



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

TEMA:

**COSTO DE SERVICIO DE HOSPEDAJE Y LA RENTABILIDAD DEL
HOTEL MARVENTO II DEL CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE
SANTA ELENA, AÑO 2017.**

TRABAJO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

AUTOR:

César Andrés Santos Franco

LA LIBERTAD - ECUADOR

ENERO-2019



**COSTO DE SERVICIO DE HOSPEDAJE Y LA RENTABILIDAD DEL
HOTEL MARVENTO II DEL CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE
SANTA ELENA, AÑO 2017.**

AUTOR:

Santos Franco César Andrés

TUTOR:

Ing. Toro Álava Wilson, MSc

RESUMEN

En el presente trabajo de investigación se determinó que el Hotel Marvento II, no dispone de un sistema de costos que coadyuven a determinar los elementos por cada servicio prestado o costos por habitación, es decir la fijación es deficiente, el hotel sólo costea y asigna precios de acuerdo con su experiencia o la trayectoria que tienen prestando este tipo de servicios. Asimismo, no se conoce el porcentaje de rentabilidad que se obtiene dentro de un determinado periodo, puesto que; los valores solo son comparados con la utilidad o en relación al Estado de Pérdidas y Ganancias de periodos pasados. El objetivo principal es determinar el efecto del costo del servicio de hospedaje en la rentabilidad Hotel Marvento II, Cantón Salinas, Provincia Santa Elena, año 2017. Para dicho proceso investigativo, se procedió a fundamentar con aportes teóricos y normativas legales vigentes, permitiendo ampliar criterios y definiciones que coadyuven al tema estudiado. La investigación descriptiva brindó una percepción de las actividades administrativas-financieras y la descripción de la problemática, la identificación de las causas-efectos de la deficiente aplicación de los sistemas o modelos de costos y su influencia en la rentabilidad de la empresa. A través de examinar información pertinente y oportuna de fuentes primarias como las entrevistas y encuestas al personal administrativo y operativo del hotel. Después de haber aplicado el modelo de costos se podrá establecer los valores reales de los elementos del costo: materia prima o materiales directos, mano de obra y costos indirectos de fabricación.

Palabras claves: Costos, sistema y tipos de costos, rentabilidad, toma de decisiones.



**COST OF HOSPITALITY SERVICE AND THE PROFITABILITY OF
HOTEL MARVENTO II DEL CANTÓN SALINAS, PROVINCE OF
SANTA ELENA, YEAR 2017.**

AUTOR:

Santos Franco César Andrés

TUTOR:

Ing. Toro Álava Wilson, MSc

ABSTRACT

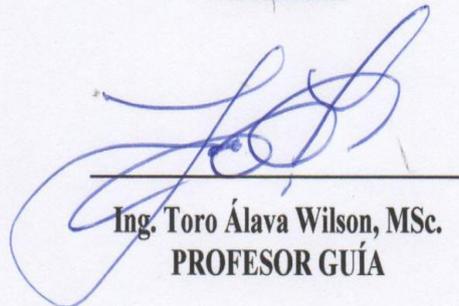
In the present work of investigation it was determined that the Hotel Marvento II, does not have a system of costs that help to determine the elements for each service provided or costs per room, that is, the fixation is deficient, the hotel only costs and allocates prices according to their experience or the trajectory they have providing this type of services. Also, the percentage of profitability obtained within a certain period is not known, since; the values are only compared with the profit or in relation to the Profit and Loss Statement of past periods. The main objective is to determine the effect of the cost of the lodging service on the profitability of Hotel Marvento II, Cantón Salinas, Province of Santa Elena, 2017. For this investigative process, it was based on current legal and theoretical contributions, allowing to expand criteria and definitions that contribute to the subject studied. The descriptive research provided a perception of the administrative-financial activities and the description of the problem, the identification of the causes-effects of the poor application of the systems or cost models and their influence on the profitability of the company. Through examining pertinent and timely information from primary sources such as interviews and surveys of the administrative and operational staff of the hotel. After having applied the cost model, it will be possible to establish the real values of the cost elements: raw material or direct materials, labor and indirect manufacturing costs.

Keywords: Costs, system and types of costs, profitability, decision making..

APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

En mi calidad de Profesor Guía del trabajo de titulación, “COSTO DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE Y LA RENTABILIDAD DEL HOTEL MARVENTO II DEL CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2017”, elaborado por el Sr. César Andrés Santos Franco, egresado de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Licenciado en Contabilidad y Auditoría, me permito declarar que luego de haber dirigido científicamente y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual lo apruebo en todas sus partes.

Atentamente



**Ing. Toro Álava Wilson, MSc.
PROFESOR GUÍA**

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

El presente Trabajo de Titulación con el Título de **“COSTO DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE Y LA RENTABILIDAD DEL HOTEL MARVENTO II DEL CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA AÑO 2017”**, elaborado por **Santos Franco César Andrés**, declara que la concepción, análisis y resultados son originales y aportan a la actividad científica educativa empresarial y administrativa.

Transferencia de derechos autorales.

Declaro que, una vez aprobado el tema de investigación otorgado por la Facultad de **Ciencias Administrativas** carrera de **Contabilidad y Auditoría**, pasan a tener derechos autorales correspondientes, que se transforman en propiedad exclusiva de la **Universidad Estatal Península de Santa Elena** y, su reproducción, total y parcial en su versión original o en otro idioma será prohibida en cualquier instancia.

Atentamente,



SANTOS FRANCO CÉSAR ANDRÉS

C.C. No.: 092838352-0

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la vida, inteligencia y la fortaleza para realizar todas mis actividades en este período de vida estudiantil.

Agradezco al HOTEL MARVENTO II, por haber autorizado la realización de mi trabajo de grado.

Agradezco también al Ing. Wilson Toro Álava por haber colaborado en la revisión, corrección de mi trabajo de investigación.

Agradezco a mis padres quienes me han apoyado y han podido guiarme para terminar mis estudios.

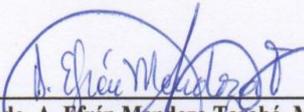
César Santos Franco.

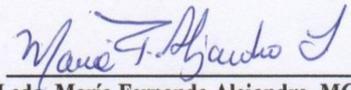
DEDICATORIA

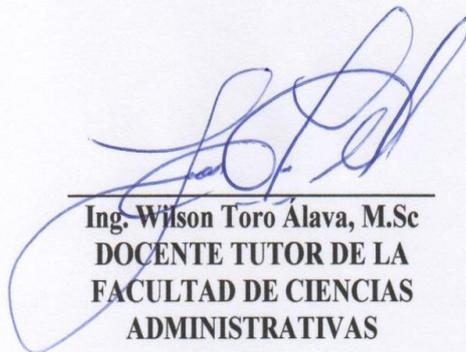
El presente trabajo de investigación se lo dedico a Dios, por la vida, por haber sido mi motivación para seguir adelante, a mis padres quienes han sido un apoyo fundamental en todo los momentos de mi vida académica y personal, a mi esposa y a mi hijo quienes son mi inspiración para superarme y además a mis amigos quienes con su apoyo he aprendido muchas cosas en la vida.

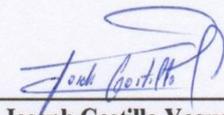
César Santos Franco.

TRIBUNAL DE GRADO


Lcdo. A. Efrén Mendoza Tarabó, M.Sc.
DECANO(E) DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS


Lcda. María Fernanda Alejandro, MCA.
DIRECTORA (E) DE LA
CARRERA DE CONTABILIDAD Y
AUDITORÍA


Ing. Wilson Toro Alava, M.Sc.
DOCENTE TUTOR DE LA
FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS


Lcdo. Joseph Castillo Yagual, M.Sc.
DOCENTE ESPECIALISTA DE
LA FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS


Ab. Víctor Coronel, MSc.
SECRETARIO (E) GENERAL DE LA
UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN	ii
ABSTRACT.....	iii
APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA	iv
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD	v
AGRADECIMIENTO	vi
DEDICATORIA	vii
TRIBUNAL DE GRADO	viii
ÍNDICE GENERAL	ix
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xiii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	7
MARCO TEÓRICO.....	7
1.1. Revisión de la Literatura	7
1.2. Desarrollo de teorías y conceptos.....	10
1.2.1 Costo de Servicio	10
1.2.1.1 Elementos de costos	12
1.2.1.2 Clasificación de los costos.....	15
1.2.1.3 Sistemas de costos	18
1.2.2 Rentabilidad	21
1.2.2.1 Métodos de análisis	21
1.2.2.2 Medidas de rentabilidad sobre las ventas.....	23
1.2.2.3 Toma de decisiones financieras	26
1.3. Fundamentos Legales.....	28
CAPÍTULO II.....	32
MATERIALES Y MÉTODOS	32
2.1. Tipo de investigación	32
2.2. Métodos de investigación.....	33

2.3. Diseño de muestreo	35
2.4. Técnicas e instrumentos	36
CAPÍTULO III.....	38
RESULTADOS	38
3.1. Análisis de los resultados	38
3.1.1 Análisis de la entrevista al Contador General	38
3.1.2 Análisis de entrevista a Gerente del Hotel Marvento II	42
3.1.3 Análisis de entrevista a Administradora del Hotel Marvento II.....	44
3.1.4 Análisis de resultados encuesta a personal operativo: Camareros	46
3.2. Limitaciones.....	56
3.3. Resultados.....	56
3.4. Propuesta.....	58
Conclusiones	78
Recomendaciones	79
BIBLIOGRAFÍA	80
ANEXOS	84

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Población.....	36
Tabla 2. Valoración de la calidad del servicio de hospedaje del Hotel.....	48
Tabla 3. Valoración instalaciones del Hotel.....	49
Tabla 4. Suministros para la prestación del servicio de hospedaje	50
Tabla 5. Valoración de la tarifa del servicio de hospedaje.....	51
Tabla 6. Personal capacitado para el servicio de hospedaje.....	52
Tabla 7. Valoración de la remuneración recibida	53
Tabla 8. Valoración de horas laborables acorde a remuneración.....	54
Tabla 9. Importancia del control de las actividades	55
Tabla 10. Estado de Resultados del Hotel Marvento II.....	57
Tabla 11. Material directo	60
Tabla 12. Costo de M.O.D	62
Tabla 13. Total de m2 Diario	63
Tabla 14. Costo total diario por tipo de habitaciones.....	64
Tabla 15. Costos indirectos de fabricación	65
Tabla 16. Hoja de Costo de habitación doble.....	66
Tabla 17. Hoja de Costo de habitación matrimonial.....	67
Tabla 18. Hoja de Costo de habitación cuádruple.....	67
Tabla 19. Hoja de Costo de habitación séptuples.....	68
Tabla 20. Resumen de Costos	70
Tabla 21. Determinación de Costos y Método de porcentos integrales.....	74
Tabla 22. Comparación de Estado de Resultados	75
Tabla 23. Rentabilidad bruta o de las ventas.....	76
Tabla 24. Rentabilidad operacional.....	77

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Valoración de infraestructura del Hotel Marvento II.....	46
Gráfico 2. Valoración de la administración del Hotel Marvento II	47
Gráfico 3. Valoración de la calidad del servicio de hospedaje del Hotel.....	48
Gráfico 4. Valoración instalaciones del Hotel	49
Gráfico 5. Suministros para la prestación del servicio de hospedaje	50
Gráfico 6. Valoración de la tarifa del servicio de hospedaje	51
Gráfico 7. Personal capacitado para el servicio de hospedaje.....	52
Gráfico 8. Valoración de la remuneración recibida	53
Gráfico 9. Valoración de horas laborables acorde a remuneración.....	54
Gráfico 10. Importancia del control de las actividades.....	55
Gráfico 11. Servicios Turísticos de Santa Elena	99

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia	85
Anexo 2. Entrevista al Contador General	86
Anexo 3. Entrevista al Gerente	87
Anexo 4. Entrevista a Administradora del Hotel Marvento II	88
Anexo 5. Encuesta: Camareros	89
Anexo 6. Rol de Pagos del Mes de Noviembre 2017	91
Anexo 7. Provisiones sociales.....	92
Anexo 8. Total de personas por habitación.....	93
Anexo 9. Evidencia de visita al Hotel Marvento II.....	94
Anexo 10. Evidencia de entrevistas y encuestas	95
Anexo 11. Tipo de habitaciones del Hotel Marvento II.....	96
Anexo 12. Servicio del Hotel	97
Anexo 13. Precios por tipo de habitaciones del Hotel Marvento II.....	98
Anexo 14. Estado de pérdidas y ganancias. Servicio de Alojamiento Nacional...	99

INTRODUCCIÓN

El mundo globalizado requiere adaptarse a cambios tanto en el ámbito: político, económico, sociocultural, y tecnológico, sin la excepción del ámbito administrativo y contable. En este contexto, las empresas enfrentan nuevos retos, tratando de cumplir estándares internacionales que le permitan ser más competitivas y atractivas. Por tal razón, requieren una preparación adecuada de su información contable y de costos para que pueda ser interpretada y resulte beneficiosa por todos los usuarios conforme lo establecen las normativas contables vigentes.

En Ecuador el sector hotelero es importante en la economía; por tal razón, se ha invertido en gran variedad de empresas dedicadas a ofrecer servicios de alojamiento, restauración, y otros servicios complementarios. Sin embargo, de acuerdo a los datos obtenidos de la Corporación Financiera Nacional (2017), el país en cuanto a los servicios de alojamiento, en el 2016 tuvo una utilidad menor en relación a los años anteriores 2012 al 2015, reflejados en el Estado de Pérdidas y Ganancias. (Ver Anexo 14).

La provincia Santa Elena cuenta con 633 establecimientos registrados como turísticos, distribuidos en 233 de alojamiento que representan el 33,3%, 429 alimentos y bebidas el 61,4%, 27 de agencias de viajes, salas de juego, bingos, hipódromos, parque de atracciones estables, y transportación turística con el 1,3%, siendo los servicios asociados al turismo el segundo rubro de mayor aporte a la provincia, pues generaron el 15% del Producto Nacional Bruto, con 72 millones de dólares. (PDOT, GAD Santa Elena, 2011, pág. 7-77). (Ver Gráfico 11).

Las empresas del servicio de alojamiento en muchas ocasiones han incurrido a la fijación de precio de manera empírica, sin considerar las características diferenciadas que intervienen en la prestación de los servicios de hospedaje, restauración y otros, sin embargo es necesario que cuenten con información contable que les permita ser competitiva en un mercado específico, contribuyendo a la correcta toma de decisiones, competitividad, y mejorando el rendimiento de la organización.

La sostenibilidad y sustentabilidad de la actividad turística de la provincia de Santa Elena, se concentra en gran parte en los establecimientos de bebidas y hospedaje en la infraestructura hotelera, es estratégica para su desarrollo económico, establecidos en los tres cantones: Santa Elena, La Libertad y Salinas. Es importante que los establecimientos de servicios turísticos obedezcan o sigan estándares, regulaciones y controles en los ámbitos del servicio de calidad, incluyendo temas de controles sanitarios, ambientales, de capital humano y no dejando de lado los precios.

El Hotel Marvento II ubicado en el cantón Salinas, provincia de Santa Elena, es uno de los más de 105 lugares de alojamiento, cuenta con más de 15 años en el mercado prestando servicio de hospedaje en habitaciones sencillas, matrimoniales, dobles, triples, cuádruples, quintuples y séptuples, contando éstas con varios servicios como aire acondicionado, televisión por cable, Wi-fi, además de desayunos incluidos, garaje privado y piscina.

A través de visitas, diálogos y observaciones previas a la investigación, considerando los 15 años del Hotel Marvento II, su funcionamiento, la variedad

de administraciones que han pasado, se evidencia la limitada aplicación del costo, dificultando el cálculo, evaluación y visualización de los valores reales que incurren en sus actividades de operación, y con ello se dificulta la cuantificación de la utilidad del servicio prestado, realizando esta actividad de manera empírica, por lo que fija sus costos de acuerdo al comportamiento de su competencia, basado en datos de años anteriores.

La realidad económica de los últimos 12 meses del Hotel Marvento II, año 2017 muestra que en los meses de Enero, Febrero, Mayo, Junio, Septiembre, Octubre, Noviembre y Diciembre tuvo más del 70% de gastos en promedio en relación a sus ingresos, llegando a un máximo del 82% y que solo en los meses de Marzo, Abril, Julio y Agosto alcanzaron cerca del 50%, cabe mencionar que estos 4 meses son de temporada alta, es decir, de costa y de sierra, ocasionando con estos que en varios meses solo se obtenga una rentabilidad mínima por el servicio prestado.

Entre las causas que se resaltan, es el limitado nivel de reconocimiento de los elementos, costos distribuidos en referencia al tiempo, lo que ocasiona que el margen de utilidad de la empresa se refleje de manera inadecuada, imposibilitando determinar la razonabilidad de sus ganancias o pérdidas al término del ejercicio fiscal, esto afecta además a la consecución de los objetivos económicos. Otro aspecto a señalar es el bajo nivel de conocimiento de un sistema de cuantificación y medición de los costos, es decir, un manejo técnico y eficiente de los recursos del hotel, dificultando la mejora de su competitividad, careciendo de motivación, y el aprovechamiento de proyectos para la creación de valor.

Se destaca que en el Hotel Marvento II existe un deficiente control de los costos del servicio de hospedaje, por lo cual se desconoce la verdadera situación financiera de un periodo determinado, ocasionando una limitada toma de decisiones oportunas, de hecho, las empresas deben tomar decisiones sobre sus costos y las ventas, obtener esta información se podrá corregir errores del pasado y preparar mejor administración en el futuro.

