones financieras entre las microempresas, con algunos desafíos, pero también con casos de eficiencia y rentabilidad. Este panorama subraya la importancia de estrategias adaptativas y un enfoque proactivo para mejorar la salud financiera y operativa en el sector de las microempresas.

Tabla 14. Empresas que presentan la información completa para el cálculo de margen bruto 2020.

EMPRESAS CON INFORMACION COMPLETA				
Nº	EXPEDIENTE	EMPRESAS	MARGEN BRUTO	MARGEN BRUTO EN PORCENTAJE
1	50649	PALMARVOYAGES C. LTDA.	9477.00	9%
2	165622	IMAGINE ECUADOR IMAECUADOR CIA. LTDA.	570.40	13%
3	37945	PURUHA RAZURKU CIA. LTDA.	488.19	13%
4	719810	MUNDO AVENTURA EXPEDICIONES-TRAVEL CIA.LTDA.	204.05	15%
5	712304	ASA TRAVEL EXPED CIA.LTDA.	15992.25	31%
6	181760	OROMI OPERADORA ROCA MIRADOR C. L.	286.58	32%
7	709444	COMPAÑIA COLUMPIO EL VUELO DEL CONDOR "CONDORFLY	5420.55	34%
8	311931	FERVYTRAVEL CIA.LTDA.	5071.31	41%
9	159881	RUTACERO ECUADOR CIA. LTDA.	11714.53	41%
10	161606	INTISAMAY OPERADORA TURISTICA CIA. LTDA.	3778.04	51%
11	721257	FLYNITON CIA.LTDA.	1461.52	57%
12	31376	EXPEDICIONES APU-LLACTA CIA. LTDA.	63560.00	58%
13	176424	SAN FRANCISCO TRAVEL AGENCIA DE VIAJES INTERNACION	1401.16	62%
14	37712	OPERADORA DE TURISMO IVAGATOURS CIA. LTDA.	1194.21	65%
15	51259	TURISMO MAGIC-ECUADOR LARATUR CIA. LTDA.	13864.77	77%
16	51252	SERVICIOS INTERNACIONALES SALMOR CIA. LTDA.	35678.22	86%
17	96619	BAÑOS XTREMESPORTS CIA. LTDA.	256.29	89%
18	31599	AGENCIA DE VIAJES EXPRESOTOURS CIA. LTDA.	11159.48	92%
19	92264	INCA HOLYDAYS CIA. LTDA.	18520.80	94%
TOTAL PROMEDIO				51%

Fuente: (Superintendencia de Compañías, 2021).

Además, se cuenta con el análisis del margen operativo de la muestra correspondiente al año 2020, del cual se extrae la siguiente información:

- Cinco microempresas presentan un margen operativo positivo dando así un promedio del 23% (Tabla 15), lo que significa que estas empresas están obteniendo beneficios de sus operaciones principales, es decir, después de deducir los costos operativos.
- Dentro de la muestra, existen diez y ocho empresas que registran un margen operativo negativo, lo que significa que el promedio total de estas empresas es del 110%, señalando que los costos operativos superan los ingresos operativos, evidenciando pérdidas en la actividad principal del negocio.
- Se valida que en tres empresas coincide exactamente en cifras el total de ingresos con sus costos y gastos, presentado un margen en 0.
- Siete microempresas no presentan un margen operativo, ya que en ese año no reportaron ingresos, costos y/o gastos.

- Las últimas dos microempresas presentan un margen operativo del 0%, lo que define que, en relación con los ingresos totales, las empresas tienen un margen operativo muy bajo, indicando que los costos y gastos operativos consumen casi la totalidad de los ingresos generados.

En conjunto, este análisis subraya la diversidad de desafíos y oportunidades entre las microempresas. La implementación de estrategias efectivas para controlar costos, mejorar eficiencias y fomentar la transparencia financiera es esencial para fortalecer la posición financiera y operativa de estas empresas.

Tabla 15. Empresas que presentan la información completa para el cálculo de margen operativo 2020.

EMPRESAS CON INFORMACION COMPLETA				
Nº	EXPEDIENTE	EMPRESAS	MARGEN OPERATIVO	MARGEN OPERATIVO EN PORCENTAJE
1	51252	SERVICIOS INTERNACIONALES SALMOR CIA. LTDA.	31429.03	75%
2	311931	FERVYTRAVEL CIA.LTDA.	338.29	3%
3	181760	OROMI OPERADORA ROCA MIRADOR C. L.	286.58	32%
4	709444	COMPAÑIA COLUMPIO EL VUELO DEL CONDOR "CONDORFLY" CIA.LTD.	204.69	1%
5	165622	IMAGINE ECUADOR IMAECUADOR CIA. LTDA.	49.07	1%
TOTAL PROMEDIO				23%

Fuente: (Superintendencia de Compañías, 2021).

Se realiza un análisis adicional enfocado en el margen neto, evaluando la muestra durante el periodo 2020. Los resultados de esta evaluación son los siguientes:

- Al analizar el margen neto de las treinta y cinco microempresas, se observa que seis microempresas generan un margen neto positivo con un total promedio del 19% (Tabla 16).
- Diez y siete de estas microempresas presentan un porcentaje negativo en el margen neto, dando así un promedio tal del 67%, esto sugiere que los gastos totales, incluyendo costos operativos, intereses e impuestos, superan los ingresos totales.

- En los "Estados Financieros" de tres microempresas se observa información inusual, reflejando un margen neto total del 0%. Este resultado se debe a la coincidencia de ingresos con costos y gastos, generando una situación atípica.
- El análisis de las siguiente siete empresas indica que no generaron ingresos, costos y/o gastos, lo que explica la ausencia o exceso de margen neto en su caso.
- Las últimas dos microempresas generan un margen neto del 0% lo que sugiere que en relación con los ingresos totales, las empresa están generando muy poca utilidad neta después de cubrir todos los costos y gastos.

Tabla 16. Empresas que presentan la información completa para el cálculo de margen neto 2020.

EMPRESAS CON INFORMACION COMPLETA				
Nº	EXPEDIENTE	EMPRESAS	MARGEN NETO	MARGEN NETO EN PORCENTAJE
1	51252	SERVICIOS INTERNACIONALES SALMOR CIA. LTDA.	31429.03	75%
2	311931	FERVYTRAVEL CIA.LTDA.	338.29	3%
3	181760	OROMI OPERADORA ROCA MIRADOR C. L.	286.58	32%
4	709444	COMPAÑIA COLUMPIO EL VUELO DEL CONDOR "CONDORFLY" CIA.LTDA.	204.69	1%
5	37945	PURUHA RAZURKU CIA. LTDA.	100.19	3%
6	165622	IMAGINE ECUADOR IMAECUADOR CIA. LTDA.	49.07	1%
TOTAL PROMEDIO				19%

Fuente: (Superintendencia de Compañías, 2021).