Toro (2016) indica que un sistema de costos de calidad sirve como una herramienta contable y administrativa que proporciona a las empresas identificar, clasificar, cuantificar y priorizar sus erogaciones, que permitan optimizar los esfuerzos, mejorar en los niveles de calidad, costo y servicio, incrementando su competitividad y rentabilidad en el mercado que se desenvuelven. (s/n).

En este sentido, el presente trabajo de investigación trata de responder a las siguientes interrogantes: ¿Cómo el costo de servicio de hospedaje determina la rentabilidad real del Hotel Marvento II, cantón Salinas, provincia Santa Elena?

¿Cuál es el efecto de la identificación de los elementos del Costo del servicio de hospedaje en la razonabilidad de ganancias o pérdidas al término del ejercicio fiscal? ¿Cuál es el efecto de la medición de los costos en la competitividad de la empresa? ¿Qué impacto tiene un modelo de costo adecuado en la toma de decisiones?

Es por esto que el objetivo general de la presente investigación es determinar el costo del servicio de hospedaje mediante procedimientos contables para la medición de la rentabilidad del Hotel Marvento II, Cantón Salinas, Provincia

Santa Elena, año 2017. Como tareas científicas, la investigación busca la identificación de los elementos del Costo que intervienen en el servicio de hospedaje y su efecto en la fijación de precios, la medición de los costos y su efecto en la razonabilidad de ganancias o pérdidas el ejercicio fiscal de la empresa y la determinación de un modelo de costo adecuado en la toma de decisiones.

Debido a que el mercado turístico es muy competitivo en precios, las empresas requieren maximizar sus utilidades manteniendo costos competitivos, para esto; es necesario que utilicen las diversas técnicas, métodos y herramientas que les permitan conocer, valorar sus costos y optimizar los recursos utilizados en el producto final. De ahí emerge la necesidad que el Hotel Marvento II, tome con mucha responsabilidad el manejo del área contable con la finalidad de analizar adecuadamente un margen de utilidad permitiéndole la generación de ingresos adecuados para cubrir los costos y gastos incurridos por la venta de un bien o por la prestación de un servicio.

La correcta aplicación de la Contabilidad de Costo mejorará o beneficiará a todos quienes forman parte del hotel tanto accionistas, personal administrativo, de servicios, cliente, proveedores y demás que estén involucrados tanto directa como indirectamente en la actividad. Así como también la ejecución de métodos de costeo contribuirá a la mejora de la toma de decisiones en cuanto al manejo de tarifas y precio de ventas por parte de la administración, cuando se efectúen publicidad y propagandas.

Por tanto, la idea a defender es: A través de un Sistema de Costos se determinara la rentabilidad real del Hotel Marvento II, cantón Salinas, provincia de Santa Elena, año 2017.

El trabajo se estructura en diferentes puntos que coadyuvan a la realización de la misma. Se establece de la siguiente manera:

Capítulo I, se establece el marco teórico que consiste en la redacción de revisión de la literatura, el desarrollo de teorías o conceptos y el fundamento legal de la investigación.

En el capítulo II se presentan los materiales y métodos utilizados para el estudio; es decir, tipo de investigación, métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Capítulo III se presenta el análisis de los resultados, en donde se señala además las conclusiones y recomendaciones del estudio, se detalla también la propuesta de un “Modelo de determinación de costos de servicio de hospedaje y ratios de rentabilidad en el Hotel Marvento II”.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. Revisión de la Literatura

Las empresas turísticas de hospedaje hoy en día tienen que estar buscando una mejora de la productividad y de la calidad del servicio; procurar una acumulación y concentración del volumen de actividad sobre la que se asentará su fuerza y generar una capacidad para negociar de forma ventajosa, con proveedores o clientes.

El aporte a este estudio se orienta en bases teóricas y trabajos investigativos, existen pocas o escasas investigaciones acerca de Costo de Servicio de Hospedaje y la Rentabilidad Hotelera. Sin embargo, se ha considerado algunos trabajos relacionados a la temática.

Rocha & Martínez (2012) en su investigación “Utilidad de la información de costo de Alojamiento para la toma de decisiones: Un estudio en los hoteles de la ciudad de Medellín”, en el que plantea la importancia de generar información pertinente y útil del costos de servicio de alojamiento que permita la correcta para la toma de decisiones en las empresas hoteleras de la ciudad de Medellín, resaltando que los sistemas contables de servicio y costos son expresados en un

solo estado financiero que sólo muestra el ingreso por alojamiento, pero en lo referente a los costos, estos no son clasificados y se registran como un gasto más, razón por la dificultad de conocer el costo real de la operatividad. La investigación tiene como objetivo, proporcionar una perspectiva diferente en la generación de información contable pertinente, tener un sentido práctico, y marcarse como uno de los objetivos más importantes de la empresa, pues éste, posibilita la gestión racional de los procesos. La metodología utilizada es de carácter descriptivo, indagando el origen de los procedimientos y metodología de costeo utilizada; los resultados evidencian que los hoteles de Medellín estudiados carecen de información detallada y concebida en un solo estado financiero, que contiene los costos de manera global dificultando el control de suministros.

Phala (2015) en su investigación Gestión de costos de servicio y rentabilidad de hotelería e inversiones Latino S.A - Hotel Tierra Mística Qalasaya de la ciudad de Puno, períodos 2009-2010, señala que el conocimiento de los costos de servicio de hospedaje y su aplicabilidad en el hotel determina e influye en la rentabilidad al finalizar cada ejercicio correspondiente. Es sumamente necesaria la aplicación y el mecanismo, pues proporciona datos relativos a los costos de servicio de hospedaje, para la evaluación, forma y control, con el fin de impulsar el crecimiento de la empresa. La metodología empleada es de carácter descriptivo, debido a que detalló cada uno de los costos directos e indirectos que intervienen en el costo del servicio, además permitió la explicación de la situación actual del Hotel.

El estudio mencionado, describe la relación entre servicio hotelero y la rentabilidad de la empresa, es una actividad que requiere de un conocimiento técnico para el desarrollo de la actividad, además de conocer y establecer la estructura de costos, los cuales influyen directamente en la rentabilidad del servicio. Por ello, la función administrativa-financiera de la empresa requiere conocer los mecanismos de costos, que permitan obtener información precisa y oportuna, controlar los costos y obtener utilidades y beneficios; además de permitir tomar las mejores decisiones adecuadas.

Rodrigo (2016) Revista de la empresa digital, en su artículo titulado “Costos y rentabilidad en mi empresa”, señala que el análisis de los costos en una empresa es fundamental para entender de manera integral si un negocio es rentable o no. En ocasiones las empresas solo tienen en cuenta los costos fijos y variables pero no saben el impacto que tienen los costos ocultos de los productos o servicios brindados.

Desde esta perspectiva se enfatiza que el cálculo de los costos es indispensable para una correcta gestión empresarial, pues si se establecen precios de ventas sin establecer si éste cubre el precio de ventas no se observará rentabilidad necesaria para que la empresa prospere.

Rodríguez L.(2017) en su investigación “La asignación de costos y la rentabilidad en el Hotel Volcano de la ciudad de Baños de Agua Santa”, enfatiza que las exigencias generadas por el cliente son mayores en cuanto a la calidad servicio y

precio; generando que las tendencias mundiales que rigen actualmente el campo empresarial, reconozcan la importancia de contar con información de costos que les permita conocer cuál de sus productos y/o servicios son rentables y cuáles no, lleva a las empresas a poseer una ventaja competitiva sobre otras, pues con dicha información la dirección toma decisiones estratégicas y operativas de forma acertada. La investigación utilizó una metodología de tipo descriptivo debido a que facilitó determinar los elementos que componen los costos operativos del Hotel Volcano, para así concluir en alternativas lógicas que ayude al mejoramiento de los procesos administrativos – contables del hotel.

De acuerdo con el criterio del autor, se menciona que el buen manejo de los costos en las empresas hoteleras en cuanto a hospedaje se refiere, es uno de los aspectos más importantes pues permite tomar buenas decisiones, además de obtener un producto o servicio de calidad, gastando el menor dinero posible, ofreciendo precios razonables a los clientes, participar de manera competitiva ante otras empresas, y obtener la mayor rentabilidad e ingresos, por ello es indispensable tener un control de costos.

1.2. Desarrollo de teorías y conceptos

1.2.1 Costo de Servicio

Las empresas cada vez más, necesitan establecer mecanismos de control de sus costos, que ayuden a la gerencia a tomar correctamente sus decisiones. Oriol & Soldevila (2014), la contabilidad de costos es un sistema de información diseñado

para suministrar información a los administradores de los entes económicos, comerciales industriales y de servicios que les brinda la oportunidad de planear, clasificar, controlar, analizar e interpretar el costo de bienes y servicios que produce o comercializa.

Para toda empresa la contabilidad de costo está en permanente función de análisis, permite “observar variaciones en todas las transacciones que se realicen en el proceso tanto de producción como control en incrementos o disminuciones que justifiquen la rentabilidad real”. Actualmente la competencia y los cambios tecnológicos, motivan a las organizaciones a desarrollar en el seno de éstas, sistemas de control.

En el pasado, la contabilidad de costos se utilizaba exclusiva y fundamentalmente para el control de costos y el análisis de los resultados de la gestión. Sin embargo; en la actualidad el desarrollo de nuevas técnicas de costo ha logrado variar los objetivos de ésta, las cuáles son: a) la mejora de la rentabilidad del producto, b) la reducción de costos y c) la obtención de información más ágil y relevante para la gestión. García D (2006).

En este contexto se determina la importancia de la Contabilidad de costos como una herramienta imprescindible para obtener información que permita tomar decisiones tales como fijación de precios de venta y descuentos, potenciación o eliminación de productos y procesos o la reducción de costes.

Los costos pueden definirse como inversiones que determinada empresa realiza con la expectativa de obtener beneficios presentes y futuros. Laporta (2016) indica

“los costos son el valor monetario sacrificado o equivalente, por productos y servicios, que se espera que brinden un beneficio corriente o futuro a la organización”. (pág. 41). Los costos constituyen las erogaciones incurridas para producir o prestar servicio, en los que intervienen elementos como la materia prima, a mano de obra y los costos indirectos necesarios para fabricar un producto.

El costo de la producción o prestación de servicios de hospedaje puede definirse como la expresión monetaria de los recursos de todo tipo empleados en el proceso de atención a los huéspedes y usuarios de los servicios.

La importancia del costo, radica en la valoración del conocimiento predeterminado del costo obtenido por los diferentes métodos, y el objetivo es el resultado esperado de la venta de un producto o prestación de servicio. Es decir, conocer cuánto se debe invertir para producir un artículo o prestar un servicio para fijar el precio de venta, controlar el mismo costo a través de sus variaciones, tomar decisiones necesarias a nivel del producto o servicio para mantener una tasa de rendimiento razonable y comparar el presupuesto los costos reales.

1.2.1.1 Elementos de costos

Determinar los costos de producción o servicio, implica identificar los elementos esenciales y necesarios que interviene en el proceso, considerando siempre los límites económicos. La competitividad del mercado actual exige que la estructura empresarial y costos dependan directamente del volumen de ocupación y de las

políticas del manejo operacional como el control de costos, en que es necesario determinar el efecto de cada elemento que interviene.

Los elementos de costo de un producto o servicio, o sus componentes son:

- ✓ Material directo o materia prima
- ✓ Mano de obra directa
- ✓ Costo indirecto del servicio

1) Material directo o materia prima

Según Rodríguez R. (2012) Elemento base para la producción de bienes de capital, de uso o de servicio o productos, que regularmente tiene la mayor participación en el costo, siendo su naturaleza el origen del diseño, proceso y terminado, por ejemplo material para construcción, cuero para zapatos y prendas de vestir. (pág. 21)

En la prestación de servicios la materia prima es la disponibilidad de materiales, bienes, equipos, o contratación de éstos para la prestación, por ejemplo el hotel dispone de habitaciones para el servicio de alojamiento o también puede rentar un edificio para tal objetivo. Desde esta perspectiva, se señala que la materia prima, son todos los insumos que se incluyen e incorporan en un producto final, es decir, en el servicio de hospedaje, son todos los materiales y suministros que sirven de complemento para brindar un servicio de alojamiento.

2) Mano de obra directa

Arredondo (2015) Representa el personal que interviene en el proceso productivo, sin el cual, por automatizada que pudiera estar una industria, sería imposible la transformación de la materia prima. Son los pagos que se hacen a las personas que están relacionadas directamente con la fabricación del producto, como el sueldo de quienes pegan la suela a los zapatos, le ponen el cierre a los pantalones, preparan la masa en una panadería o ensamblan partes de un automóvil. (pág. 24)

La mano de obra es considerada el elemento más importante de cualquier empresa, cuanto más para aquellas que prestan servicios, siendo el recurso humano necesario para que efectúe, supervise y controle la operación, generando así un costo de mano de obra. En relación con la prestación de servicio hotelero, es necesario que para establecer la proyección de necesidad de mano de obra, se determine el número y tipo de habitaciones y metros cuadrados por habitación.

3) Costos Indirectos

Según Feijoó, García, & Degrossi (2018) los costos indirectos “son aquellos que no se pueden identificar con el producto o proceso, siendo necesario realizar un prorrateo para imputar el monto de costo correspondiente. El alquiler del local de producción, la energía eléctrica y el gas son claros ejemplos de este tipo de costos”.

Los costos indirectos son todos los rubros que intervienen indirectamente en la prestación de un servicio; estos costos radican como por ejemplo el servicio de agua, energía y servicios de reparaciones entre otros.

1.2.1.2 Clasificación de los costos

- **Costos Totales**

Dentro de un producto o servicio que una empresa genere, pueden existir diferentes tipos de costos, entre estos los costos totales. Rincón & Villareal, (2010) Es la sumatoria de los costos en que se incurrieron en la elaboración de un determinado producto dirigido a una orden de producción.

Los elementos del costo total son:

- Material directo
- Mano de obra directa
- Costos indirectos de fabricación (pág. 42)

Los costos totales se definen como el término económico que se refiere a la sumatoria de todos los costos incluyendo los costos fijos y costos variables.

- **Costos fijos**

Rincón & Villareal (2010) mencionan que los costos fijos “son las inversiones que permanecen constantes dentro de un periodo determinado, sin importar si cambia el volumen de producción” (pág. 29). Se refiere a erogaciones en que la empresa

debe cumplir obligatoriamente, aun cuando esta opere a media marcha, o no lo haga. Por ejemplo, los pagos de arrendamiento, puesto que aún cuando no se venda tendrá que cancelarse, así también, los pagos laborales y servicios públicos.

- **Costos variables**

Rincón & Villareal (2010) Varían directamente y proporcionalmente a los cambios en el volumen de producción (pág. 29). Se refiere a los costos de producción o servicios que varían dependiendo del nivel de producción. Es decir, aquel costo que aumenta o disminuye según aumente o disminuya la producción, es conocido como costo variable, ejemplo claro de los costos variables del servicio de hospedaje es la materia prima, entre más huéspedes tenga el hotel, más jabones, papel higiénico y shampoo se requiere, o caso contrario, entre menos huéspedes tenga, menos materia prima se requiere.

- **Costo unitarios**

Todas las empresas productoras o prestadoras de servicios consideran el cálculo del costo unitario como una forma para medir sus niveles de rentabilidad, pues lograr el menor costo posible permite maximizar sus ganancias.

Rincón & Villareal (2010) “Es la división del costo total de la orden de producción entre el número de unidades producidas” (pág. 42). Desde este punto de vista, se define al costo unitario como una medida del total de los costos y gastos, necesarios para producir y vender una unidad de determinado producto o servicio.

- **Costos directos**

Los costos directos son aquellos que pueden ser identificados fácilmente dentro de la fabricación del producto o la prestación del servicio. (Laporta, 2016) Son aquellos que son directamente imputables al objeto o unidad de costeo. Los objetos de costeo pueden ser muy diversos, desde un producto o línea de productos, procesos, secciones, departamentos y proyectos (pág. 43).

En el sector hotelero o afines se presentan en alimentos y bebidas, así como también en los suministros físicos, la mano de obra complementaria, entre otros.

- **Costos históricos**

Moreno (2014) señala “el costo histórico consiste en acumular los elementos del costo incurrido para la adquisición o producción de artículos”. Es decir, aquellos que se produjeron en determinado período; los costos de los productos vendidos o los costos de los que se encuentran en proceso. Analizan los costos que incurrieron en el pasado y los interpretan para analizar la gestión que se realizó en el desarrollo de la actividad.

- **Costo predeterminado**

Los costos predeterminados son aquellos que se estiman, teniendo como base la estadística; su aplicación por lo general, es para la elaboración del presupuesto.

1.2.1.3 Sistemas de costos

Sinisterra (2011) Los sistemas de costos se entienden el conjunto de normas contables, técnicas y procedimientos de acumulación de datos de costos con el objeto de determinar el costo unitario del producto fabricado, planear los costos de producción y contribuir con la toma de decisiones. (pág. 34).

Los cambios existentes en el mundo empresarial, han conducido a implementar sorprendentes e innovadores mecanismos en cuanto a la utilización de información financiera y no financiera. Las personas al mando de una empresa, están utilizando sistemas de costos con la finalidad de diseñar productos y servicios que satisfagan las expectativas y necesidades de los clientes, al mismo tiempo que se le entrega su producto se le entregue con un beneficio. Además, de detectar el área a mejorar o la reingeniería en calidad eficiencia y eficacia.

Los sistemas de costos se clasifican de la siguiente manera:

- **Por procesos**

Sinisterra (2011) Este sistema se utiliza para medir los costos de manufactura durante un periodo contable y luego distribuirlos entre el número de unidades manufacturadas durante ese periodo. Es aplicable a empresas que manufacturan bienes en procesos productivos de flujo continuo o en serie y es particularmente importante cuando el costo no puede ser identificado fácilmente con un lote de productos en particular. (pág. 35)

De acuerdo con el autor las empresas utilizan este tipo de costeo cuando fabrican un solo producto o cuando la diferencia entre los tipos de productos no es sustancial, es decir; cuando los productos son relativamente homogéneos. Los costos se acumulan en el formato de la hoja de costos.