Por último, concluyendo el análisis final del año 2020, nos enfocamos en la rentabilidad a través del Retorno sobre el Patrimonio (ROE), y los resultados obtenidos son los siguientes:

- Dentro de la muestra final, un total de dos microempresas generaron un ROE positivo con un total promedio del 6% indicando una eficiente utilización del capital propio para generar beneficios durante el año de estas microempresas. Este resultado señala una gestión financiera efectiva y sugiere una positiva rentabilidad (Tabla 17).
- Sin embargo, una microempresa presenta un valor excesivamente alto del ROE, lo que nos indica que puede deberse a un endeudamiento significativo o a estrategias financieras que aumentan la rentabilidad, pero también el riesgo.
- Siete microempresas generan un patrimonio negativo y pérdida del ejercicio por lo cual de estas empresas no se puede calcular el ROE.

- En el caso de nueve microempresas se calcula un ROE negativo, debido a que tienen pérdida, pero su patrimonio es positivo y su ROE total es negativo.
- Por otro lado, quince microempresas dan como resultado un resultado de 0% debido a que no cuentan con la información de patrimonio y rentabilidad completos para su cálculo y análisis.
- Finalmente, una microempresa no genera ROE debido a que una microempresa no genera ningún valor presentado en el “Estado de Resultado”, es decir declara en ese año en cero.

Tabla 17. Empresas que presentan la información completa para el cálculo de ROE 2020.

EMPRESAS CON INFORMACION CORRECTA			
N°	EXPEDIENTE	EMPRESAS	ROE EN PORCENTAJE
1	311931	FERVYTRAVEL CIA.LTDA.	6%
2	709444	COMPAÑIA COLUMPIO EL VUELO DEL CONDOR "CONDORFL	5%
TOTAL PROMEDIO			6%

Fuente: (Superintendencia de Compañías, 2021).

A continuación, se analizan los mismos márgenes de rentabilidad que se examinaron anteriormente, pero esta vez se llevará a cabo durante el periodo 2021.

Se analiza el margen bruto, el primer indicador de rentabilidad, para las 35 microempresas de la muestra final. A continuación, se presenta la información obtenida:

- En el análisis del margen bruto de la muestra de treinta y cinco microempresas, existen treinta microempresas que cuentan con un valor positivo de margen bruto con un total promedio del 54% lo que significa que la empresa está vendiendo sus productos o servicios por un precio que cubre los costos directos de producción y le deja un beneficio (Tabla 18).
- Tres empresas de la muestra obtuvieron porcentajes de margen bruto en valor negativo, sugiriendo que estas empresas enfrentan dificultades para cubrir los costos directos relacionados con la producción, resultando en pérdidas brutas en lugar de ganancias.
- Por último, dos microempresas no generaron un margen bruto debido a que no cuentan con la información completa para el cálculo.

Tabla 18. Empresas que presentan la información completa para el cálculo de margen bruto 2021.

EMPRESAS CON INFORMACION COMPLETA				
Nº	EXPEDIENTE	EMPRESAS	MARGEN BRUTO	MARGEN BRUTO EN PORCENTAJE
1	51259	TURISMO MAGIC-ECUADOR LARATUR CIA. LTDA.	38017.20	67%
2	51252	SERVICIOS INTERNACIONALES SALMOR CIA. LTDA.	37721.20	100%
3	721066	HOSFRANSA S.A.	35420.19	46%
4	303829	BAMBOO-AMAZON-TOURS CIA.LTDA.	30580.18	75%
5	92264	INCA HOLYDAYS CIA. LTDA.	29477.72	42%
6	182412	MA YORISTA DE TURISMO KT-NOVA CIA.LTDA.	29105.97	32%
7	31376	EXPEDICIONES APU-LLACTA CIA. LTDA.	28985.35	58%
8	31599	AGENCIA DE VIAJES EXPRESOTOURS CIA. LTDA.	28885.57	100%
9	159881	RUTACERO ECUADOR CIA. LTDA.	26481.80	35%
10	720944	RUTA593 OPERADORA DE TURISMO CIA.LTDA.	24418.86	82%
11	712304	ASA TRAVEL EXPED CIA.LTDA.	22728.63	47%
12	64221	EVOLUZIONEVIJAJES CIA. LTDA.	15716.36	62%
13	315366	TOURS EXPLORER LINE TOURSEXPLORER CIA.LTDA.	12989.24	57%
14	161606	INTISAMAY OPERADORA TURISTICA CIA. LTDA.	12555.57	100%
15	302939	HOTELES&SERVICIOS ECUADOR CIA.LTDA.	10639.54	57%
16	61531	PACHAQUILLA TOURS CIA. LTDA.	9326.50	100%
17	311931	FERVYTRAVEL CIA.LTDA.	8975.56	16%
18	300696	PURUNCAJAS TRAVEL & TOURS OPERADORA TURISTICA CIA.LTD	5800.00	100%
19	316662	BOOM TRAVEL VIAJES Y SOLUCIONES TURÍSTICAS BOOMVIAJES C	3539.69	100%
20	37712	OPERADORA DE TURISMO IVAGATOURS CIA. LTDA.	2751.55	48%
21	176424	SAN FRANCISCO TRAVEL AGENCIA DE VIAJES INTERNACIONAL FE	2676.29	100%
22	726162	JINYUAN S.A.	2228.09	35%
23	50649	PALMARVOYAGES C. LTDA.	2079.07	6%
24	96619	BAÑOS XTREMESPORTS CIA. LTDA.	1943.71	57%
25	721257	FLYNITON CIA.LTDA.	791.15	30%
26	719810	MUNDO AVENTURA EXPEDICIONES-TRAVEL CIA.LTDA.	727.77	19%
27	708793	AGENCIA OPERADORA DE VIAJES Y TURISMO GUEVARA VILLAVIC	723.10	22%
28	719796	EXPLORA TRAVEL AGENCY AGENCIA-DE-VIAJES-Y-OPERADORA-I	588.79	1%
29	165622	IMAGINE ECUADOR IMAECUADOR CIA. LTDA.	346.59	11%
30	181760	OROMI OPERADORA ROCA MIRADOR C. L.	340.60	15%
TOTAL PROMEDIO				54%

Fuente: (Superintendencia de Compañías, 2021).