- **Por Ordenes de trabajo**

Sinisterra (2011) Este sistema acumula los costos para cada orden, lote o pedido que sea físicamente identificable a medida que avanza su producción. Previo a la iniciación de la producción, se debe haber expedido una orden que se identifica con un número interno. Posteriormente cuando se agregan los elementos del costo, se lleva una relación estadística de los insumos consumidos en cada orden y se acumulan en un formato conocido como la hoja de costos.

- **Hoja de costo**

Sinisterra (2011) La hoja de costos identifica específicamente una orden y contiene los respectivos espacios para acumular la materia prima, mano de obra y costos indirectos consumidos por dicha orden. (pág. 34). Los costos se registran a medida que la orden transita por los diferentes departamentos de producción. Una vez culminado el proceso productivo, la hoja de costos permite conocer el costo total acumulado en la orden y por lo tanto, el costo unitario del producto.

A manera de síntesis el objetivo primordial de la hoja de costo es obtener mayor información de la producción o servicio generados por la empresa, así como

conocer la selección de planeamiento y control de éstas. En este documento se plasma lo relacionado a la materia prima, mano de obra directa y gastos indirectos de fabricación a ser utilizados en la producción.

- **Estándar**

Polo (2013) La palabra estándar significa patrón, modelo, por lo tanto los costos unitarios por cada elemento del costo calculados bajo este sistema, serán un modelo de asignación a la producción durante un periodo determinado. El costo estándar se define como lo que debe valer producir una unidad de producto totalmente terminado o un servicio prestado, en términos de eficiencia. (pág. 348)

Los costos estándares son calculados sobre la base científica por cada uno de los elementos del costo, situación que hace que estos costos no presenten ninguna variación al comprarlos con los costos reales. De otro lado, los costos estándares se deben revisar periódicamente, con el fin de realizarse ajustes.

- **Orden de servicio**

Rodríguez R. (2012) indica que en el sector de hoteles y restaurantes se determina el costo por orden de servicio para contratos de eventos especiales, como complemento de servicio para:

- Convenciones
- Seminarios
- Matrimonios
- Despedidas
- Otros (pág. 116)

1.2.2 Rentabilidad

Para Bahillo, Pérez, & Escribano (2013), la rentabilidad es la capacidad, de producir intereses u otros rendimientos (dividendos, ganancias de capital, entre otros). (pág. 9). Sirve al usuario para evaluar la suficiencia de los recursos de la entidad, es decir; la capacidad para obtener ingresos. Puede definirse como un término que mide las ganancias de una empresa, obtenidas como resultado de las actividades productivas o de servicio.

Morales, Morales, & Alconer (2014), Es el resultado de la actuación de la administración en la empresa en su gestión dirigida adecuadamente, las razones de rentabilidad miden el resultado de la administración en la obtención de utilidades. (pág. 166)

1.2.2.1 Métodos de análisis

- **Método de porcentos integrales**

Según Morales, Morales, & Alconer (2014), este método de análisis convierte a porcentos las cantidades contenidas en las diferentes cuentas de los Estados Financieros. En el caso del Estado de Resultados las ventas se consideran 100% y cada una de las cifras de las diferentes cuentas se dividen para las ventas netas y el resultado se multiplica por 100, es así como se puede observar la proporción de cada una de las cuentas del estado de resultados con relación a las ventas netas. (pág. 162)

Este procedimiento consiste en la separación del contenido de los Estados Financieros a una misma fecha o periodo, en sus elementos integrantes con el fin de determinar la proporción que guarda cada una de ellas en relación a un todo. Una de las características de este método a diferencia de otras, es que no es posible obtener conclusiones acerca de la situación financiera de una empresa, sólo con los porcentajes integrales, sino que estos deben ser comparados con los de otra dentro del mismo sector productivo o de servicio, con la finalidad de ser interpretados.

- **Método de tendencias**

Este método es comúnmente utilizado en estadísticas para ver el desempeño o evolución de algún dato en particular a través de un periodo de tiempo según Flores Villalpando (2014). El análisis financiero es utilizado para ver el desenvolvimiento de alguna partida en específico en varios periodos y estimar tendencias futuras.

Para utilizar este método es necesario conocer los datos de varios periodos acomodados de forma cronológica. Se toma un año inicial como base y el resto se evalúa en proporción a este, es decir; la base se hace igual a 100% y el resto se le conoce como números índice. (pág. 20)

- **Método de estados comparativos**

Flores Villalpando (2014), indica que esta técnica consiste en, como su nombre lo dice, comparar la evolución de los estados financieros y las partidas que la

integran a dos o más fechas o periodos derivados de los estados financieros comparativos (pág. 16). Este tipo de análisis es de gran importancia para la empresa, pues mediante éste, se informa si los cambios en las actividades y los resultados han sido positivos o negativos; también permite definir cuáles son las actividades que merecen mayor atención y requieren cambios. Este procedimiento a diferencia de otros análisis que son estáticos, es dinámico pues relaciona los cambios financieros presentados en aumentos o disminuciones de una fecha o periodo a otro.

1.2.2.2 Medidas de rentabilidad sobre las ventas

Este índice mide la rentabilidad de una empresa con respecto a las ventas que genera, para García (2015) El rendimiento sobre las ventas permite medir el desempeño y la eficiencia operativa de un negocio. Su resultado indica cual es el porcentaje que se genera por cada peso vendido (pág. 275).

- **Rentabilidad bruta o de las ventas**

Según (Córdoba, 2014) El margen de utilidad bruta (MUB) establece la relación entre la utilidad bruta en ventas y las ventas, determina el porcentaje promedio de beneficio bruto de las ventas en relación con el costo original de adquisición de los productos vendidos y permite comparar este margen bruto de ganancia con los de la firma en años anteriores, con otras empresas del ramo y con el promedio de la industria. (pág. 244)

$$Mub = \frac{Utilidad\ bruta}{Ventas\ netas} \quad (1)$$

Con este índice se busca medir la capacidad de generación de ganancias de la empresa y se expresa bajo forma de porcentaje.

- **Margen de utilidad bruta**

Baena (2014). El margen bruto de utilidad refleja la capacidad de la empresa en la generación de utilidades antes de los gastos de administración y ventas, otros ingresos y egresos e impuestos. Al compararlo con estándares financieros de su actividad, puede reflejar compras o costos laborales excesivos. (pág. 209)

$$\text{Margen de utilidad bruta} = \frac{Utilidad\ bruta}{Ventas\ netas} * 100 \quad (2)$$

El índice permite a la empresa conocer la rentabilidad de las ventas frente al costo de ventas y su capacidad para cubrir los gastos operativos y generar utilidades. Así mismo Baena (2014), indica que es el porcentaje de cada unidad monetaria en ventas después de que la empresa ha pagado todos sus bienes. El escenario ideal es un margen bruto de utilidades más alto posible y un costo relativo de mercaderías vendidas lo más bajo posible. (pág. 98)

- **Rentabilidad operacional**

Según Córdoba (2014) la rentabilidad de las operaciones (RO) mide la capacidad de la firma para producir beneficios antes de ingresos o gastos por intereses e

impuestos. Este indicador considera todo lo relacionado a ganancias operativas antes que cualquier otra fuente de ingresos. (pág. 245)

$$RO = \frac{Utilidad\ Operacional}{Ventas\ netas} \quad (3)$$

Este índice tiene gran importancia dentro del estudio de la rentabilidad de las empresas pues indica, si la empresa es o no lucrativa en sí misma, con independencia de la forma como ha sido financiado.

- **Margen de utilidad operacional**

Dentro del estudio de rentabilidad de una empresa, el margen operacional es de gran importancia, pues indica si el negocio es lucrativo o no en sí mismo, independiente de cómo ha sido financiado.

Según Baena (2014) Refleja la rentabilidad de la compañía en el desarrollo de su objeto social; indica si el negocio es o no lucrativo, independientemente de ingresos y gastos generados por actividades no directamente relacionadas al objetivo. (pág. 211)

$$\text{Margen de Utilidad Operacional} = \frac{Utilidad\ Operacional}{Ventas\ netas} * 100 \quad (4)$$

1.2.2.3 Toma de decisiones financieras

Rincón, Lasso, & Parrado (2012) La toma de decisiones es el proceso más importante de una empresa, para llevarlo a cabo de forma adecuada, es necesario conocer la información y las herramientas de análisis que se deben usar para obtener conclusiones correctas y decidir de manera acertada.

De acuerdo a este contexto, se menciona que la calidad de las decisiones de cualquier empresa, está en función del tipo de información disponible, por ello, es necesario que si se desea el desarrollo de la organización, se debe contar con un buen sistema de información, es decir, a mejor calidad de información, se asegura mejores decisiones. Para evitar decisiones que perjudiquen a la empresa, es indispensable emplear métodos que ayuden a analizar la situación económica-financiera que permitan tomar decisiones racionales.

Análisis de rentabilidad para la toma de decisiones

Flores Villalpando (2014) El análisis financiero funciona como una herramienta para la toma de decisiones en el cumplimiento de los objetivos propuestos durante el proceso continuo de planeación de una empresa (pág. 16). El administrador debe ser capaz de analizar e interpretar la información que tiene a su alcance, la misma que es obtenida con bases claras, veraces y objetivas.

Rincón, Lasso, & Parrado (2012) Entre las decisiones más relevantes que la empresa debe tomar son:

- **Decisiones de producción:** señala que este tipo de decisiones tienen efecto desde los proveedores hasta la entrega del producto al almacén para ser vendido.
- **Decisiones de venta:** Para tomar decisiones se requiere un enfoque hacia el control y dominio de los elementos que se poseen, para ello se debe reconocer lo que se desea controlar, los costos son una herramienta que da conocimiento, y ésta depende del alcance que se desee. (pág.28)
- **Decisiones de administración:** Estas decisiones tienen efecto sea negativo o positivo en el proceso administrativo de la empresa.
- **Control de procesos y actividades:** Sin un claro conocimiento de la situación y los peligros suscitado en la empresa en cuanto a la eficacia y eficiencia de sus procesos y actividades, es difícil establecer mejoras continuas.

La calidad de las decisiones de la empresa, ya sean grandes o pequeñas, están en función directa de la información que posean, por tal razón, si se desea que la empresa se desarrolle normalmente, debe contar con un sistema de información de calidad para tomar las mejores decisiones.

1.3. Fundamentos Legales

Constitución de la República del Ecuador

Formas de Organización de la producción y su gestión., Art. 320. La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistemática, valoración de trabajo y eficiencia económica y social.

Ley de Turismo

Capítulo II. De las actividades turísticas y de quienes la ejercen

Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a) Alojamiento; b) Servicio de alimentos y bebidas; c) Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre (...). (Ley de Turismo, 2014) (Pág. 2).

Reglamento General a la Ley de Turismo

Título III. De las Actividades Turísticas

Capítulo I. De las Actividades Turísticas y su Categorización

Ministerio de Turismo (2015) **Art. 43.-** Definición de las actividades de turismo.- Para efectos de la aplicación de las disposiciones de la Ley de Turismo, las siguientes son las definiciones de las actividades turísticas previstas en la ley:

Alojamiento.- Se entiende por alojamiento turístico, el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de hospedaje no permanente, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios, mediante contrato de hospedaje (Pág. 11)

Normas Internacionales de Contabilidad

Cómite de Normas Internacionales de Contabilidad (2009) **Párrafo 19: Coste de las existencias para un prestador de servicios.-** En la situación en que un deudor de servicios tenga stock, las estimará por los valores que admita su producción. Estos costos se preparan con la mano de obra y sus costos derivados del personal que se ve involucrado en el beneficio del servicio, incluyendo personal de inspección y otros indirectos distribuibles.

Los importes de mano de obra en conjunto con los demás valores afines, ingresos por ventas, y con el personal de administración general, no se incluirán en el coste de las existencias, pero se registrarán como consumos del ejercicio en el que se haya cometido. Los valores de inventarios de un acreedor de servicios no contendrán márgenes de lucro ni costes indirectos no distribuibles que, a menudo, se tienen en cuenta de los precios facturados por el prestador de servicios (Pág. 4)

Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno (LORTI)

Capítulo V

Base imponible

Art. 16. Base imponible.- Como norma general, la base imponible está constituida por la totalidad de los ingresos ordinarios y extraordinarios gravados con impuesto a la renta, menos las devoluciones, descuentos, costos, gastos y deducciones imputables a dichos ingresos.

Reglamento para la Aplicación de la Ley De Régimen Tributario Interno

Depreciación de Activos Fijos. Art. 27. N° 6.- a) La depreciación de los activos fijos se realizará de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil y la técnica contable. Para que este gasto sea deducible, no podrá superar los siguientes porcentajes:

(I) Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares 5% anual.

(II) Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10% anual.

(III) Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil 20% anual. (IV)

Equipos de cómputo y software 33% anual. (Pág. 19)

La depreciación de activos fijos es fundamental en la determinación de costos fijos; estas depreciaciones se darán de acuerdo a la naturaleza de los bienes.

Reglamento General de Actividades Turísticas

Capitulo IV. De los Requisitos Obligatorios, De Categorización y Distintos.

Art. 17.- Requisitos distintos.- Los establecimientos de alojamiento turístico de manera opcional, podrán acceder al reconocimiento de distintivo “Superior”, disponible para las categorías de tres a cinco estrellas, de cualquier tipología a la que pertenezcan, siempre y cuando cumplan con los requisitos obligatorios,

requisitos de categorización, más el siguiente puntaje: 5 Estrellas 60; 4 Estrellas 50; 3 Estrellas 40; 2 Estrellas N/A; 1 Estrella N/A.

Art. 76. Obligaciones de los administradores de alojamientos.- Quienes administren los alojamientos tendrán la obligación de cuidar del buen funcionamiento de las habitaciones o conjuntos de alojamiento.

CAPÍTULO II

MATERIALES Y MÉTODOS

2.1. Tipo de investigación

La investigación aplicada permite obtener resultados prácticos, porque utiliza los descubrimientos o aportes teóricos, conceptuales y legales, confrontando la teoría con la realidad del Hotel Marvento II, cantón Salinas, provincia de Santa Elena.

La presente investigación se desarrolla con orden descriptivo, considerando un enfoque cualitativo y cuantitativo; además integrando la investigación de campo, bibliográfica o documental.

Investigación descriptiva

La investigación descriptiva brindó una percepción de las actividades administrativas-financieras, permitiendo describir la problemática enfocada a la aplicación de los sistemas o modelos de costos y su influencia en la rentabilidad de la empresa, orientado a identificar y determinar las causas-efectos, registrar, analizar, e interpretar la naturaleza actual de las variables de estudio. Así como medir y evaluar las dimensiones del fenómeno de estudio.

Enfoque cuantitativa

Este tipo de investigación permite analizar los datos obtenidos en la aplicación del instrumento técnico, al responder al cuestionario de preguntas formuladas en la

investigación y comprobar la idea a defender planteada en la investigación: “A través de un Sistema de Costos se determinara la rentabilidad real del Hotel Marvento II, cantón Salinas, provincia de Santa Elena, año 2017.”; confiando en la medición numérica, el conteo y el uso de la estadística. De esta manera establecer con veracidad los patrones de comportamiento de la población objeto de estudio.

Enfoque cualitativa

En la investigación se utilizó un enfoque cualitativo debido a que proporciona profundidad en los datos recolectados, así como tener una amplia interpretación o contextualización del entorno de trabajo con experiencias y detalles únicos. A través de examinar información pertinente y oportuna de fuentes primarias y secundarias que permitan la comparación, análisis referente a los componentes, dimensiones e indicadores de las varias costos de servicio y rentabilidad. En este caso el análisis de las entrevistas aplicadas al contador general, gerente y administrador del Hotel Marvento II, cantón Salinas.

2.2. Métodos de investigación

Para la investigación se consideró, los métodos de nivel teórico, empírico y estadísticos o matemáticos. Entre los métodos teóricos se detallan:

Método teórico

Método Analítico

El método analítico permitió analizar los diferentes datos de información, con el fin de profundizar en el problema de estudio ¿Cómo el costo de servicio de hospedaje determina la rentabilidad real del Hotel Marvento II, cantón Salinas, provincia Santa Elena?,

observando estados financieros, el proceder administrativo y operativo, obteniendo de esta manera, información utilizada para comprender el objeto de estudio.

Método Inductivo

El método inductivo permitió realizar un análisis ordenado, coherente y lógico del problema de estudio. Conllevó a la observación de fenómenos particulares de la problemática, es decir, a conocer y analizar las causas de la inadecuada aplicación de ¿Cómo el costo de servicio de hospedaje determina la rentabilidad real del Hotel Marvento II, cantón Salinas, provincia Santa Elena?

Método Deductivo

Este método condujo al conocimiento de los factores de cambio que se pueden detectar en el Hotel Marvento II, cantón Salinas, provincia Santa Elena, a causa de la inadecuada aplicación de los costos de servicio de hospedaje, es decir las consecuencias que genera, en este caso tenemos la limitada competitividad, deficiente toma de decisiones, limitada utilidad y beneficio para institución, entre otros aspectos.

Método empírico

Investigación de campo

La investigación de campo permitió realizar la recolección de datos dentro del lugar de estudio, debido a que se realizan encuestas y entrevistas a los

involucrados en el estudio. Se fortalece además, el tratamiento de la información con las técnicas e instrumentos aplicados.

Investigación bibliográfica o documental

La investigación bibliográfica o documental permitió dar inicio con el cumplimiento de los objetivos del estudio. Se realiza la interpretación de teorías o modelos interpretativos de los costos de servicio. Luego se realiza revisiones críticas de la problemática, focalizados en los beneficios que genera la aplicación de mecanismos que permitan establecer, controlar los costos de servicio y su influencia en la rentabilidad del sector turístico, específicamente en el servicio de hospedaje.

Posteriormente, se efectuó estudios comparativos y de fundamento para la investigación, analizando características o problemas del servicio de hospedaje en el contexto de realidades socioculturales, geográficas o históricas diversas, tomada como referencia de libros, trabajos investigativos, artículos científicos y estudios similares, así como de normativas internacionales y nacionales vigentes.

2.3. Diseño de muestreo

En el diseño de muestreo se describe la población considerada para el presente estudio, del cual se pretende obtener información relevante, está formada por un grupo finito, que se convierten en la muestra, aplicando los instrumentos técnicos de investigación entrevista y encuestas.

Para realizar el estudio costo de servicio de hospedaje y la rentabilidad del Hotel Marvento II, Cantón Salinas, Provincia Santa Elena, se contó con una población de 9, distribuidas en, 1 gerente general, 1 contador general, 1 administrador, y 6 camareros, aportando información, a través de la entrevista y encuesta.

Tabla 1.Población

Descripción	N°
Gerente	1
Administrador	1
Contador General	1
Personal operativo	6
Total	9

Fuente: Hotel Marvento II, cantón Salinas, provincia Santa Elena.

Elaborado por: César Andrés Santos Franco

Debido a que la población es finita, no se utilizó ningún tipo de muestreo aplicado a la investigación, tomando en consideración todos elementos para el aporte de información.

2.4. Técnicas e instrumentos

Para efectuar la recolección de datos, sobre el entorno de la realidad que se estudia, los medios y componentes relevantes se procede a la revisión literaria, señalamiento teórico y planteamiento metodológico que fundamenten los resultados examinados en la investigación. Para ello, se utilizó una investigación bibliográfica o documental y de campo.

Se procedió a la realización de entrevistas al contador, al gerente y a la administradora, otra de las técnicas utilizadas en la investigación es la encuesta que se aplicó a los camareros.

El desarrollo de esta técnica de investigación contribuyó debido a que se pudo medir las opiniones del personal administrativo y de servicios, específicamente camareros. Se estableció una guía (Entrevista) y cuestionario (Encuesta) de preguntas cerradas, con opciones de respuestas, con la finalidad de cuantificar la información y estandarizar el procedimiento, facilitando previamente la codificación de las respuestas de los sujetos objeto de estudio.

El instrumento técnico, presentó una característica muy aclaratoria, en cuanto a la dimensión poblacional de estudio referente a los costos de servicio, determinación de sus elementos, medición de los costos, servicios de hospedaje que ofrece el hotel, la utilidad y beneficios que genera esta actividad en el Hotel Marvento II, Cantón Salinas, Provincia Santa Elena.

CAPÍTULO III

RESULTADOS

3.1. Análisis de los resultados

Para la recolección de información y posterior análisis de la misma fue considerado tanto al personal administrativo como de servicio aportando con información relevante para la investigación. Se procedió a la realización de entrevistas al contador, al gerente y a la administradora además se ejecutó una encuesta a los camareros del Hotel Marvento II para conocer aspectos relacionados con la distribución de costos y la rentabilidad de la entidad.

3.1.1 Análisis de la entrevista al Contador General

1. ¿Qué tipo y cantidad de habitaciones existen los servicios de alojamiento?

De acuerdo a los resultados de la entrevista, el Hotel Marvento II, actualmente cuenta con un total de cuarenta y siete habitaciones, entre ellas matrimoniales, dobles, triples, cuádruples y quíntuples éstas últimas de mayor ocupación, generalmente ocupadas por grupos numerosos, con bajo presupuesto para gozar de comodidades.

2. ¿Cómo determina los costos del servicio de hospedaje?

De acuerdo al entrevistado en el Hotel Marvento II, no se maneja contabilidad de costos, por lo tanto, los valores por servicio de hospedaje son determinados de acuerdo al tiempo, si es temporada alta, baja y feriados, manteniendo precios de mercado, bajo la supervisión de los propietarios.

3. ¿Cómo reconoce y mide los costos en los servicios de hospedaje?

Analizando los resultados de la entrevista, se determina que de la misma manera como no se lleva Contabilidad de Costos, ni se maneja inventarios para determinar las cantidades utilizadas en productos para el huésped, mantenimiento y limpieza de habitación, ni los servicios que se prestan dentro del mismo, así también, se maneja de manera globalizada, las compras de suministros al huésped, productos de limpieza, y los consumos de los servicios básicos, además de las remuneraciones canceladas al personal.

4. ¿Identifica los rubros que pertenecen a los elementos del costo?

De acuerdo con los resultados, los rubros que se relacionan para obtener el servicio que se brinda en el Hotel, se identifican de manera empírica, puesto que actualmente, no se aplica la contabilidad de costos en el Hotel Marvento II. Se resalta que los componentes como materiales directos, mano de obra y los costos indirectos, al no ser bien establecidos, no suministra la información necesaria para la medición del ingreso y la fijación del precio del producto.

5. ¿Existe en el Hotel un sistema de costo que determine los desembolsos que realizan en un periodo contable?

De acuerdo al criterio del entrevistado en la actualidad el Hotel no dispone de un sistema de costo, que le permita registrar, determinar, analizar, interpretar, controlar e informar de los costos del servicio ofrecido. Lo que implica que no pueda calcular lo que cuesta el hospedaje o lo que cuesta venderlo de manera real.

6. ¿Cree usted que la disminución de costos en servicios de hospedaje ayudará a mejorar la rentabilidad en el hotel Marvento II?

Los resultados evidencian que indiscutiblemente, al establecer los costos de manera real, permitiendo disminuir los costos de servicios de hospedaje, aportaría a la empresa, puesto que se tendría un valor exacto de lo que cuesta el servicio y manteniendo un control de precios, logrando optimizar su ocupación.

7. ¿Conoce la rentabilidad que genera el hotel año a año?

Los resultados muestran que en el Hotel no conoce de manera real o en porcentajes la rentabilidad generada año a año, simplemente realiza una relación al Estado de Pérdidas y Ganancias, y haciendo comparativos con años anteriores.

8. ¿Se realizan análisis mensuales de rentabilidad sobre las ventas?

De acuerdo a los resultados se evidencia que en el Hotel Marvento II, no se realizan análisis mensuales sobre la rentabilidad sobre ventas, que relacionan la

ocupación con años anteriores. Es decir el proceso utilizado actualmente es superficial.

9. ¿Cree usted que al distribuir y reconocer los elementos del costo mejoraría la toma de decisiones financieras en el Hotel?

De acuerdo a los resultados de la entrevista se determina que el Hotel Marvento II, tiene la necesidad de implementar un modelo de costo adecuado, que permite conocer costo real del servicio, controlar los costos, asignar de manera adecuada los elementos del costo y mejorar la toma de decisiones en cuanto a tarifas ya no de manera empírica.

10. ¿Considera usted que al determinar correctamente los costos de servicios, permitirá garantizar mayor rentabilidad?

Si, existe la necesidad de generar cambios en el Hotel, es evidente, que al determinar los costos de servicio aportarían a estos cambios, se tendría el conocimiento exacto de lo que cuesta el servicio y relacionarla con las tarifas aplicadas, tomando los correctivos necesarios.

11. ¿Si identifica y relaciona los costos de servicios le ayudaría a determinar el precio de venta asegurando rentabilidad?

De acuerdo a los resultados, se enfatiza que indiscutiblemente si se identifica y relaciona los costos de servicios permitiría una mejor rentabilidad. La empresa está dispuesta y se encuentra flexible en modificar y mejorar sus servicios cuando el mercado turístico lo requiera.

12. ¿Considera importante el diseño de un modelo de costos de servicio de hospedaje dentro del hotel para una adecuada toma de decisiones?

Los resultados determinan la necesidad del Hotel Marvento II, de diseñar e implementar un modelo de costos de servicio de hospedaje, como una herramienta valiosa que permita optimizar su funcionamiento y crecimiento.

3.1.2 Análisis de entrevista a Gerente del Hotel Marvento II

1. ¿Cuál es su rol como gerente del Hotel Marvento?

De acuerdo a la entrevista se evidencia que las funciones realizadas por el gerente son diversas; entre estas se señala, el entender el mercado local, es decir, analizar y observar la oferta y la demanda de la zona, con el fin de determinar estrategias para mejorar el servicio. Además, de estar a cargo de las operaciones diarias, supervisa, controla y ordena los recursos del hotel: humano, financiero y gestión del servicio prestado con la finalidad de tomar correctivos y mejorar los procesos.

2. ¿Qué reportes relevantes recibe la gerencia para la toma de decisiones de costo por servicio de hospedaje?

De acuerdo con la entrevista realizada, la información que la gerencia recibe es el Estado de Resultados, el costo por tipo de habitación, el valor de los servicios básicos, el gasto de compra de suministros, sin embargo; esta información no permite llevar un control adecuado de los suministros y tampoco permite tomar decisiones puntuales como: valor mínimo de venta del servicio de hospedaje, punto de equilibrio para un nivel determinado de costos fijos, entre otros.

3. ¿Qué informes sobre el servicio de hospedaje recibe la gerencia por parte del departamento contable?

Al indagar sobre los informes que la gerencia recibe por parte del departamento contable, acerca del servicio de hospedaje, se evidencia que los principales reportes son: el control diario de consumo por habitación y el estado de resultados, siendo este último, considerado por el departamento contable indispensable y parte de todos los informes mensuales, en el que sólo muestra el ingreso por hospedaje, pero en lo referente a los costos no son clasificados.

4. ¿Considera necesario la inclusión de un sistema contable que permita asignar los costos del servicio de hospedaje en el hotel?

De la información obtenida se resalta, que es indispensable que el hotel cuente con información detallada que permita tener una visión más amplia de los costos que incurren en la prestación del servicio de hospedaje, puesto que los valores son determinados de manera empírica, teniendo en cuenta factores como el precio de la competencia mercado, las temporadas, los suministros comprados, entre otros.

5. ¿Cree usted que es indispensable contar con un modelo de costos que permita disponer de información real para determinar los costos del servicio de hospedaje en cada periodo contable y la correcta toma de decisiones?

Se evidencia la necesidad de contar con una metodología de costos para el servicio de hospedaje que genere una información confiable, detallada y oportuna.

La metodología debe incluir la identificación de los costos, que beneficie al momento de tomar decisiones.

3.1.3 Análisis de entrevista a Administradora del Hotel Marvento II

1. ¿Cuáles son sus principales funciones como administradora del Hotel?

De acuerdo a la entrevista realizada las principales funciones de la Administradora son dirigir al personal de servicios del hotel como; los recepcionistas y camareros además de la entrega de reportes de ventas al gerente, así como también adquirir bienes, insumos y servicios necesarios en las actividades diarias de hospedaje.

2. ¿Cómo establece el precio de venta por el servicio de hospedaje?

Al consultar como se establece el precio de venta por el servicio de hospedaje la administradora manifiesta que las tarifas se basan en relación a valores implantados en periodos pasados, debido a que no se efectúa un análisis de precios para obtener un margen de utilidad por el servicio prestado pues el hotel no dispone de ningún sistema de costos que contribuya a la aplicación de tarifas.

3. ¿Con que frecuencia realiza pedidos para compra de suministros de huéspedes y de limpieza?

Al indagar sobre los pedidos de suministros de huéspedes y de limpieza la administradora enfatiza que solo se realizan pedidos cuando es estrictamente necesario, es decir cuando en bodega están por terminarse los insumos. No se realizan compras en exceso que tiendan a elevar costos y gastos.

4. ¿Realiza usted un análisis de los costos de los suministros de sus proveedores?

La administración hace mención que se verifica cuáles son los costos más bajos comparando valores de los proveedores para no incurrir en pagos innecesarios, acotando que siempre se realiza la compra de suministros de mejor calidad.

5. ¿Conoce usted acerca de un modelo de costos?

La Administradora desconoce el uso y aplicación de un modelo de costos, resalta que el proceso de costeo lo realiza contabilidad empíricamente.

3.1.4 Análisis de resultados encuesta a personal operativo: Camareros

1. ¿Cómo valora la infraestructura del Hotel Marvento II?

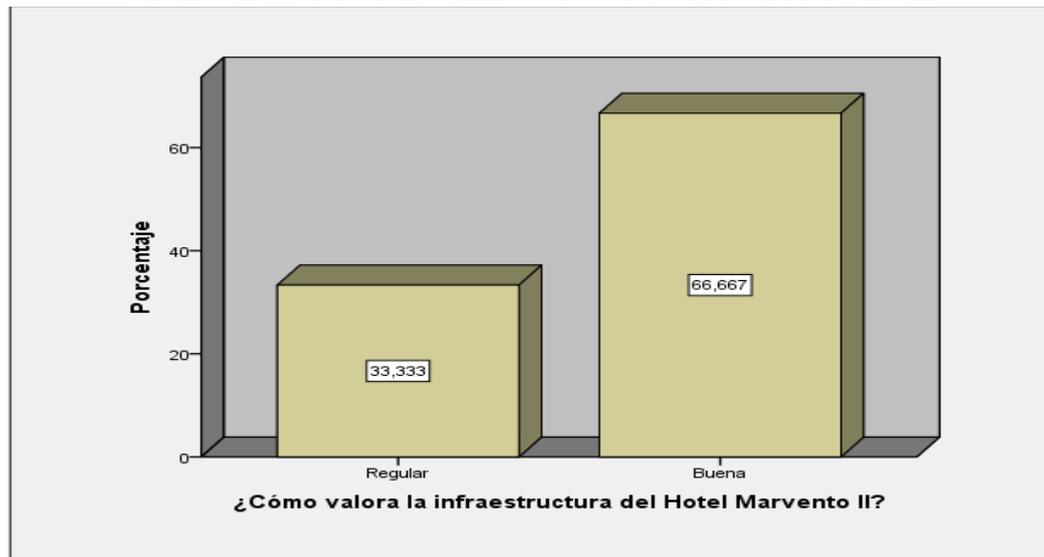
Tabla 2. Valoración de infraestructura del Hotel Marvento II

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Regular	2	33,3
	Buena	4	66,7
	Total	6	100,0

Fuente: Personal operativo, camareros Hotel Marvento II

Elaborado por: César Andrés Santos Franco

Gráfico 1. Valoración de infraestructura del Hotel Marvento II



Fuente: Personal operativo, camareros Hotel Marvento II

Elaborado por: César Andrés Santos Franco

Un considerable porcentaje de encuestados 66,67% señala que es buena la infraestructura del Hotel Marvento II, mientras que el 33,33% considera que es regular. En conclusión, los resultados muestran que el Hotel cuenta con una infraestructura moderna y acogedora.

2. ¿Cómo calificaría la administración del Hotel Marvento II?

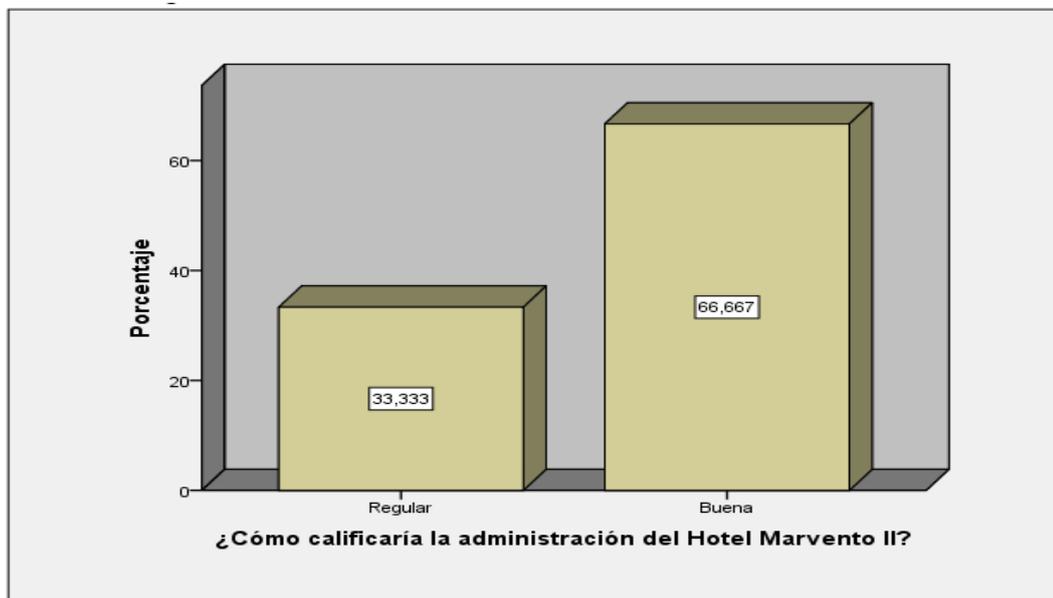
Tabla 3. Valoración de la administración del Hotel Marvento II

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Regular	2	33,3
	Buena	4	66,7
	Total	6	100,0

Fuente: Personal operativo, camareros Hotel Marvento II

Elaborado por: César Andrés Santos Franco

Gráfico 2. Valoración de la administración del Hotel Marvento II



Fuente: Personal operativo, camareros Hotel Marvento II

Elaborado por: César Andrés Santos Franco

De los resultados obtenidos el 66,67% califica a la administración del Hotel Marvento II como buena, mientras que el 33,33% califica como regular. En conclusión, la administración del hotel cumple sus actividades con normalidad.