A continuación, se lleva a cabo el análisis del margen operativo correspondiente al período 2021. Los resultados obtenidos son los siguientes:

- Catorce empresas presentan un margen operativo positivo, con un total promedio del 11% (Tabla 19), lo que indica que los ingresos operativos superan los costos operativos. Este resultado positivo sugiere una rentabilidad en las operaciones comerciales fundamentales, antes de considerar otros gastos como impuestos e intereses.
- Catorce empresas registran un margen operativo negativo, lo que indica que los costos y gastos operativos superan los ingresos generados por las operaciones comerciales. Esta situación puede señalar ineficiencias operativas, costos de producción elevados o una fijación de precios inadecuada. El total promedio de las doce microempresas es un total de 322%.
- Las tres empresas siguientes generan una información inusual donde sus costo y gastos coinciden con los ingresos y por ende no presentan margen operativo.
- Las siguientes dos microempresas no generan un margen operativo debido a la falta de información necesaria para el cálculo. Este hecho destaca la importancia de mejorar la transparencia y disponibilidad de datos financieros para realizar un análisis más completo y preciso.
- Finalmente, las dos microempresas restantes exhiben un margen operativo del 0%. Este indicador señala que estas empresas no están generando ni ganancias ni pérdidas en sus operaciones principales.

Tabla 19. Empresas que presentan la información completa para el cálculo de margen operativo 2021.

EMPRESAS CON INFORMACION COMPLETA				
N°	EXPEDIENTE	EMPRESAS	MARGEN OPERATIVO	MARGEN OPERATIVO EN PORCENTAJE
1	720944	RUTA593 OPERADORA DE TURISMO CIA.LTDA.	10770.29	36%
2	726162	JINYUAN S.A.	1335.09	21%
3	159881	RUTACERO ECUADOR CIA. LTDA.	12760.40	17%
4	181760	OROMI OPERADORA ROCA MIRADOR C. L.	340.60	15%
5	31599	AGENCIA DE VIAJES EXPRESOTOURS CIA. LTDA.	2818.99	10%
6	712304	ASA TRAVEL EXPED CIA.LTDA.	4553.32	9%
7	64221	EVOLUZIONEVIAJES CIA. LTDA.	2350.24	9%
8	92264	INCA HOLYDAYS CIA. LTDA.	6038.15	9%
9	165622	IMAGINE ECUADOR IMAECUADOR CIA. LTDA.	203.10	7%
10	161606	INTISAMAY OPERADORA TURISTICA CIA. LTDA.	715.98	6%
11	182412	MAYORISTA DE TURISMO KT-NOVA CIA.LTDA.	3907.98	4%
12	719810	MUNDO AVENTURA EXPEDICIONES-TRAVEL CIA.LTDA.	97.77	3%
13	51252	SERVICIOS INTERNACIONALES SALMOR CIA. LTD	529.31	1%
14	708793	AGENCIA OPERADORA DE VIAJES Y TURISMO GU	39.56	1%
TOTAL PROMEDIO				11%

Fuente: (Superintendencia de Compañías, 2021).

A continuación, se aborda el análisis del margen neto, proporcionando la siguiente información para su evaluación:

- En la muestra de las treinta y cinco microempresas, diez y ocho de ellas exhiben un margen neto positivo, con un promedio total de dicho margen del 10% (Tabla 20).
- Once empresas presentan un margen neto negativo, indicando pérdidas netas después de considerar todos los gastos, incluyendo costos operativos, intereses e impuestos.
- Tres microempresas presentan un margen neto del 0%, resultado de la coincidencia entre sus ingresos y los costos y gastos asociados. Este fenómeno genera valores inusuales en sus “Estados Financieros”.
- Las dos microempresas siguientes no generan un margen neto al no contar con toda la información necesaria para el cálculo.

- La última microempresa analizada el total del margen neto es 0% debido a que, en relación con los ingresos totales, la empresa está generando una utilidad neta muy baja después de cubrir todos los costos y gastos.

Es crucial abordar estos márgenes negativos, ya que pueden indicar ineficiencias operativas, altos costos de producción, o fijación de precios inadecuada. Las empresas podrían beneficiarse de estrategias destinadas a mejorar su eficiencia operativa, reducir costos y revisar su modelo de fijación de precios para lograr un equilibrio financiero más saludable y sostenible.

Tabla 20. Empresas que presentan la información completa para el cálculo de margen neto 2021.

EMPRESAS CON INFORMACION COMPLETA				
N°	EXPEDIENTE	EMPRESAS	MARGEN NETO	MARGEN NETO EN PORCENTAJE
1	159881	RUTACERO ECUADOR CIA. LTDA.	12760.40	17%
2	720944	RUTA593 OPERADORA DE TURISMO CIA.LTDA.	10770.29	36%
3	92264	INCA HOLYDAYS CIA. LTDA.	6038.15	9%
4	712304	ASA TRAVEL EXPED CIA.LTDA.	4587.57	9%
5	182412	MAYORISTA DE TURISMO KT-NOVA CIA.LTDA.	3907.98	4%
6	31599	AGENCIA DE VIAJES EXPRESOTOURS CIA. LTDA.	2818.99	10%
7	64221	EVOLUZIONEVIAJES CIA. LTDA.	2350.24	9%
8	726162	JINYUAN S.A.	1335.09	21%
9	161606	INTISAMAY OPERADORA TURISTICA CIA. LTDA.	715.98	6%
10	51252	SERVICIOS INTERNACIONALES SALMOR CIA. LTDA.	529.31	1%
11	165622	IMAGINE ECUADOR IMAECUADOR CIA. LTDA.	443.10	14%
12	163854	STELLA MARIS TRAVEL AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO CIA. LTDA	381.70	5%
13	181760	OROMI OPERADORA ROCA MIRADOR C. L.	340.60	15%
14	37945	PURUHA RAZURKU CIA. LTDA.	179.49	10%
15	315366	TOURS EXPLORER LINE TOURSEXPLORER CIA.LTDA.	160.68	1%
16	719810	MUNDO AVENTURA EXPEDICIONES-TRAVEL CIA.LTDA.	97.77	3%
17	708793	AGENCIA OPERADORA DE VIAJES Y TURISMO GUEVARA VILLAVIC	59.56	2%
18	300696	PURUNCAJAS TRAVEL & TOURS OPERADORA TURISTICA CIA.LTDA	29.46	1%
TOTAL PROMEDIO				10%

Fuente: (Superintendencia de Compañías, 2021)

El último análisis correspondiente al año 2021 es el del ROE, del cual se obtuvo la siguiente información:

- Seis microempresas generaron un ROE positivo dando un total promedio de 5%, lo que significa que las microempresas están utilizando eficientemente su capital propio para generar beneficios (Tabla 21).
- Dos microempresas exhiben un ROE considerablemente alto, lo cual plantea preocupaciones sobre su sostenibilidad a largo plazo, especialmente debido a la posibilidad de un endeudamiento excesivo. La viabilidad a largo plazo de este ROE dependerá en gran medida de la capacidad de estas empresas para adaptarse a cambios en el entorno económico y en el panorama competitivo.
- Por otro lado, de ocho microempresas no se calcula el ROE debido a que presentan un patrimonio negativo y tienen una pérdida del ejercicio, dando así un total promedio del 300%.
- Trece microempresas generaron un ROE negativo lo que indica que la empresa no ha generado ganancias suficientes para cubrir los costos y gastos asociados con su patrimonio neto. En otras palabras, la empresa no está utilizando eficientemente el capital propio para generar beneficios, lo que puede ser un indicador de problemas financieros y de rentabilidad. El total promedio de las trece microempresas es de 293%.
- Cuatro microempresas generaron el 0% de ROE, debido a que están microempresas no tienen una información completa para realizar el cálculo correcto del ROE.
- Por último, dos microempresas no generan valor en ROE debido a que no cuentan con patrimonio, ni utilidad del ejercicio.

De este estudio se deduce que la mayoría de las empresas, en concreto, ocho de ellas, exhiben un ROE positivo. Este resultado indica que el ROE positivo es una señal alentadora de rentabilidad y eficacia en la gestión financiera de la empresa. Además, ilustra cómo la inversión de los accionistas contribuye de manera efectiva a la generación de ganancias.

Por otro lado, las trece microempresas que generaron un ROE negativo indica que, como grupo, estas empresas no están generando ganancias suficientes para cubrir los costos y gastos asociados con su patrimonio neto. Este escenario plantea preocupaciones sobre la

capacidad de las empresas para utilizar eficientemente el capital de los accionistas y generar retornos positivos. Es esencial que estas microempresas revisen y ajusten sus estrategias financieras para mejorar su rentabilidad y maximizar el valor para sus accionistas.

Tabla 21. Empresas que presentan la información completa para el cálculo de ROE 2021.

EMPRESAS CON INFORMACIÓN CORRECTA			
N°	EXPEDIENTE	EMPRESAS	ROE EN PORCENTAJE
1	92264	INCA HOLYDAYS CIA. LTDA.	16%
2	31599	AGENCIA DE VIAJES EXPRESOTOURS CIA. LTDA.	8%
3	708793	AGENCIA OPERADORA DE VIAJES Y TURISMO GUEVARA VILLAVICENCI	4%
4	719810	MUNDO AVENTURA EXPEDICIONES-TRAVEL CIA.LTDA.	2%
5	51252	SERVICIOS INTERNACIONALES SALMOR CIA. LTDA.	1%
6	300696	PURUNCAJAS TRAVEL & TOURS OPERADORA TURISTICA CIA.LTDA.	1%
TOTAL PROMEDIO			5%

Fuente: (Superintendencia de Compañías, 2021).

Finalizando el análisis de rentabilidad, nos enfocamos en el último año, el 2022, donde se analizará como en los anteriores años, el margen bruto, margen neto, margen operativo y ROE.

Se comienza con el margen bruto y los resultados obtenidos para las microempresas en estudio son los siguientes:

- Del total de la muestra de las treinta y cinco microempresas, treinta y tres generaron un margen bruto positivo donde su total promedio es de 46% lo que sugiere que las microempresas tienen la capacidad de cubrir los costos variables y contribuir a los costos fijos, lo que resulta en la generación de beneficios (Tabla 22).
- En el análisis de una empresa, se determinó un margen bruto del 0%, indicando que después de cubrir los costos asociados, esta microempresa no logra generar un valor significativo en comparación con sus ingresos por ventas.
- Por último, una empresa registró un margen bruto negativo, indicando pérdidas en los costos directos relacionados con la generación de ingresos. Esta situación podría ser preocupante, ya que sugiere que la empresa no está siendo capaz de cubrir los

costos directos de sus operaciones comerciales con los ingresos generados, lo que podría afectar negativamente su rentabilidad y sostenibilidad financiera.

El que treinta y cuatro empresas generen un margen bruto positivo sugiere que, en general, estas empresas tienen una capacidad sólida para cubrir los costos variables asociados con la generación de ingresos. Este resultado indica un nivel saludable de rentabilidad y eficacia en la gestión financiera de la mayoría de las empresas analizadas. El excedente neto resultante del margen bruto puede ser utilizado estratégicamente para cubrir gastos adicionales, reinvertir en el negocio o distribuir a los accionistas, lo que contribuye a la sostenibilidad y el crecimiento financiero a largo plazo. Sin embargo, es importante analizar detalladamente las empresas que se desvían del promedio, como aquella con un margen bruto negativo, para comprender los desafíos específicos que enfrentan y diseñar estrategias correctivas.

Tabla 22. Empresas que presentan la información completa para el cálculo del margen bruto 2022.

EMPRESAS CON INFORMACION COMPLETA				
Nº	EXPEDIENTE	EMPRESAS	MARGEN BRUTO	MARGEN BRUTO EN PORCENTAJE
1	37712	OPERADORA DE TURISMO IVAGATOURS CIA. LTDA.	5340.46	94%
2	163854	STELLA MARIS TRAVEL AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO CIA. LTDA.	23565.95	88%
3	708793	AGENCIA OPERADORA DE VIAJES Y TURISMO GUEVARA VILLAVICENCIO	7574.78	87%
4	721257	FLYNITON CIA.LTDA.	3599.53	74%
5	159881	RUTACERO ECUADOR CIA. LTDA.	8201.45	70%
6	303829	BAMBOO-AMAZON-TOURS CIA.LTDA.	82819.05	68%
7	96619	BAÑOS XTREMESPORTS CIA. LTDA.	2910.16	64%
8	181760	OROMI OPERADORA ROCA MIRADOR C. L.	2970.37	64%
9	176424	SAN FRANCISCO TRAVEL AGENCIA DE VIAJES INTERNACIONAL FRANTRA	4596.16	59%
10	721066	HOSFRANSA S.A.	47870.79	57%
11	302939	HOTELES&SERVICIOS ECUADOR CIA.LTDA.	10639.54	57%
12	703220	HOTEL BOUTIQUE CASA CARLOTA HBCARLOTA CIA.LTDA.	109172.11	55%
13	320487	ALMO VENTURES CIA.LTDA.	22283.52	54%
14	165622	IMAGINE ECUADOR IMAECUADOR CIA. LTDA.	8587.78	53%
15	31376	EXPEDICIONES APU-LLACTA CIA. LTDA.	104737.02	52%
16	719810	MUNDO AVENTURA EXPEDICIONES-TRAVEL CIA.LTDA.	2320.96	50%
17	51252	SERVICIOS INTERNACIONALES SALMOR CIA. LTDA.	23344.57	50%
18	92264	INCA HOLYDAYS CIA. LTDA.	91029.66	47%
19	726162	JINYUAN S.A.	3120.46	41%
20	712304	ASA TRAVEL EXPED CIA.LTDA.	28751.10	39%
21	720944	RUTA593 OPERADORA DE TURISMO CIA.LTDA.	7737.27	37%
22	37945	PURUHA RAZURKU CIA. LTDA.	15843.63	36%
23	315366	TOURS EXPLORER LINE TOURSEXPLORER CIA.LTDA.	18736.13	34%
24	709444	COMPAÑIA COLUMPIO EL VUELO DEL CONDOR "CONDORFLY" CIA.LTDA.	24528.13	33%
25	161606	INTISAMAY OPERADORA TURISTICA CIA. LTDA.	12184.95	33%
26	311931	FERVYTRAVEL CIA.LTDA.	9749.66	30%
27	51259	TURISMO MAGIC-ECUADOR LARATUR CIA. LTDA.	10653.97	21%
28	64221	EVOLUZIONEVIJAJES CIA. LTDA.	8330.15	20%
29	300696	PURUNCAJAS TRAVEL & TOURS OPERADORA TURISTICA CIA.LTDA.	18324.49	18%
30	182412	MAYORISTA DE TURISMO KT-NOVA CIA.LTDA.	32475.97	15%
31	50649	PALMARVOYAGES C. LTDA.	9726.02	13%
32	61531	PACHAQUILLA TOURS CIA. LTDA.	925.24	5%
33	719796	EXPLORA TRAVEL AGENCY AGENCIA-DE-VIAJES-Y-OPERADORA-DE-TURIS	1139.71	2%
TOTAL PROMEDIO				46%