3. Cómo valora la calidad del servicio de hospedaje del Hotel Marvento II?

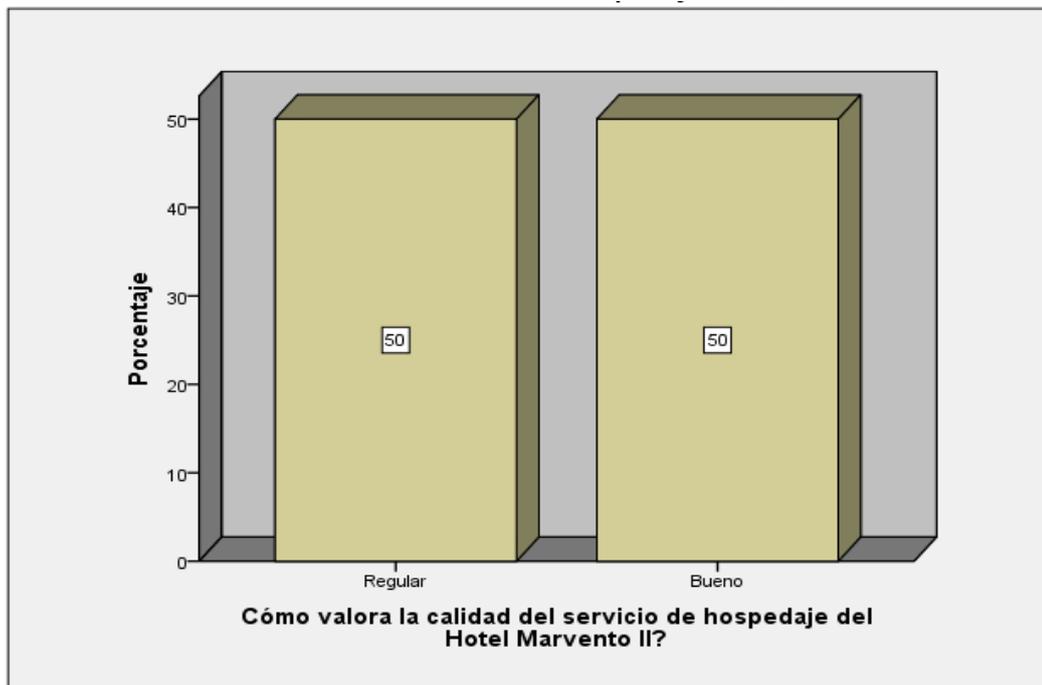
Tabla 2. Valoración de la calidad del servicio de hospedaje del Hotel

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Regular	3	50,0
	Bueno	3	50,0
	Total	6	100,0

Fuente: Personal operativo, camareros Hotel Marvento II

Elaborado por: César Andrés Santos Franco

Gráfico 3. Valoración de la calidad del servicio de hospedaje del Hotel



Fuente: Personal operativo, camareros Hotel Marvento II

Elaborado por: César Andrés Santos Franco

De todas las personas encuestadas el 50% mencionaron que es buena la calidad del servicio de hospedaje del Hotel Marvento II, mientras que el 50% considera que es regular. En conclusión, es indispensable desarrollar gestiones para mejorar la calidad del servicio.

4. ¿Considera usted que el Hotel cuenta con instalaciones en buen estado, modernas y acogedoras?

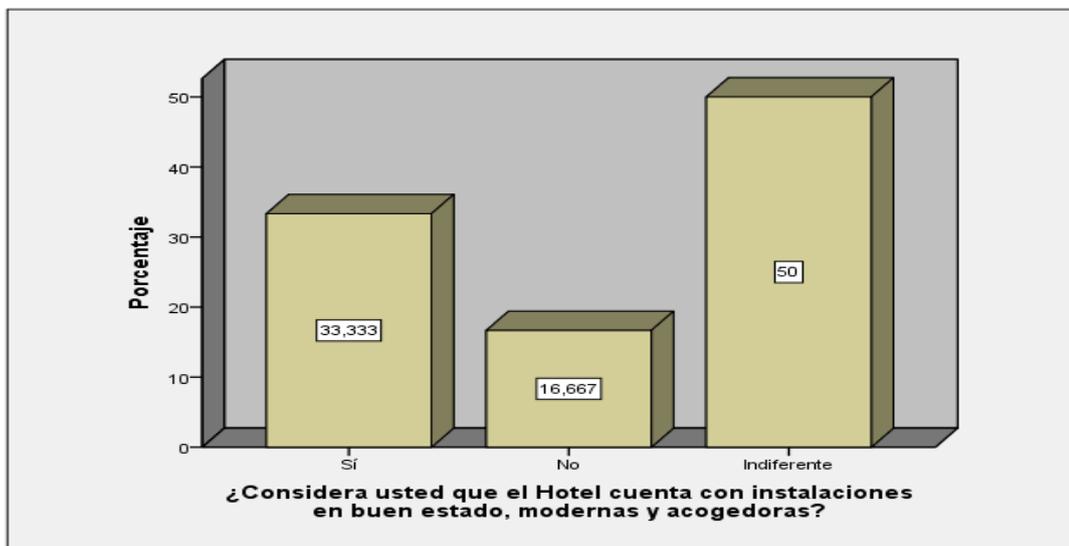
Tabla 3. Valoración instalaciones del Hotel

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Sí	2	33,3
	No	1	16,7
	Indiferente	3	50,0
	Total	6	100,0

Fuente: Personal operativo, camareros Hotel Marvento II

Elaborado por: César Andrés Santos Franco

Gráfico 4. Valoración instalaciones del Hotel



Fuente: Personal operativo, camareros Hotel Marvento II

Elaborado por: César Andrés Santos Franco

El 50% de las personas encuestadas es indiferente, el 33,33% menciona que sí y el 16,67% consideran que el Hotel no cuenta con instalaciones en buen estado, modernas y acogedoras. En conclusión, es necesario que el Hotel tome medidas para el buen estado de las instalaciones.

5. ¿Considera usted que se compra la cantidad necesaria de suministros para la prestación del servicio, evitando gastos innecesarios al Hotel?

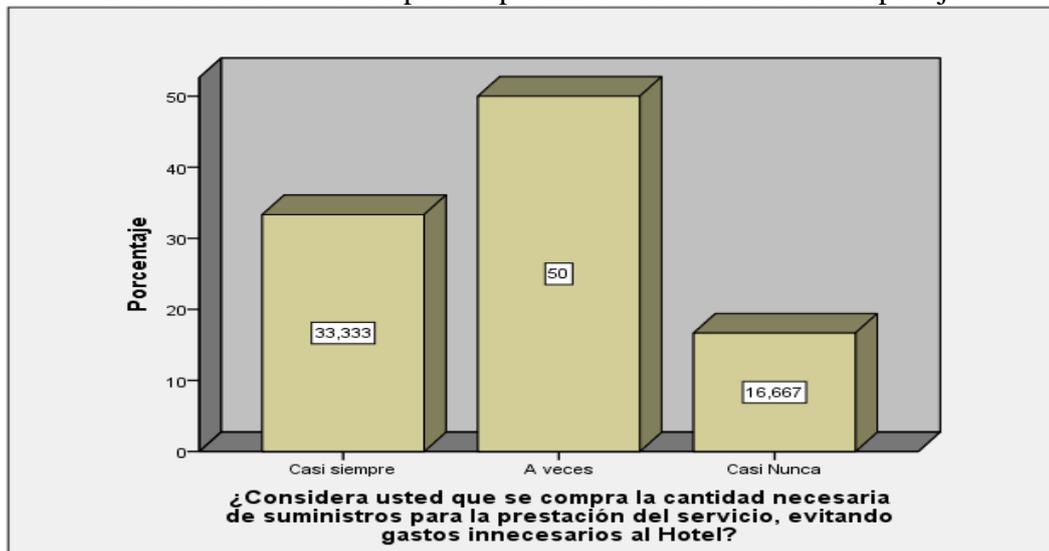
Tabla 4. Suministros para la prestación del servicio de hospedaje

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Casi siempre	2	33,3
	A veces	3	50,0
	Casi Nunca	1	16,7
	Total	6	100,0

Fuente: Personal operativo, camareros Hotel Marvento II

Elaborado por: César Andrés Santos Franco

Gráfico 5. Suministros para la prestación del servicio de hospedaje



Fuente: Personal operativo, camareros Hotel Marvento II

Elaborado por: César Andrés Santos Franco

Un gran porcentaje de encuestados 50% consideran que a veces se compra la cantidad necesaria de suministros para la prestación del servicio, frente al 33,33% señala que casi siempre y el 16,67% mencionan que casi nunca lo hace, en conclusión el hotel opta por hacer compra de suministros cuando es estrictamente necesario.

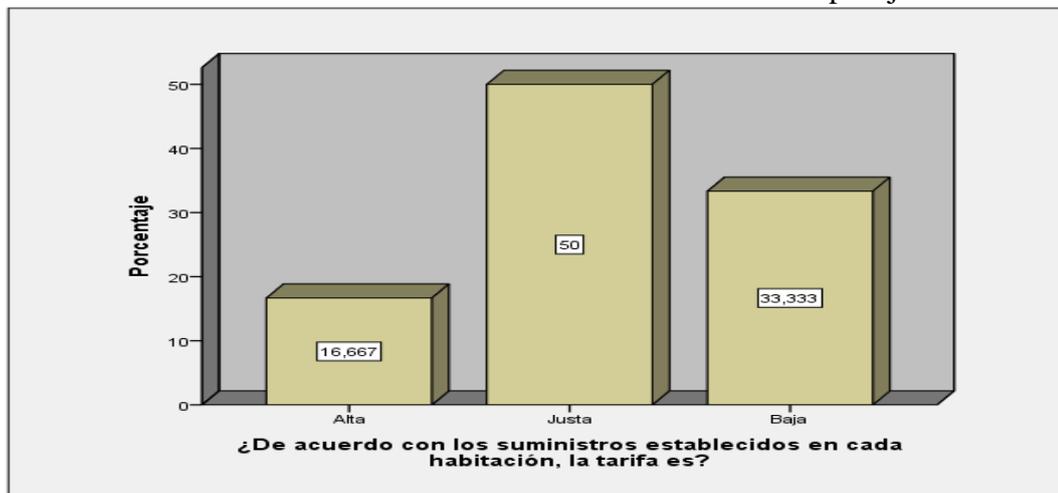
6. ¿De acuerdo con los suministros establecidos en cada habitación, la tarifa es?

Tabla 5. Valoración de la tarifa del servicio de hospedaje

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Alta	1	16,7
	Justa	3	50,0
	Baja	2	33,3
	Total	6	100,0

Fuente: Personal operativo, camareros Hotel Marvento II
Elaborado por: César Andrés Santos Franco

Gráfico 6. Valoración de la tarifa del servicio de hospedaje



Fuente: Personal operativo, camareros Hotel Marvento II
Elaborado por: César Andrés Santos Franco

La mitad de los encuestados 50% mencionaron que la tarifa es justa de acuerdo con los suministros establecidos en cada habitación, el 33,33% señala que es baja y el 16,67% consideran que es alta. En conclusión, las opiniones del personal operativo están divididas en cuanto a las tarifas asignadas al servicio, por tal motivo, es indispensable que la administración adopte medidas para la correcta asignación de tarifas en cada servicio.

7. ¿El hotel Marvento II cuenta con el personal suficiente y capacitado para un servicio de calidad?

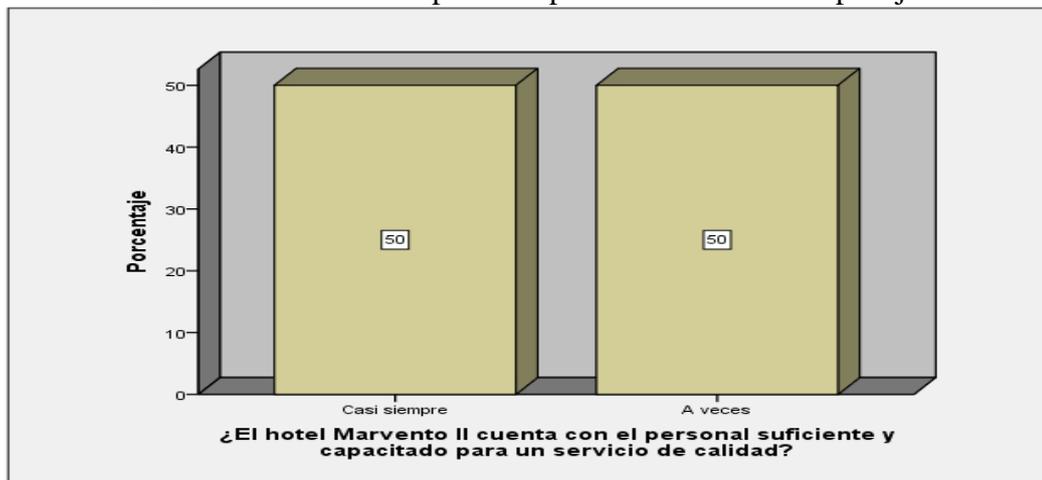
Tabla 6. Personal capacitado para el servicio de hospedaje

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Casi siempre	3	50,0
	A veces	3	50,0
	Total	6	100,0

Fuente: Personal operativo, camareros Hotel Marvento II

Elaborado por: César Andrés Santos Franco

Gráfico 7. Personal capacitado para el servicio de hospedaje



Fuente: Personal operativo, camareros Hotel Marvento II

Elaborado por: César Andrés Santos Franco

De los resultados obtenidos el 50% de las personas encuestadas consideran que casi siempre el Hotel Marvento II cuenta con el personal suficiente y capacitado para dar un servicio de calidad, mientras que el otro 50% mencionan que a veces. En conclusión, las respuestas del personal encuestado son parciales, por tal razón la administración debe tomar medidas para contar con el personal idóneo.

8. ¿Considera que la remuneración recibida de acuerdo a las actividades que desarrolla es?

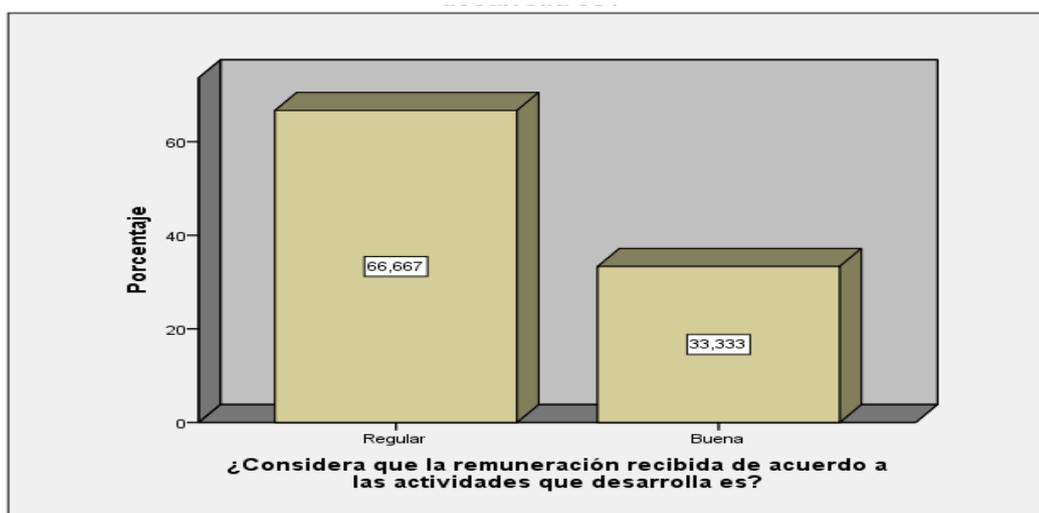
Tabla 7. Valoración de la remuneración recibida

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Regular	4	66,7
	Buena	2	33,3
	Total	6	100,0

Fuente: Personal operativo, camareros Hotel Marvento II

Elaborado por: César Andrés Santos Franco

Gráfico 8. Valoración de la remuneración recibida



Fuente: Personal operativo, camareros Hotel Marvento II

Elaborado por: César Andrés Santos Franco

Un buen porcentaje de personas encuestadas 66,67% considera que la remuneración recibida de acuerdo a las actividades que desarrolla es regular, mientras que el 33,33% mencionan que es buena. En conclusión es necesario adoptar medidas que ayuden a mejorar las remuneraciones recibidas por el trabajo realizado.

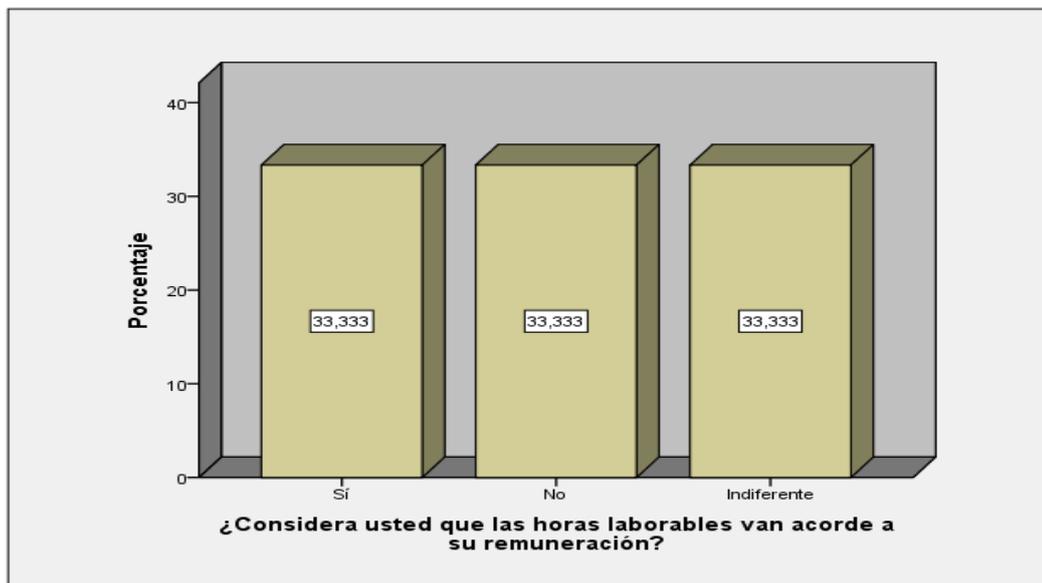
9. ¿Considera usted que las horas laborables van acorde a su remuneración?

Tabla 8. Valoración de horas laborables acorde a remuneración

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Sí	2	33,3
	No	2	33,3
	Indiferente	2	33,3
	Total	6	100,0

Fuente: Personal operativo, camareros Hotel Marvento II
Elaborado por: César Andrés Santos Franco

Gráfico 9. Valoración de horas laborables acorde a remuneración



Fuente: Personal operativo, camareros Hotel Marvento II
Elaborado por: César Andrés Santos Franco

De las personas encuestadas, el 33,33% consideran que las horas laborables si van acorde a su remuneración, el otro 33,33% mencionan que no va acorde y el 33,33% es indiferente. En conclusión, el personal considera que las horas trabajadas justifican su remuneración.

10. ¿Considera indispensable el control de las actividades que ejecuta dentro de su puesto de trabajo?

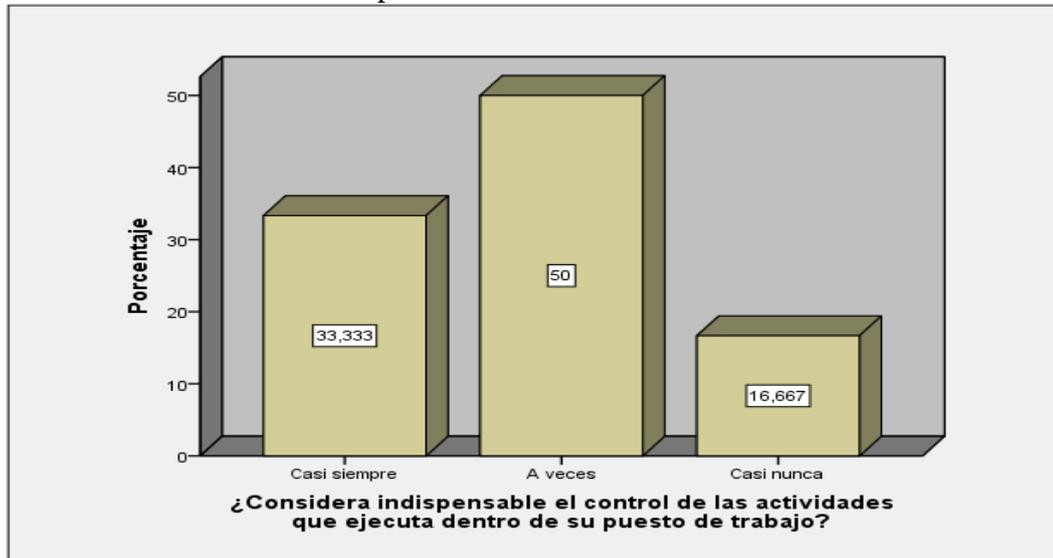
Tabla 9. Importancia del control de las actividades

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Casi siempre	2	33,3
	A veces	3	50,0
	Casi nunca	1	16,7
	Total	6	100,0

Fuente: Personal operativo, camareros Hotel Marvento II

Elaborado por: César Andrés Santos Franco

Gráfico 10. Importancia del control de las actividades



Fuente: Personal operativo, camareros Hotel Marvento II

Elaborado por: César Andrés Santos Franco

De los resultados obtenidos el 50% de los encuestados consideran que a veces es indispensable el control de las actividades que ejecutan dentro de su puesto de trabajo, el 33,33% mencionó que casi siempre, y el 16,67% casi nunca, significa que el personal está consciente del control y la supervisión que necesita su trabajo.

3.2. Limitaciones

La presente investigación se desarrolló sin novedad, puesto que los instrumentos de recolección de información fueron de fácil comprensión tanto para los entrevistados como para los encuestados.

Toda la población de estudio contribuyó y aportó con sus opiniones e información necesaria para continuar con la investigación, además dieron las facilidades para que se realizara con normalidad, prestaron su colaboración voluntaria y de manera desinteresada.

3.3. Resultados

3.3.1. Costo en el servicio de hospedaje del Hotel Marvento II

El Hotel Marvento II no dispone con un centro de costos o un sistema que coadyuven a determinar los elementos del costo por cada servicio prestado o costos por habitación.

Es decir la fijación de los costos es deficiente, el hotel solo costea y asigna precios de acuerdo con su experiencia o la trayectoria que tienen prestando este tipo de servicios. Asimismo, no se conoce a ciencia cierta el porcentaje de rentabilidad que se obtiene dentro de un determinado periodo, puesto que; los valores solo son comparados con la rentabilidad pasada o en relación al estado de pérdidas y ganancias de periodos pasados.

Los costos considerados dentro del Estado de Resultados están los siguientes: suministros y materiales de aseo, servicios básicos, servicio de alimentación, sueldos de empleados, servicio de lavandería, mantenimientos, permisos, entre otros.

Tabla 10. Estado de Resultados del Hotel Marvento II

 HOTEL MARVENTO II ESTADO DE RESULTADOS AL 01/11/2017 AL 30/11/2017		
<u>INGRESOS NETOS DEL SERVICIO</u>		\$ 23.450,00
<u>COSTO DE VENTA SERVICIO</u>		\$ 14.310,06
Suministros y materiales de aseo	\$ 1.500,00	
Servicios Básicos	\$ 2.030,91	
Servicios de TV por Cable Y CLARO	\$ 525,49	
Servicio de Alimentación	\$ 3.061,50	
Sueldos Camareros	\$ 1.890,15	
Sueldos Recepción	\$ 439,77	
Servicios de lavandería	\$ 279,60	
Suministros de habitaciones y pisos	\$ 811,30	
Suministros de limpieza y huésped	\$ 212,44	
manteniendo de aires acondicionados	\$ 148,24	
Mantenimiento de garaje	\$ 136,92	
Mantenimiento de ascensores	\$ 99,00	
Combustible	\$ 472,23	
Declaración SRI	\$ 519,99	
Predios Urbanos	\$ 800,00	
Permisos y Patentes Municipales, M de Turismo y otros	\$ 1.377,48	
Comisiones WEB	\$ 5,04	
<u>UTILIDAD BRUTA</u>		\$ 9.139,94
<u>GASTOS ADMINISTRATIVOS</u>		\$ 5.149,85
Gerente General	\$ 500,00	
Administrador	\$ 988,83	
Asistente Contable	\$ 571,98	
Auditor Nocturno	\$ 359,94	
Comisión T/C y Banca	\$ 307,00	
Retenciones T/C	\$ 663,95	
Comisiones Enganchadores	\$ 270,80	
IESS	\$ 1.487,35	
<u>UTILIDAD OPERACIONAL</u>		\$ 3.990,09

Fuente: Hotel Marvento II

Elaborado por: César Andrés Santos Franco

3.4. Propuesta

“Modelo de determinación de costos de servicio de hospedaje y ratios de rentabilidad en el Hotel Marvento II”

Descripción de la propuesta

Las empresas deben ser eficientes en la utilización de sus recursos, es por ello que; necesitan determinar cuánto les cuesta fabricar sus productos o prestar servicios.

El modelo planteado contiene herramientas de control que coadyuvan al manejo y determinación de todos los costos atribuidos al servicio de hospedaje del Hotel Marvento II.

Este modelo se basa en la determinación correcta de los elementos del costo: material directo, mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación; fundamentalmente la aplicación de este modelo ayudará a conocer el margen de utilidad con el que cuenta el hotel en relación a las ventas o ingresos netos.

Objetivo General

Calcular los costos por dimensión de habitación mediante el modelo de costos estableciendo valores exactos del servicio de hospedaje del Hotel Marvento II, para la adecuada tomando decisiones.

Objetivos Específicos

- Estructurar un modelo de asignación de costos que permita la identificación plena de elementos del costo (material directo, mano de obra y CIF)
- Calcular las diferencias entre el Estado de Resultados antes y después de aplicado el modelo de determinación de costos, a través del método de análisis comparativo.
- Determinar ratios de rentabilidad evidenciando la eficiencia que alcanza la empresa durante sus operaciones para la toma de decisiones que mejoren su economía.

Para obtener los costos exactos incurridos en servicio de hospedaje, es necesario el cálculo de cada elemento del costo, tal como se detalla a continuación:

ELEMENTOS DEL COSTO

MATERIAL DIRECTO

Este elemento constituye un componente primordial y principal en la elaboración de un producto o prestación de servicios. Es por ello que, la determinación de costos de material directo se considera el primer paso para los respectivos cálculos.

Para el proceso se detalla los materiales asignados a cada tipo de habitación, las cantidades y costos unitarios se multiplican y se determina los costos totales por persona.

Tabla 11. Material directo

HABITACIÓN				
HABITACIÓN	MATERIALES	CANTIDAD	COSTOS UNITARIO	COSTO TOTAL X PERSONA
DOBLE	Shampoo	2	0,40	0,80
	Jabón	2	0,50	1,00
	Papel Higiénico	1	0,80	0,80
	Total Habitación Doble			\$ 2,60
MATRIMONIAL	Shampoo	2	0,40	0,80
	Jabón	2	0,50	1,00
	Papel Higiénico	1	0,80	0,80
	Total Habitación Matrimonial			\$ 2,60
CUÁDRUPLES	Shampoo	4	0,40	1,60
	Jabón	4	0,50	2,00
	Papel Higiénico	2	0,80	1,60
	Total Habitación Cuádruples			\$ 5,20
SÉXTUPLES	Shampoo	6	0,40	2,40
	Jabón	6	0,50	3,00
	Papel Higiénico	2	0,80	1,60
	Total Habitación Séxtuples			\$ 7,00

Fuente: Hotel Marvento II

Elaborado por: César Andrés Santos Franco

MANO DE OBRA

Para la determinación de costos en mano de obra se tomará valores del rol de pagos, es decir; la remuneración o sueldos de cada personal que intervienen en la prestación de servicios de hospedaje, este costo se divide para el total de metros cuadrados, dando como resultado un costo total por metro cuadrado.

Cabe señalar que total de metros cuadrados corresponden a la sumatoria de los metros cuadrados del total de habitaciones que tiene el Hotel Marvento II.

$$\frac{\text{Costo Mano de Obra Directa}}{\text{Total Metros Cuadrados}} = \text{COSTO DE M.O.D. POR M2 MENSUAL}$$

$$\frac{3.818,21}{1626} = \mathbf{2,348221293} \text{ COSTO MENSUAL POR M2}$$

$$\frac{\text{Costo Mensual Por M2}}{30 \text{ días}} = \text{COSTO MENSUAL POR M2}$$

$$\frac{2,348221293}{30} = \mathbf{0,078274043} \text{ COSTO MENSUAL POR M2}$$

$$\mathbf{0,078274043} = \text{COSTO M.O.D. POR M2 DIARIO}$$

Tabla 12. Costo de M.O.D

CARGO	INGRESOS + HORAS EXTRAS	APORTE PATRONAL	DÉCIMO TERCER	DÉCIMO CUARTO	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	TOTAL COSTO MANO DE OBRA
HABITACIONES							
CAMARERO	488,12	54,43	40,68	31,25	20,34	40,68	675,49
CAMARERO	438,88	48,94	36,57	31,25	18,29	36,57	610,50
CAMARERO	503,37	56,13	41,95	31,25	20,97	-	653,67
CAMARERO	459,33	51,22	38,28	31,25	19,14	-	599,21
CAMARERO	420,41	46,88	35,03	31,25	17,52	35,03	586,12
CAMARERO	535,36	59,69	44,61	31,25	22,31	-	693,22
TOTALES	2.845,47	317,27	237,12	187,50	118,56	112,28	3.818,21

Fuente: Hotel Marvento II

Elaborado por: César Andrés Santos Franco

Tabla 13. Total de m2 Diario

TIPO DE HABITACIONES	Nº DE HABITACIONES	METROS CUADRADOS POR HABITACIÓN	TOTAL METROS CUADRADOS	COSTOS METRO CUADRADO POR DÍA	COSTO TOTAL	COSTO UNITARIO
Habitación Doble	3	30 C/U	90	0,078274043	7,05	2,35
Habitación Matrimonial	24	28 C/U	672	0,078274043	52,60	2,19
Habitación Cuádruples	14	42 C/U	588	0,078274043	46,03	3,29
Habitación Séxtuples	6	46 C/U	276	0,078274043	21,60	3,60
TOTAL	47	146	1626	0,313096172	127,28	11,43

Fuente: Hotel Marvento II

Elaborado por: César Andrés Santos Franco

En la tabla 24 se observa el total de metros cuadrados calculados en base a la cantidad de habitaciones. Para hallar el total de metros cuadrados por habitación se procedió a multiplicar la cantidad de habitaciones por el número de metros cuadrados según el tipo de habitación.

COSTO INDIRECTO DE FABRICACIÓN

Se procede a detallar todos los rubros del Estado de Resultados de Noviembre 2017, correspondientes a los CIF; este valor total se divide para el total metros cuadrados y con ello se obtendrá una tasa predeterminada de CIF.

$$\frac{\text{Total Costo Indirecto de Fabricación}}{\text{Total Metros Cuadrados}} = \text{M. O. D. POR M2 MENSUAL}$$

$$\frac{9.487,92}{1626} = 5,84 \text{ TASA PREDETERMINADA POR M2 MENSUAL}$$

$$0,19450431 = \text{TASA PREDETERMINADA POR M2 DIARIO}$$

Tabla 14. Costo total diario por tipo de habitaciones

TIPO DE HABITACIONES	N° DE HABITACIONES	METROS CUADRADOS POR HABITACIÓN	TOTAL METROS CUADRADOS	TASA PREDETERMINADA POR DÍA	COSTO TOTAL	COSTO MENSUAL
Habitación Doble	3	30 C/U	90	0,194504305	17,51	5,84
Habitación Matrimonial	24	28 C/U	672	0,194504305	130,71	5,45
Habitación Cuádruples	14	42 C/U	588	0,194504305	114,37	8,17
Habitación Séxtuples	6	46 C/U	276	0,194504305	53,68	8,95
TOTAL	47	146	1626	0,74601230	349,34	28,40

Fuente: Hotel Marvento II

Elaborado por: César Andrés Santos Franco

Para la obtención de la tasa predeterminada, se toma el valor total mensual correspondiente a costos indirectos de fabricación dividida para el total de metros cuadrados por el tipo de habitación, utilizados en la mano de obra.

Tabla 15. Costos indirectos de fabricación

<u>COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN</u>	
<u>MATERIALES INDIRECTOS</u>	
Servicios de TV por Cable Y CLARO	\$ 525,49
Suministros de habitaciones y pisos	\$ 811,30
Suministros de limpieza y huésped	\$ 212,44
<u>OTROS COSTOS INDIRECTOS</u>	
Servicios Básicos	\$ 2.030,91
Servicio de Alimentación	\$ 3.061,50
Servicios de lavandería	\$ 279,60
Mantenimiento de aires acondicionados	\$ 148,24
Mantenimiento de garaje	\$ 136,92
Mantenimiento de ascensores	\$ 99,00
Predios Urbanos	\$ 800,00
Permisos y Patentes Municipales, M de Turismo y otros	\$ 1.377,48
Comisiones WEB	\$ 5,04
TOTAL	\$ 9.487,92

Fuente: Hotel Marvento II

Elaborado por: César Andrés Santos Franco

Los rubros de materiales indirectos y otros costos indirectos son obtenidos del Estado de Resultados de Noviembre 2017; es decir el CIF total de \$9.487,92 es mensual.

HOJAS DE COSTOS

Este formato es la acumulación de todos los costos de cada uno de los elementos del costo en cada orden de trabajo: material directo, mano de obra directa y los CIF; para posterior obtención del costo total por habitación.