Fuente: (Superintendencia de Compañías, 2021).

El análisis de rentabilidad se centra ahora en el margen operativo, y los resultados de esta evaluación son los siguientes:

- Veinte microempresas exhiben un margen operativo positivo, con un promedio total del 14% (Tabla 23). Este indicador señala que estas microempresas están generando ganancias netas a través de sus operaciones centrales, lo cual es crucial para su salud financiera y sostenibilidad.
- En contraste, diez empresas presentan un margen operativo negativo, indicando posibles ineficiencias operativas o problemas en la gestión de costos. Este escenario sugiere que los costos operativos y otros gastos asociados superan los ingresos generados por las operaciones. Al analizar estas diez microempresas, se verifica un total promedio del 187%.
- Una empresa registra un margen bruto del 0% debido a que sus costos y gastos coinciden exactamente con sus ingresos, proporcionando información inusual.
- Por último, cuatro empresas muestran un margen bruto del 0% debido a que la suma de sus costos y gastos supera los ingresos generados.

La mayoría de las empresas de la muestra indican un margen operativo positivo lo que nos indica eficiencia en la gestión de costos y rentabilidad en las actividades fundamentales de la empresa. Cuanto mayor sea el margen operativo, mayor será la proporción de los ingresos que queda como beneficio después de cubrir los costos operativos (Merchán, 2015).

Tabla 23. Empresas que presentan la información completa para el cálculo del margen operativo 2022.

EMPRESAS CON INFORMACION COMPLETA				
Nº	EXPEDIENTE	EMPRESAS	MARGEN OPERATIVO	MARGEN OPERATIVO EN PORCENTAJE
1	159881	RUTACERO ECUADOR CIA. LTDA.	5388.77	46%
2	176424	SAN FRANCISCO TRAVEL AGENCIA DE VIAJES INTERNACIONAL FRANTRA	2911.76	38%
3	165622	IMAGINE ECUADOR IMAECUADOR CIA. LTDA.	5998.31	37%
4	726162	JINYUAN S.A.	2224.06	29%
5	721257	FLYNITON CIA.LTDA.	1297.97	27%
6	709444	COMPAÑIA COLUMPIO EL VUELO DEL CONDOR "CONDORFLY" CIA.LTDA.	16047.14	22%
7	719810	MUNDO AVENTURA EXPEDICIONES-TRAVEL CIA.LTDA.	540.26	12%
8	31376	EXPEDICIONES APU-LLACTA CIA. LTDA.	23035.51	11%
9	64221	EVOLUZIONEVIAJES CIA. LTDA.	2969.81	9%
10	51252	SERVICIOS INTERNACIONALES SALMOR CIA. LTDA.	3326.52	7%
11	181760	OROMI OPERADORA ROCA MIRADOR C. L.	321.99	7%
12	96619	BAÑOS XTREMESPORTS CIA. LTDA.	301.27	7%
13	300696	PURUNCAJAS TRAVEL & TOURS OPERADORA TURISTICA CIA.LTDA.	4252.05	4%
14	720944	RUTA593 OPERADORA DE TURISMO CIA.LTDA.	790.57	4%
15	303829	BAMBOO-AMAZON-TOURS CIA.LTDA.	4294.64	4%
16	712304	ASA TRAVEL EXPED CIA.LTDA.	2102.82	3%
17	161606	INTISAMAY OPERADORA TURISTICA CIA. LTDA.	570.09	2%
18	51259	TURISMO MAGIC-ECUADOR LARATUR CIA. LTDA.	716.39	1%
19	311931	FERVYTRAVEL CIA.LTDA.	465.06	1%
20	92264	INCA HOLYDAYS CIA. LTDA.	2427.26	1%
TOTAL PROMEDIO				14%

Fuente: (Superintendencia de Compañías, 2021)

A continuación, procederemos con el análisis del margen neto, para lo cual se han recopilado los siguientes datos:

- Un total de veinte y cinco empresas han logrado generar un margen neto positivo, arrojando un promedio del 13% (Tabla 24).
- En contraste, ocho empresas presentaron un margen neto negativo, con un promedio total del 35%.
- Una empresa particular exhibe un margen neto del 0% debido a que, de manera coincidente, la suma de sus costos y gastos es igual a la de sus ingresos, resultando en un equilibrio que se refleja en el margen neto.
- Finalmente, existe una microempresa donde la suma de sus costos y gastos supera a sus ingresos, lo que resulta en un margen neto negativo del 0%, indicando pérdidas en sus operaciones.

Tras el análisis, observamos que la mayoría de las empresas presentan un margen neto positivo, lo que sugiere que están obteniendo beneficios netos después de deducir todos los costos, gastos e impuestos asociados con sus operaciones. Este resultado es positivo y señala una salud financiera sólida en la muestra analizada. Indica eficacia en la gestión financiera y la capacidad de las microempresas para generar un rendimiento positivo después de cubrir todos los costos.