Tabla 16. Hoja de Costo de habitación doble

 HOTEL MARVENTO II HOJA DE COSTOS AL 1 DE NOVIEMBRE DE 2017			
SECCIÓN:	HOSPEDAJE		
O/T N° 1	HABITACIÓN DOBLE		
FECHA	MP	MOD	CIF
1/11/2017	2,60	2,35	5,84
TOTALES	2,60	2,35	5,84
ELEMENTOS DEL COSTO RESUMEN			
MATERIAL DIRECTO			2,60
MANO DE OBRA DIRECTA			2,35
COSTO PRIMO			<u>4,95</u>
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN			5,84
COSTO TOTAL HAB. DOBLE			10,78

Fuente: Hotel Marvento II

Elaborado por: César Andrés Santos Franco

Tabla 17. Hoja de Costo de habitación matrimonial

 <p>HOTEL MARVENTO II HOJA DE COSTOS AL 1 DE NOVIEMBRE DE 2017</p>			
SECCIÓN:		HOSPEDAJE	
O/T N° 2		HABITACIÓN MATRIMONIAL	
FECHA	MP	MOD	CIF
1/11/2017	2,60	2,19	5,45
TOTALES	2,60	2,19	5,45
ELEMENTOS DEL COSTO RESUMEN			
MATERIAL DIRECTO			2,60
MANO DE OBRA DIRECTA			2,19
COSTO PRIMO			<u>4,79</u>
COSTOS INDIRECTOS DE			5,45
COSTO TOTAL HAB. MATRIMONIAL			10,24

Fuente: Hotel Marvento II

Elaborado por: César Andrés Santos Franco

Tabla 18. Hoja de Costo de habitación cuádruple

 <p>HOTEL MARVENTO II HOJA DE COSTOS AL 1 DE NOVIEMBRE DE 2017</p>			
SECCIÓN:		HOSPEDAJE	
O/T N° 3		HABITACIÓN CUÁDRUPLES	
FECHA	MP	MOD	CIF
1/11/2017	5,20	3,29	8,17
TOTALES	5,20	3,29	8,17
ELEMENTOS DEL COSTO RESUMEN			
MATERIAL DIRECTO			5,20
MANO DE OBRA DIRECTA			3,29
COSTO PRIMO			<u>8,49</u>
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN			8,17
COSTO TOTAL HAB. CUÁDRUPLE			16,66

Fuente: Hotel Marvento II

Elaborado por: César Andrés Santos Franco

Tabla 19. Hoja de Costo de habitación séptuples



HOTEL MARVENTO II
HOJA DE COSTOS
AL 1 DE NOVIEMBRE DE 2017

SECCIÓN: HOSPEDAJE
O/T N° 4 HABITACIÓN SÉXTUPLES

FECHA	MP	MOD	CIF
1/11/2017	7,00	3,60	8,95
TOTALES	7,00	3,60	8,95

ELEMENTOS DEL COSTO
RESUMEN

MATERIAL DIRECTO	7,00
MANO DE OBRA DIRECTA	3,60
COSTO PRIMO	10,60
COSTOS INDIRECTOS DE	8,95
COSTO TOTAL HAB. SÉXTUPLE	19,55

Fuente: Hotel Marvento II

Elaborado por: César Andrés Santos Franco

RESUMEN DE COSTOS

Los valores obtenidos de las hojas de costo, indican los rubros de cada elemento entre los que se detalla: material directo por cada tipo de habitación, este valor se multiplica por el N° de habitaciones ocupadas en el mes de noviembre, dando como resultado un costo mensual de \$1.232,00 en material directo. El valor de Mano de Obra directa por habitación se multiplica por el N° de habitaciones en el mes antes mencionado resultando un costo mensual de \$ 3818,21. Y por último los costos correspondientes a cada habitación se multiplica por el N° de habitaciones ocupadas en el mes y con ello se obtendrá un valor de \$ 9487,92 de Costos mensual.

Total de Habitaciones Ocupadas en el Mes de Noviembre

FECHA	CANTIDAD				TOTAL
	DOBLE	MATRIMONIAL	CUÁDRUPLE	SÉXTUPLE	
01/11/2017	2	5	2	0	9
02/11/2017	3	9	8	6	26
03/11/2017	3	15	14	6	38
04/11/2017	3	16	14	6	39
05/11/2017	3	4	3	1	11
06/11/2017	2	2	1	1	6
07/11/2017	1	1	0	0	2
08/11/2017	0	0	0	0	0
09/11/2017	3	1	0	1	5
10/11/2017	2	1	1	0	4
11/11/2017	3	2	1	2	8
12/11/2017	3	9	4	6	22
13/11/2017	1	0	1	0	2
14/11/2017	1	0	1	0	2
15/11/2017	3	2	2	0	7
16/11/2017	3	4	3	1	11
17/11/2017	1	1	3	3	8
18/11/2017	3	1	4	1	9
19/11/2017	3	1	3	1	8
20/11/2017	1	2	2	1	6
21/11/2017	1	1	2	0	4
22/11/2017	1	1	1	0	3
23/11/2017	2	1	1	0	4
24/11/2017	2	1	1	1	5
25/11/2017	3	2	1	1	7
26/11/2017	3	5	9	5	22
27/11/2017	2	0	2	1	5
28/11/2017	2	0	2	0	4
29/11/2017	1	1	1	1	4
30/11/2017	3	8	8	1	20
TOTAL	64	96	95	46	301

Fuente: Hotel Marvento II

Elaborado por: César Andrés Santos Franco

Tabla 20. Resumen de Costos

TIPO DE HABITACIONES	DOBLE	MATIMONIAL	CUÁDRUPLES	SÉXTUPLES
MATERIA PRIMA DIRECTA (MPD)	2,60	2,60	5,20	7,00
N° DE HABITACIONES	64	96	95	46
COSTO TOTAL	\$ 166,40	\$ 249,60	\$ 494,00	\$ 322,00
COSTO TOTAL MENSUAL	\$ 1.232,00			
MANO DE OBRA DIRECTA (MOD)	2,35	2,19	3,29	3,60
N° DE HABITACIONES TOTALES	90	720	420	180
COSTO TOTAL	\$ 211,34	\$ 1.578,00	\$ 1.380,75	\$ 648,11
COSTO TOTAL MENSUAL	\$ 3.818,21			
COSTOS INDIRECTO DE FABRICACIÓN (CIF)	5,84	5,45	8,17	8,95
N° DE HABITACIONES TOTALES	90	720	420	180
COSTO TOTAL	\$ 525,16	\$ 3.921,21	\$ 3.431,06	\$ 1.610,50
COSTO TOTAL MENSUAL	\$ 9.487,92			
COSTO TOTAL	\$ 14.538,13			

Fuente: Hotel Marvento II

Elaborado por: César Andrés Santos Franco

ESTADO DE RESULTADOS APLICADO EL MODELO DE DETERMINACIÓN DE COSTOS Y MÉTODO DE PORCIENTOS INTEGRALES

Luego de la determinación de todos los costos se procedió a la reestructuración de las cuentas que integran el Estado de resultados del Hotel Marvento II, para el mes de Noviembre 2017.

En el Estado de Resultados las Ventas o Ingresos netos son consideradas el 100% las cuales se obtienen de total de las ventas por habitación en el mes de noviembre; y cada una de las cifras de las diferentes cuentas se dividen entre las Ventas netas y el resultado se multiplica por 100, es así como se observa la proporción de cada una de las cuentas del Estado de Resultados con relación a las Ventas netas; por lo tanto se evidencia que el Costo de venta refleja un 62,00%; por lo tanto la Utilidad bruta en relación a los Ingresos y Costos representa el 38,00%. De igual manera, los Gastos Administrativos con un 21,96% y en concordancia con los Ingresos netos, la utilidad operacional refleja un 16,04%; este porcentaje evidencia el porcentaje real de los valores de cada uno de los elementos del costo,

Total de habitaciones vendidas en el mes (Total ventas)

FECHA	CANTIDAD				TOTAL	PRECIO UNITARIO				TOTAL POR HABITACIÓN				TOTAL VENTAS
	DOBLE	MATRIMONIAL	CUÁDRUPLE	SÉXTUPLE		DOBLE	MATRIMONIAL	CUÁDRUPLE	SÉXTUPLE	DOBLE	MATRIMONIAL	CUÁDRUPLE	SÉXTUPLE	
01/11/2017	2	5	2	0	9	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 90,00	\$ 150,00	\$ 100,00	\$ 250,00	\$ 180,00	\$ -	\$ 530,00
02/11/2017	3	9	8	6	26	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 90,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 450,00	\$ 720,00	\$ 900,00	\$ 2.220,00
03/11/2017	3	15	14	6	38	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 90,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 750,00	\$ 1.260,00	\$ 900,00	\$ 3.060,00
04/11/2017	3	16	14	6	39	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 90,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 800,00	\$ 1.260,00	\$ 900,00	\$ 3.110,00
05/11/2017	3	4	3	1	11	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 90,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 200,00	\$ 270,00	\$ 150,00	\$ 770,00
06/11/2017	2	2	1	1	6	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 90,00	\$ 150,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 90,00	\$ 150,00	\$ 440,00
07/11/2017	1	1	0	0	2	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 90,00	\$ 150,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ -	\$ -	\$ 100,00
08/11/2017	0	0	0	0	0	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 90,00	\$ 150,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
09/11/2017	3	1	0	1	5	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 90,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 50,00	\$ -	\$ 150,00	\$ 350,00
10/11/2017	2	1	1	0	4	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 90,00	\$ 150,00	\$ 100,00	\$ 50,00	\$ 90,00	\$ -	\$ 240,00
11/11/2017	3	2	1	2	8	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 90,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 100,00	\$ 90,00	\$ 300,00	\$ 640,00
12/11/2017	3	9	4	6	22	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 90,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 450,00	\$ 360,00	\$ 900,00	\$ 1.860,00
13/11/2017	1	0	1	0	2	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 90,00	\$ 150,00	\$ 50,00	\$ -	\$ 90,00	\$ -	\$ 140,00
14/11/2017	1	0	1	0	2	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 90,00	\$ 150,00	\$ 50,00	\$ -	\$ 90,00	\$ -	\$ 140,00
15/11/2017	3	2	2	0	7	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 90,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 100,00	\$ 180,00	\$ -	\$ 430,00

FECHA	CANTIDAD				TOTAL	PRECIO UNITARIO				TOTAL POR HABITACIÓN				TOTAL VENTAS
	DOBLE	MATRIMONIAL	CUÁDRUPLE	SÉXTUPLE		DOBLE	MATRIMONIAL	CUÁDRUPLE	SÉXTUPLE	DOBLE	MATRIMONIAL	CUÁDRUPLE	SÉXTUPLE	
16/11/2017	3	4	3	1	11	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 90,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 200,00	\$ 270,00	\$ 150,00	\$ 770,00
17/11/2017	1	1	3	3	8	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 90,00	\$ 150,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 270,00	\$ 450,00	\$ 820,00
18/11/2017	3	1	4	1	9	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 90,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 50,00	\$ 360,00	\$ 150,00	\$ 710,00
19/11/2017	3	1	3	1	8	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 90,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 50,00	\$ 270,00	\$ 150,00	\$ 620,00
20/11/2017	1	2	2	1	6	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 90,00	\$ 150,00	\$ 50,00	\$ 100,00	\$ 180,00	\$ 150,00	\$ 480,00
21/11/2017	1	1	2	0	4	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 90,00	\$ 150,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 180,00	\$ -	\$ 280,00
22/11/2017	1	1	1	0	3	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 90,00	\$ 150,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 90,00	\$ -	\$ 190,00
23/11/2017	2	1	1	0	4	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 90,00	\$ 150,00	\$ 100,00	\$ 50,00	\$ 90,00	\$ -	\$ 240,00
24/11/2017	2	1	1	1	5	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 90,00	\$ 150,00	\$ 100,00	\$ 50,00	\$ 90,00	\$ 150,00	\$ 390,00
25/11/2017	3	2	1	1	7	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 90,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 100,00	\$ 90,00	\$ 150,00	\$ 490,00
26/11/2017	3	5	9	5	22	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 90,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 250,00	\$ 810,00	\$ 750,00	\$ 1.960,00
27/11/2017	2	0	2	1	5	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 90,00	\$ 150,00	\$ 100,00	\$ -	\$ 180,00	\$ 150,00	\$ 430,00
28/11/2017	2	0	2	0	4	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 90,00	\$ 150,00	\$ 100,00	\$ -	\$ 180,00	\$ -	\$ 280,00
29/11/2017	1	1	1	1	4	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 90,00	\$ 150,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 90,00	\$ 150,00	\$ 340,00
30/11/2017	3	8	8	1	20	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 90,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 400,00	\$ 720,00	\$ 150,00	\$ 1.420,00
TOTAL	64	96	95	46	301	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 2.700,00	\$ 4.500,00	\$ 3.200,00	\$ 4.800,00	\$ 8.550,00	\$ 6.900,00	\$ 23.450,00

Fuente: Hotel Marvento II

Elaborado por: César Andrés Santos Franco

Tabla 21. Determinación de Costos y Método de porcentos integrales

		APLICADO EL MODELO
HOTEL MARVENTO II ESTADO DE RESULTADOS AL 01/11/2017 AL 30/11/2017		
		%
<u>INGRESOS NETOS DEL SERVICIO</u>	\$ 23.450,00	100,00%
<u>COSTO DE VENTA SERVICIO</u>	\$ 14.538,13	62,00%
Materia Prima Directa	\$ 1.232,00	
Mano de Obra Directa	\$ 3.818,21	
Costos Indirectos	\$ 9.487,92	
<u>UTILIDAD BRUTA</u>	\$ 8.911,87	38,00%
<u>GASTOS ADMINISTRATIVOS</u>	\$ 5.149,85	21,96%
Gerente General	\$ 500,00	
Administrador	\$ 988,83	
Asistente Contable	\$ 571,98	
Auditor Nocturno	\$ 359,94	
Comisión T/C y Banca	\$ 307,00	
Retenciones T/C	\$ 663,95	
Comisiones Enganchadores	\$ 270,80	
IESS	\$ 1.487,35	
<u>UTILIDAD OPERACIONAL</u>	\$ 3.762,02	16,04%

Fuente: Hotel Marvento II

Elaborado por: César Andrés Santos Franco

Tabla 22. Comparación de Estado de Resultados

 HOTEL MARVENTO II ESTADO DE RESULTADOS AL 01/11/2017 AL 30/11/2017					
ANTES DE APLICADO EL MODELO			DESPUÉS DE APLICADO EL MODELO		
	\$	%		\$	%
INGRESOS NETOS DEL SERVICIO	\$ 23.450,00	100,00%	INGRESOS NETOS DEL SERVICIO	\$ 23.450,00	100,00%
COSTO DE VENTA SERVICIO	\$ 14.310,06	61,02%	COSTO DE VENTA SERVICIO	\$ 14.538,13	62,00%
UTILIDAD BRUTA	\$ 9.139,94	38,98%	Materia Prima Directa	\$ 1.232,00	
			Mano de Obra Directa	\$ 3.818,21	
			Costos Indirectos	\$ 9.487,92	
			UTILIDAD BRUTA	\$ 8.911,87	38,00%
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 5.149,85	21,96%	GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 5.149,85	21,96%
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 3.990,09	17,02%	UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 3.762,02	16,04%

Esta tabla contiene valores del Estado de Resultados al 30 de Noviembre del 2017, se realizó la comparación de los resultados del antes y después de aplicar el modelo de determinación de costos, es decir; se comparó todos los rubros que conforman el Estado. Se observa en el cuadro la variación de un -0.98% en el Costo de Venta del servicio, lo que representa un aumento de los costos, de la misma manera, se determina una variación de -0.98% en la utilidad operacional: lo que significa que la aplicación de este modelo de determinación de costos, es beneficioso para el Hotel, debido a que determina de manera exacta los valores reales todos los elementos del costo que incurren en el proceso de prestación de servicios.

MEDIDAS DE RENTABILIDAD

La rentabilidad bruta

Esta medida corresponde a la eficiencia que alcanza la empresa durante sus operaciones y con ello tomar decisiones para mejorar su economía. Se ha calculado dividiendo el resultado o utilidad bruta de la entidad y el monto total de ventas o ventas netas.

$$\text{Rentabilidad bruta o de las ventas} = \frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ventas Netas}}$$

Tabla 23. Rentabilidad bruta o de las ventas

<u>Antes de Aplicado el modelo</u>	<u>Después de Aplicado el modelo</u>
\$ 9.139,94 39%	\$ 8.911,87 38%
\$ 23.450,00	\$ 23.450,00

Con respecto a los resultados obtenidos en el cuadro, se observa que luego de la resta de los costos del servicio, la utilidad bruta antes de aplicado el modelo representa el 39% y después de aplicar el modelo un 38%; por lo cual se observa que existe una variación de 1% correspondientes a una disminución muy significativa en cuanto a los costos en los que incurre el servicio de hospedaje. Es decir, el hotel contará con valores reales en relación a las materias primas, mano de obra y cif.

Rentabilidad Operacional

Mide el rendimiento de los activos operacionales en el proceso productivo de la empresa, así mismo indica si el negocio es o no lucrativo.

Representa el porcentaje que obtiene la empresa por las ventas que tiene después de restar los gastos.

$$\text{Rentabilidad Operacional} = \frac{\text{Utilidad Operativa}}{\text{Ventas Netas}}$$

Tabla 24. Rentabilidad operacional

<u>Antes de Aplicado el modelo</u>			<u>Después de Aplicado el modelo</u>		
\$	3.990,09	17%	\$	3.762,02	16%
\$	23.450,00		\$	23.450,00	

En relación a los resultados obtenidos se observa que la utilidad operacional antes de aplicado el modelo representa el 17% y después de aplicado el modelo un 16%; por lo tanto se establece una variación de 1% generada por el hotel de cada unidad monetaria de ventas. Es decir, es el porcentaje de utilidad que obtiene disminuye o pierde el hotel después de que se dedujeron todos los costos y gastos, excluyendo los intereses, impuestos y dividendos de acciones.

Conclusiones

- ✓ Existen varios factores que afectan la rentabilidad de algunas empresas, entre estas, la no identificación de los elementos del costos que intervienen en el servicio de hospedaje situación que limita la identificación plena de del costo por cada servicio prestado afectando a la competitividad del Hotel.
- ✓ La medición de los costos en una empresa es esencial, puesto que; ayuda a conocer de manera integral si un negocio es rentable o no. Por ello, se determina una incorrecta medición de los costos afectando a la razonabilidad de las ganancias o pérdidas al término del ejercicio fiscal del Hotel.
- ✓ Se concluye que la forma de determinar los costos del servicio de hospedaje actualmente en el Hotel Marvento II, es inadecuada, no se aplica la contabilidad de costos, por lo tanto, no cuenta con un modelo o sistema de costos, lo que produce que no se tomen decisiones adecuadas que ayuden a generar una rentabilidad acorde a la situación económica del Hotel.

Recomendaciones

- ✓ Es indispensable que el Hotel identifique los elementos del costo que intervienen en el servicio de hospedaje que le permita a la empresa tener una competitividad estable en el mercado.

- ✓ Es necesario que en el Hotel se realice una medición de los costos que ayuden a determinar la razonabilidad de las ganancias o pérdidas al término del ejercicio fiscal.

- Se recomienda que el Hotel implemente un modelo de costos para determinar costos exactos de cada servicio prestado o costo por cada habitación; que le permitan tomar decisiones adecuadas que beneficien a la rentabilidad económica del Hotel.