Tabla 24. Empresas que presentan la información completa para el cálculo del margen neto 2022.

EMPRESAS CON INFORMACION COMPLETA				
N°	EXPEDIENTE	EMPRESAS	MARGEN NETO	MARGEN NETO EN PORCENTAJE
1	159881	RUTACERO ECUADOR CIA. LTDA.	6093.10	45%
2	720944	RUTA593 OPERADORA DE TURISMO CIA.LTDA.	8527.84	37%
3	176424	SAN FRANCISCO TRAVEL AGENCIA DE VIAJES INTERNACIONAL FRANTRA	2911.76	36%
4	165622	IMAGINE ECUADOR IMAECUADOR CIA. LTDA.	5998.31	35%
5	161606	INTISAMAY OPERADORA TURISTICA CIA. LTDA.	12755.04	32%
6	726162	JINYUAN S.A.	2224.06	27%
7	64221	EVOLUZIONEVIJAJES CIA. LTDA.	11299.96	27%
8	721257	FLYNITON CIA.LTDA.	1297.97	25%
9	709444	COMPAÑIA COLUMPIO EL VUELO DEL CONDOR "CONDORFLY" CIA.LTDA.	16047.14	20%
10	31376	EXPEDICIONES APU-LLACTA CIA. LTDA.	24420.10	10%
11	719810	MUNDO AVENTURA EXPEDICIONES-TRAVEL CIA.LTDA.	540.26	7%
12	51252	SERVICIOS INTERNACIONALES SALMOR CIA. LTDA.	3330.59	6%
13	181760	OROMI OPERADORA ROCA MIRADOR C. L.	321.99	5%
14	96619	BAÑOS XTREMESPORTS CIA. LTDA.	301.27	5%
15	163854	STELLA MARIS TRAVEL AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO CIA. LTDA.	1461.94	3%
16	61531	PACHAQUILLA TOURS CIA. LTDA.	998.49	3%
17	92264	INCA HOLYDAYS CIA. LTDA.	9729.04	3%
18	300696	PURUNCAJAS TRAVEL & TOURS OPERADORA TURISTICA CIA.LTDA.	4252.05	2%
19	303829	BAMBOO-AMAZON-TOURS CIA.LTDA.	4294.64	2%
20	712304	ASA TRAVEL EXPED CIA.LTDA.	2159.37	2%
21	51259	TURISMO MAGIC-ECUADOR LARATUR CIA. LTDA.	716.39	1%
22	311931	FERVYTRAVEL CIA.LTDA.	465.06	1%
23	182412	MAYORISTA DE TURISMO KT-NOVA CIA.LTDA.	699.30	1%
24	37945	PURUHA RAZURKU CIA. LTDA.	191.52	1%
25	315366	TOURS EXPLORER LINE TOURSEXPLORER CIA.LTDA.	298.51	1%
TOTAL PROMEDIO				13%

Fuente: (Superintendencia de Compañías, 2021)

Finalmente, el análisis concluyente se centra en el ROE, y la información obtenida para este indicador de rentabilidad es la siguiente:

- En el análisis llevado a cabo, se confirmó que diez y siete empresas de la muestra presentan un ROE positivo, con un promedio total del 10% (Tabla 25).
- Cinco microempresas presentan un valor de ROE inusual debido a que sus porcentajes son muy altos, teniendo un total de promedio del 62%.
- De las empresas restantes, cuatro no generan un ROE debido a que cuentan con patrimonio negativo y una pérdida del ejercicio, llegando a un promedio total del 60%.
- Ocho de estas empresas registraron un porcentaje de ROE negativo, indicando que no han generado ganancias suficientes para cubrir los costos y gastos asociados con su patrimonio neto. En otras palabras, estas empresas no están utilizando eficientemente su capital propio para generar beneficios, lo que puede ser un indicador de problemas financieros y de rentabilidad.
- Por último, una empresa exhibe un ROE del 0%, lo que significa que, aunque pueda estar cubriendo sus costos y gastos, no está generando ganancias adicionales para los accionistas a través de la inversión en el negocio. Esta microempresa tiene un patrimonio positivo pero una utilidad neta negativa y menor al patrimonio.

El promedio del ROE de las microempresas que cuentan con información completa y precisa asciende al 10%, indicando que, en líneas generales, estas empresas están gestionando eficientemente su capital propio para generar beneficios. Este indicador positivo refleja una capacidad razonable para convertir la inversión de los accionistas en ganancias netas. No obstante, es crucial tener en cuenta la variabilidad entre las empresas individuales, ya que algunas pueden mostrar un ROE negativo, señalando posibles desafíos financieros. En resumen, el análisis del ROE proporciona una visión integral de la eficacia en la gestión financiera de estas microempresas.

Tabla 25. Empresas que presentan la información completa para el cálculo del ROE 2022.

EMPRESAS CON INFORMACION COMPLETA			
N°	EXPEDIENTE	EMPRESAS	ROE EN PORCENTAJE
1	181760	OROMI OPERADORA ROCA MIRADOR C. L.	26%
2	303829	BAMBOO-AMAZON-TOURS CIA.LTDA.	26%
3	92264	INCA HOLYDAYS CIA. LTDA.	21%
4	159881	RUTACERO ECUADOR CIA. LTDA.	18%
5	708793	AGENCIA OPERADORA DE VIAJES Y TURISMO GUEVARA VILLAVICENCIO	16%
6	721257	FLYNITON CIA.LTDA.	11%
7	712304	ASA TRAVEL EXPED CIA.LTDA.	11%
8	720944	RUTA593 OPERADORA DE TURISMO CIA.LTDA.	9%
9	719810	MUNDO AVENTURA EXPEDICIONES-TRAVEL CIA.LTDA.	7%
10	311931	FERVYTRAVEL CIA.LTDA.	7%
11	31599	AGENCIA DE VIAJES EXPRESOTOURS CIA. LTDA.	7%
12	51252	SERVICIOS INTERNACIONALES SALMOR CIA. LTDA.	6%
13	64221	EVOLUZIONEVIAJES CIA. LTDA.	6%
14	51259	TURISMO MAGIC-ECUADOR LARATUR CIA. LTDA.	2%
15	61531	PACHAQUILLA TOURS CIA. LTDA.	2%
16	182412	MAYORISTA DE TURISMO KT-NOVA CIA.LTDA.	1%
17	37945	PURUHA RAZURKU CIA. LTDA.	1%
TOTAL PROMEDIO			10%

Fuente: (Superintendencia de Compañías, 2021)

Para concluir, como indica la (Tabla 26) durante el año 2020, las condiciones económicas y comerciales fueron significativamente desafiantes para las treinta y cinco microempresas objeto de estudio. La presencia de una pandemia mundial llevó a restricciones significativas en la movilidad tanto a nivel nacional como internacional, lo que resultó en una paralización de actividades comerciales. Estas condiciones adversas se tradujeron en un margen de rentabilidad menos favorable para las empresas en ese año. Sin embargo, a medida que las restricciones comenzaron a disminuir en los años 2021 y 2022, las treinta y cinco microempresas experimentaron una mejora en sus márgenes de rentabilidad. La flexibilización de las restricciones permitió la reactivación de las operaciones comerciales, llevando consigo un incremento en los resultados positivos. Este patrón sugiere una clara

correlación entre las condiciones económicas y la rentabilidad de las microempresas estudiadas, destacando la resiliencia y capacidad de adaptación de estas frente a los desafíos globales.

Tabla 26. Resultados de rentabilidad para los tres años examinados

Años	Margen Bruto	Margen Operativo	Margen Neto	ROE
2020	51%	23%	19%	6%
2021	54%	11%	10%	5%
2022	46%	14%	13%	10%

3.4 Revisión de la presentación de costos y gastos.

El primer objetivo de este análisis fue verificar si estos estados fueron preparados de acuerdo con la naturaleza o función, lo que nos permitirá obtener información valiosa sobre la situación financiera y la gestión de costos de estas microempresas.

Como se detalló en el capítulo 1, al clasificar los “Estados de Resultados” por naturaleza, se refiere a un método en el cual una entidad categoriza los gastos en sus estados financieros por sus características intrínsecas, tales como depreciación, adquisiciones de materiales, gastos de transporte, beneficios para empleados y gastos de publicidad. En este enfoque, no es necesario redistribuir los gastos de acuerdo con las diferentes actividades realizadas por la entidad, lo que simplifica considerablemente su aplicación. La segunda forma de desglose se refiere al enfoque centrado en la función de los gastos, en la cual los gastos se clasifican según la función que cumplen. En este método, al menos una entidad debe separar los gastos de ventas de los demás gastos (IFRS Foundation, 2001).

Esta breve explicación permite validar y verificar el método mediante el cual se clasifican los 'Estados de Resultados' de las 35 microempresas incluidas en la muestra final.

En los años 2020 y 2021, se llevó a cabo la verificación de los formularios 101, ya que ese era el método de presentación requerido durante esos períodos. Al examinar los formularios 101 presentados por las 35 microempresas, se pudo notar que la clasificación se realizó según la naturaleza de las actividades económicas. Por otro lado, en el año 2022, se implementó un nuevo formulario de presentación conforme a las directrices establecidas por la

Superintendencia de Compañía, Valores y Seguros. En esta ocasión, también se verificó que los formularios continuaron siendo clasificados de acuerdo con la naturaleza de las actividades económicas.

El análisis revela que, de la muestra de 35 microempresas, todos sus “Estados de Resultados” de los años 2020 a 2022 están debidamente clasificados por naturaleza.

En el marco de esta investigación, se llevó a cabo un análisis de la rentabilidad de las 35 microempresas que conforman la muestra. Este estudio se enfocó en evaluar de manera integral los aspectos financieros que influyen en la generación de ingresos y la viabilidad económica de estas organizaciones a pequeña escala. Para ello, se examinó detalladamente los estados financieros, los costos operativos, los márgenes de ganancia y cualquier otro factor relevante que pueda incidir en la rentabilidad de estas empresas. El objetivo de este análisis es proporcionar una visión de la situación financiera de rentabilidad de las microempresas seleccionadas, identificando oportunidades de mejora y proponiendo estrategias que contribuyan al fortalecimiento de su desempeño. Este análisis no solo beneficiará a las empresas individuales, sino que también aportará conocimientos valiosos para la comprensión general de los factores que impulsan o limitan la rentabilidad en el sector turístico de microempresas.

CONCLUSIONES

- Se logró verificar que los "Estados de Resultados" de las treinta y cinco microempresas analizadas, correspondientes a los años 2020, 2021 y 2022, fueron debidamente clasificados siguiendo el método de naturaleza. Este enfoque simplifica la presentación de gastos al categorizarlos según sus características intrínsecas, lo cual proporciona información valiosa sobre la situación financiera y la gestión de costos de estas microempresas.
- Resultados del análisis por año sobre los costos. Año 2020: La mayoría de las microempresas clasificaron sus costos en sueldos y beneficios sociales. En servicios públicos, suministros y otros, se observaron diversas distribuciones, destacando la variabilidad en el enfoque de costos. Año 2021: La clasificación en sueldos, beneficios sociales y suministros persistió. Sin embargo, hubo una mayor uniformidad en la categoría de costos indirectos de fabricación, indicando una tendencia a consolidar ciertos gastos. Año 2022: Se mantuvo la concentración en sueldos y suministros, pero se observaron variaciones significativas en la clasificación de costos indirectos de fabricación, evidenciando una adaptabilidad en la gestión de gastos.
- Algunas empresas concentraron sus costos en una única categoría, mientras que otras diversificaron la distribución, lo que resalta la importancia de comprender las particularidades de cada negocio para una gestión financiera efectiva.
- El análisis financiero de las microempresas en el año 2020 destaca una amplia diversidad de condiciones y desempeño dentro del sector. Mientras algunas microempresas demuestran eficiencia y rentabilidad, otras enfrentan desafíos financieros. El margen bruto revela esta disparidad, subrayando la necesidad de estrategias personalizadas para fortalecer la estabilidad financiera. Asimismo, el análisis del margen operativo destaca la diversidad en el rendimiento operativo, evaluando la rentabilidad de las operaciones principales. El margen neto refleja situaciones financieras variadas, con algunos casos de rentabilidad positiva, desafíos y situaciones atípicas. Por último, el análisis del Retorno sobre el Patrimonio (ROE) revela tanto eficiencia en la utilización del capital como desafíos financieros,

enfaticando la importancia de una evaluación detallada y la presentación transparente de datos financieros para una comprensión precisa del rendimiento empresarial.

- A partir de los datos financieros proporcionados para los años 2020, 2021 y 2022, se pueden extraer varias conclusiones sobre la salud financiera y el rendimiento de la entidad en ese periodo. En el año 2020, la empresa exhibió sólidos indicadores, con un destacado Margen Bruto del 51%, indicando eficiencia en la gestión de costos directos. Sin embargo, a pesar de mantener márgenes operativos y netos saludables, el ROE fue relativamente bajo, situándose en un 6%, sugiriendo que la rentabilidad en relación con el capital propio podría ser mejorada.
- En el año 2021, aunque el Margen Bruto aumentó ligeramente al 54%, los márgenes operativos y netos disminuyeron significativamente a 11% y 10%, respectivamente. Este descenso podría indicar un aumento en los costos operativos y una menor eficiencia en la gestión de gastos totales, afectando negativamente la rentabilidad general con un ROE del 5%.
- En el año 2022, se observa una mejora en la rentabilidad con un ROE del 10%, indicando un rendimiento financiero más sólido en comparación con los años anteriores. Aunque el Margen Bruto disminuyó al 46%, los márgenes operativos y netos experimentaron un aumento a 14% y 13%, respectivamente. Esto podría sugerir una gestión más eficiente de los costos y una mejora en la rentabilidad neta.
- Las microempresas experimentaron fluctuaciones en sus indicadores financieros a lo largo de los tres años analizados. La mejora en el ROE en 2022 indica un esfuerzo exitoso para optimizar la rentabilidad, pero las entidades deberían mantener un enfoque constante en la eficiencia operativa y la gestión de costos para garantizar una trayectoria financiera sostenible.

RECOMENDACIONES

Para el análisis general de las treinta y cinco microempresas, se destaca la importancia de la transparencia y la implementación de estrategias adaptativas. Aquellas con márgenes negativos deben abordar ineficiencias operativas, mientras que las eficientes pueden aprovechar estrategias exitosas para fortalecer la rentabilidad. La gestión financiera proactiva se presenta como clave para garantizar el crecimiento y la sostenibilidad en este diverso sector de microempresas.

Considerando la variabilidad en la distribución de costos entre las empresas, se recomienda una evaluación detallada de la estrategia de asignación de costos. Algunas empresas optan por concentrar sus costos en una única categoría, mientras que otras diversifican su distribución. Entender las particularidades de cada negocio permitirá una gestión financiera más efectiva y adaptada a las necesidades específicas de cada empresa.

Se destaca la diversidad en los márgenes de rentabilidad, se recomienda a las empresas con márgenes negativos revisar y ajustar sus estrategias de fijación de precios, así como abordar posibles ineficiencias operativas. Para aquellas con márgenes positivos, la optimización continua puede consolidar la rentabilidad y contribuir al crecimiento financiero a largo plazo.

Se sugiere a la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros llevar a cabo auditorías aleatorias en relación con la presentación de los informes que emiten. Estas auditorías deberían enfocarse en la adecuada presentación de los Estados Financieros y la correcta clasificación de los valores. Es fundamental que sustenten la información proporcionada para prevenir la inclusión de valores dentro de categorías incorrectas. Este enfoque garantizará la integridad y precisión de los informes, fortaleciendo la transparencia y la calidad de la información financiera presentada por las entidades bajo su supervisión.

BIBLIOGRAFIA

- Banco Central del Ecuador. (2020a, February 28). *Banco Central del Ecuador*.
<https://www.bce.fin.ec/boletines-de-prensa-archivo/el-533-de-la-produccion-nacional-se-genera-en-guayas-y-pichincha>
- Banco Central del Ecuador. (2020b, September 30). *LA ECONOMÍA ECUATORIANA DECRECIÓ 12,4% EN EL SEGUNDO TRIMESTRE DE 2020*. <https://www.bce.fin.ec/boletines-de-prensa-archivo/la-economia-ecuatorial-decrecio-12-4-en-el-segundo-trimestre-de-2020>
- Banco Central del Ecuador. (2021, January 4). *LA ECONOMÍA ECUATORIANA CRECIÓ 4,5% EN EL TERCER TRIMESTRE, AL COMPARAR CON EL SEGUNDO TRIMESTRE DE 2020*.
<https://www.bce.fin.ec/boletines-de-prensa-archivo/la-economia-ecuatorial-crecio-4-5-en-el-tercer-trimestre-al-comparar-con-el-segundo-trimestre-de-2020>
- Banco de Negocios. (2020, July 24). *Tipos de rentabilidad*. <https://www.ebnbanco.com/blog/tipos-de-rentabilidad/>
- Choy, E. (2012). *El dilema de los costos en las empresas de servicios*. 20, 7–14.
- Coca, M. (2022). *Gastos fijos y variables, ¿en qué consisten y cómo se diferencian?*
<https://www.bbva.com/es/salud-financiera/gastos-fijos-y-variables-en-que-consisten-y-como-se-diferencian/>
- Coll, F. (2023, January 2). *Gasto ¿Qué es?* <https://www.rankia.com/diccionario/economia/gasto>
- Corporación Financiera Nacional. (2022, March). *FICHA SECTORIAL TURISMO SUBGERENCIA DE ANÁLISIS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS*. <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/downloads/biblioteca/2022/fichas-sectoriales-1-trimestre/Ficha-Sectorial-Turismo.pdf>
- Díaz, N. (2021a, June 1). *Rentabilidad bruta*. <https://economipedia.com/definiciones/rentabilidad-bruta.html>
- Díaz, N. (2021b, June 1). *Rentabilidad neta*. <https://economipedia.com/definiciones/rentabilidad-neta.html>
- Hurtado, E., Ordeñana, J., & Romero, E. (2018). *Contabilización de los costos en las empresas de actividades hoteleras y su impacto en la rentabilidad*.
- IFRS Foundation. (2001). *Presentación de Estados Financieros*.
- Merchán, M. (2015). *La Gestión Financiera en las Pymes*.
- Morales, J. (2023, February 14). *La importancia del turismo y las empresas turísticas en las economías de los países*. <https://www.inesem.es/revistadigital/gestion-empresarial/importancia-de-las-empresas-turisticas-en-la-economia/#:~:text=Las%20empresas%20tur%C3%ADsticas%20son%20aquellas,en%20la%20econom%C3%ADa%20del%20pa%C3%ADs.>
- Morillo, M. (2001). Rentabilidad Financiera y Reducción de Costos. In *Actualidad Contable FACES*. Año (Vol. 4, Issue 4).

- Ojeda, C., Gutiérrez, J., & Córdova, L. (2021). *Desempeño económico-financiero 2010-2019 de empresas longevas en el Ecuador: ¿Avance o retroceso*. 40, 89–104.
<https://doi.org/10.31095/podium.202>
- Ramírez, D. (2019). *Contabilidad Administrativa - Décima Edición*.
- Sánchez, B. (2009). *Problemática de conceptos de costos y clasificación de costos*. 16(32), 103–112.
- Soriano, E. (2016). *Análisis de Caso, previo a la obtención del Título de Ingeniero en Contabilidad y Auditoría CPA*.
- Superintendencia de Compañías, V. y S. (2021). *Ranking de compañías*.
<https://appscvsmovil.supercias.gob.ec/ranking/reporte.html>