BIBLIOGRAFÍA

- Arredondo, M. (2015). *Contabilidad y Análisis de costos. 1era. Edición*. México: Grupo Editorial Patria.
- Baena, D. (2014). *Análisis financiero: enfoque y proyecciones 2da. Edición*. Bogotá: ECOE Ediciones.
- Bahillo, M. E., Pérez, M. C., & Escribano, G. (2013). *Gestión Financiera*. Madrid-España: Paraninfo, S.A.
- Cómite de Normas Internacionales de Contabilidad. (2009). *Normas Internacionales de Contabilidad 2 INVENTARIOS*. USA: Normas Internacionales.
- Córdoba, M. (2014). *Análisis Financiero 1a. Edición*. Bogotá: ECOE Ediciones.
- Coromoto, M. (2013). *Administración de Costos para Servicios de Alojamiento Turístico: Sistemas de Administración de Costos Convencionales y Contemporáneos*. España: Editorial Académica Española.
- Corporación Financiera Nacional. (Julio de 2017). *Ficha Sectorial: Sector Turístico- Nivel Nacional. Sector Turístico: Alojamiento y servicios de comida*. Obtenido de <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/2017/10/Ficha-Sectorial-Turismo.pdf>
- Dirección Nacional Jurídica. (28 de FEBRERO de 2015). *REGLAMENTO PARA LA APLICACIÓN DE LA LEY DE RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO. (Decreto No. 580)*. Obtenido de http://www.espol.edu.ec/sites/default/files/archivos_transparencia/REGLAMENTO%20APLICACION%20DE%20LA%20LEY%20DE%20REGIMEN%20TRIBUTARIO%20INTERNO.pdf
- Feijoó, J. L., García, M., & Degrossi, M. (2018). *Alimentos y Bebidas: Su gerenciamiento en hoteles y restaurantes. 2da. Edición*. Buenos Aires-Argentina: UGERAN Editor Ciencia & Técnica.
- Fidias, A. G. (2012). *El Proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica*. Caracas: Episteme C.A.
- Flores Villalpando, R. (2014). *Análisis de Estados Financieros*. Estado de México: Unid Editorial Digital.

- GAD Santa Elena. (2012-2021). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial*.
Obtenido de <https://issuu.com/patriciocisneros/docs/tomoi-santaelenafinal>
- García, V. (2015). *Análisis Financiero: Un enfoque integral*. México: Grupo Editorial Patria.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Batista Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México, D F: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Jesús, A. Q. (2009). *Libro práctico sobre Contabilidad de Costos*. Bucaramanga: Universitaria de Investigación y desarrollo. Recuperado el 06 de 05 de 2018, de <https://es.calameo.com/read/002271387de39db260c76>
- Laporta, R. (2016). *Costos y gestión empresarial. 1a. Edición*. Bogotá-Colombia: ECOE Ediciones.
- Lemus, W. J. (2010). *Contabilidad de costos*. San Mateo, Bogotá, Colombia: Fundación para la educación superior. Recuperado el 06 de 05 de 2018, de <http://www.sanmateo.edu.co/documentos/publicacion-contabilidad-costos.p>
- Ley de Turismo. (29 de DICIEMBRE de 2014). Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Merino Sanz, M. J. (2015). *Introducción a la investigación de mercados*. ESIC Editorial.
- Ministerio de Industrias y Productividad. (16 de 01 de 2015). *Ley orgánica de defensa del consumidor*. Obtenido de <http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/2015/09/LEY-ORGANICA-DE-DEFENSA-DEL-CONSUMIDOR.pdf>
- Ministerio de Turismo. (22 de Enero de 2015). *Reglamento General a la Ley de Turismo*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-GENERAL-LEY-TURISMO.pdf>
- Ministerio de Turismo. (18 de Febrero de 2016). *Reglamento de Alojamiento Turístico*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/02/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>

content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf

- Morales, A., Morales, J., & Alconer, F. (2014). *Administración Financiera. 1era Edición*. México: Grupo Editorial Patria.
- Moreno, J. (2014). *Contabilidad de la estructura financiera de la empresa. Los ciclos financieros a corto y largo plazo de la empresa*. México: ebook.
- Morillo, M. (2011). Sistemas de costos convencionales para establecimientos de alojamientos turísticos. *Visión Gerencial. Universidad de Los Andes-Venezuela, 23*.
- Murillo Torrecilla, J. (s.f.). *Metodología de Investigación Avanzada: La Entrevista*. Recuperado el 19 de Diciembre de 2015, de La Entrevista: [https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/Met_Inves_Avan/Presentaciones/Entrevista_\(trabajo\).pdf](https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/Met_Inves_Avan/Presentaciones/Entrevista_(trabajo).pdf)
- Oriol, A., & Soldevila, P. (2014). *Contabilidad y gestión de costes: con ejercicios resueltos. 7a Edición*. Barcelona: Profit Editorial.
- Parella Santa & Martins Feliberto. (2010). *Metodología de Investigación Cuantitativa*. Caracas: FEDUPEL.
- Pastrana, A. (2012). *Contabilidad de Costos*. El Cid Editor.
- Phala, L. (2015). *Gestión de costos de servicio y rentabilidad de hotelería e inversiones Latino S.A - Hotel Tierra Mística Qalasaya de la ciudad de Puno, períodos 2009-2010*. Obtenido de Universidad de Antiplano. Facultad de Ciencias Contables y Administrativas: http://tesis.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/2507/Phala_Cutipa_Lenny_Fiorella%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Plan Nacional del Buen Vivir. (2013). *Objetivo 8. Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible*. Obtenido de <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivo-8.-consolidar-el-sistema-economico-social-y-solidario-de-forma-sostenible#tabs2>
- Polo, B. (2013). *Contabilidad de costos en la alta gerencia: teórico-práctico*. Bogotá- Colombia: Grupo Editorial Nueva Legislación.
- Rincón, C. (2009). *Costos decisiones empresariales*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

- Rincón, C. A., Lasso, G., & Parrado, Á. (2012). *Contabilidad siglo XXI. 2da. Edición*. Bogotá - Colombia: Ecoe Ediciones.
- Rincón, C., & Villareal, F. (2010). *Costos. Decisiones empresariales*. Bogotá-Colombia: ECOE Ediciones.
- Rodrigo, S. (04 de Enero de 2016). *Costos y rentabilidad en mi empresa*. Obtenido de Revista Digital para la empresa: <http://revistadelaempresa.com/costos-y-rentabilidad-en-mi-empresa-para-no-contadores/>
- Rodríguez, L. (2017). *La asignación de costos y la rentabilidad en el Hotel Volcano de la ciudad de Baños de Agua Santa*. Obtenido de Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Contabilidad y Auditoría: <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/25907/1/T4045i.pdf>
- Rodríguez, R. (2012). *Costos aplicados en hoteles, alimentos y bebidas*. Bogotá: Cuarta Edición. ECOE EDICIONES.
- Sánchez Ballesta, J. p. (2002). *Análisis de rentabilidad económica de la empresa*. (P. CiberConta, Ed.) Obtenido de <http://www.revistavirtualpro.com/biblioteca/analisis-de-rentabilidad-economica-de-la-empresa>
- Sinisterra, G. (2011). *Contabilidad de Costos*. Bogotá- Colombia: ECOE Ediciones.
- Teran, P., & Pesantez, E. (01 de Enero de 2017). *El Comercio*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/viajar/turismointerno-ecuador-genero-12millones-2016.html>
- Toro, F. (2016). *Costos ABC y presupuestos: costear con base en actividades*. Bogotá: 2a. ed. Ecoe Ediciones.
- Zambrano, L. (9 de Agosto de 2017). *Economía Local e Internacional. Los elevados precios le hacen perder a Ecuador su encanto*. Obtenido de Expreso.ec: <https://www.expreso.ec/economia/hoteles-turismo-economia-comercio-precios-IF1610813>

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia

Título	Problema	Objetivos	Idea a defender	Variables	Indicadores
<p>“COSTO DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE Y LA RENTABILIDAD DEL HOTEL MARVENTO II DEL CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2017”</p>	<p>Problema General ¿Cómo el costo de servicio de hospedaje determina la rentabilidad real del Hotel Marvento II, cantón Salinas, provincia Santa Elena?</p>	<p>O. General Determinar el costo del servicio de hospedaje mediante procedimientos contables para la medición de la rentabilidad del Hotel Marvento II, Cantón Salinas, Provincia Santa Elena, año 2017.</p>	<p>A través de un Sistema de Costos se determinara la rentabilidad real del Hotel Marvento II, cantón Salinas, provincia de Santa Elena, año 2017.</p>	<p>Variable Independiente Costo del servicio</p>	<p>Indicadores V.I - Materia prima -Mano de obra directa -Costos indirectos - Costo Fijos - Costo Variable - Costo Unitario - Costo Total - Costo Directo - Por proceso - Por orden de trabajo - Estándar - Orden de trabajo</p>
	<p>Problemas Específicos ¿Cuál es el efecto de la identificación de los elementos del Costo del servicio de hospedaje en la razonabilidad de ganancias o pérdidas al término del ejercicio fiscal? ¿Cuál es el efecto de la medición de los costos en la competitividad de la empresa? ¿Qué impacto tiene un modelo de costo adecuado en la toma de decisiones?</p>	<p>Tareas científicas 1. Identificar los elementos del Costo que intervienen en el servicio de hospedaje y su efecto en la fijación de precios. 2. La medición de los costos y su efecto en la razonabilidad de ganancias o pérdidas al término del ejercicio fiscal de la empresa. 3. Determinación de un modelo de costo adecuado en la toma de decisiones.</p>		<p>Variable Dependiente Rentabilidad</p>	<p>Indicadores V.D -Método de porcentos integrales -Método de tendencias -Método de estados comparativos - Rentabilidad bruta o de las ventas -Rentabilidad Operacional</p>



**UNIVERSIDAD ESTATAL
“PENÍNSULA DE SANTA ELENA”**
Facultad de Ciencias Administrativas
Carrera Contabilidad y Auditoría



“HOTEL MARVENTO II”

Anexo 2. Entrevista al Contador General

Objetivo: Conocer aspectos relacionados con la distribución de costos y la rentabilidad de la entidad, para el desarrollo del tema de titulación: Costo del Servicio de hospedaje y la rentabilidad del Hotel Marvento II del Cantón Salinas, Provincia de Santa Elena Año 2017.

GUÍA DE PREGUNTAS

1. ¿Qué tipo y cantidad de habitaciones existen los servicios de alojamiento?
2. ¿Cómo determina los costos del servicio de hospedaje?
3. ¿Cómo reconoce y mide los costos en los servicio de hospedaje?
4. ¿Identifica los rubros que pertenecen a los elementos del costo?
5. ¿Existe en el Hotel un sistema de costo que determine los desembolsos que realizan en un periodo contable?
6. ¿Cree usted que la disminución de costos en servicios de hospedaje ayudará a mejorar la rentabilidad en el hotel Marvento II?
7. ¿Conoce la rentabilidad que genera el hotel año a año?
8. ¿Se realizan análisis mensuales de rentabilidad sobre las ventas?
9. ¿Cree usted que al distribuir y reconocer los elementos del costo mejoraría la toma de decisiones financieras en el Hotel?
10. ¿Considera usted que al determinar correctamente los costos de servicios, permitirá garantizar mayor rentabilidad?
11. ¿Si se identifica y relaciona los costos de servicios le ayudaría a determinar el precio de venta asegurando rentabilidad?
12. ¿Considera importante el diseño de un modelo de costos de servicio de hospedaje dentro del hotel para una adecuada toma de decisiones?



**UNIVERSIDAD ESTATAL
“PENÍNSULA DE SANTA ELENA”**
Facultad de Ciencias Administrativas
Carrera Contabilidad y Auditoría



“HOTEL MARVENTO II”

Anexo 3. Entrevista al Gerente

Objetivo: Conocer aspectos relacionados con la distribución de costos y la rentabilidad de la entidad, para el desarrollo del tema de titulación: Costo del Servicio de hospedaje y la rentabilidad del Hotel Marvento II del Cantón Salinas, Provincia de Santa Elena Año 2017.

CUESTIONARIO DE PREGUNTAS

1. ¿Cuál es su rol como gerente del Hotel Marvento II?
2. ¿Qué reportes relevantes recibe la gerencia para la toma de decisiones?
3. ¿Qué informes sobre alojamiento recibe la gerencia?
4. ¿Considera necesario la inclusión de un sistema de costo en el hotel?
5. ¿Cree usted que es indispensable contar con un modelo de costos que permita disponer de información real para determinar los costos del servicio de hospedaje en cada periodo contable y la correcta toma de decisiones?



**UNIVERSIDAD ESTATAL
“PENÍNSULA DE SANTA ELENA”**
Facultad de Ciencias Administrativas
Carrera Contabilidad y Auditoría



“HOTEL MARVENTO II”

Anexo 4. Entrevista a Administradora del Hotel Marvento II

Objetivo: Conocer aspectos relacionados con la distribución de costos y la rentabilidad de la entidad, para el desarrollo del tema de titulación: Costo del Servicio de hospedaje y la rentabilidad del Hotel Marvento II del Cantón Salinas, Provincia de Santa Elena Año 2017.

CUESTIONARIO DE PREGUNTAS

1. ¿Cuáles son sus principales funciones como administradora del Hotel?
2. ¿Cómo establece el precio de venta por el servicio de hospedaje?
3. ¿Con que frecuencia realiza pedidos para compra de suministros de huéspedes y de limpieza?
4. ¿Realiza usted un análisis de los costos de los suministros de sus proveedores?
5. ¿Conoce usted acerca de un modelo de costos?



**UNIVERSIDAD ESTATAL
“PENÍNSULA DE SANTA ELENA”**
Facultad de Ciencias Administrativas
Carrera Contabilidad y Auditoría



“HOTEL MARVENTO II”

Anexo 5. Encuesta: Camareros

Objetivo: Conocer aspectos relacionados con la distribución de costos y la rentabilidad de la entidad, para el desarrollo del tema de titulación: Costo del Servicio de hospedaje y la rentabilidad del Hotel Marvento II del Cantón Salinas, Provincia de Santa Elena Año 2017.

CUESTIONARIO DE PREGUNTAS

1. ¿Cómo valora la infraestructura del Hotel Marvento II?
Regular () Buena () Excelente ()
2. ¿Cómo calificaría la administración del Hotel Marvento II?
Regular () Buena () Excelente ()
3. ¿Cómo valora la calidad del servicio de hospedaje del Hotel Marvento II?
Regular () Buena () Excelente ()
4. ¿Considera usted que el Hotel cuenta con instalaciones en buen estado, modernas y acogedoras?
Si () No () Indiferente ()
5. ¿Considera usted que se compra la cantidad necesaria de suministros para la prestación del servicio, evitando gastos innecesarios al Hotel?
Siempre ()
Casi siempre ()
A veces ()
Casi nunca ()
Nunca ()
6. ¿De acuerdo con los suministros establecidos en cada habitación, la tarifa es?

Alta ()

Justa ()

Baja ()

7. ¿El hotel Marvento II cuenta con el personal suficiente y capacitado para un servicio de calidad?

Siempre ()

Casi siempre ()

A veces ()

Casi nunca ()

Nunca ()

8. ¿Considera que la remuneración recibida de acuerdo a las actividades que desarrolla es?

Regular ()

Buena ()

Excelente ()

9. ¿Considera usted que las horas laborables van acorde a su remuneración?

Si ()

No ()

Indiferente ()

10. ¿Considera indispensable el control de las actividades que ejecuta dentro de su puesto de trabajo?

Siempre ()

Casi siempre ()

A veces ()

Casi nunca ()

Nunca ()

Gracias por su colaboración

Anexo 6. Rol de Pagos del Mes de Noviembre 2017



HOTEL MARVENTO II
CALLE ARGUDO GABRIEL ARIOSTO
R.U.C. # 0101367423001
SALINAS - ECUADOR

ROL DE PAGOS

CORRESPONDIENTE AL MES: **NOVIEMBRE 2.017**

#	APELLIDOS-NOMBRES	CARGO	D.T.	I N G R E S O S						E G R E S O S					A RECIBIR	TOTAL A RECIBIR	FIRMAS
				S.B.U.	S.B.U.G.	HE	ALIMENTAC.	F/RESERVA	T.INGRESOS	9,45% IESS	IRAQ/VAC	P.Q.	SERVA	T. EGRESOS			
	ADMINISTRACION																
1	CALLE ARGUDO GABRIEL	GTE GRAL.	30	500,00	500,00	0,00	47,25	0,00	547,25	47,25	0,00	0,00	0,00	47,25	500,00	500,00	0101367423
2	MENDIETA AGUILAR NORA	ADM. GRAL.	30	1.000,00	1.000,00	0,00	0,00	83,33	1.083,33	94,50	0,00	0,00	0,00	94,50	988,83	988,83	0300710084
3	CASTRO TOMALA ELSA MARYORIE	ASIS.DE CONTAB.	30	650,00	650,00	0,00	71,43	0,00	721,43	61,43	250,00	88,03	0,00	399,46	321,98	571,98	0913923744
	TOTAL			2.150,00	2.150,00	0,00	118,68	83,33	2.352,01	203,18	250,00	88,03	0,00	541,21	1.810,81	2.060,81	
	HABITACIONES																
4	BAZAN FIGUEROA ALEX JOEL	CAMARERO	30	377,90	377,90	110,22	0,00	40,68	528,80	46,13	180,00	21,77	45,00	292,90	235,90	415,90	2450094079
5	BAZURTO GONZALEZ PEDRO OCTAVIO	CAMARERO	30	377,53	377,53	61,35	0,00	36,57	475,45	41,47	180,00	0,00	45,00	266,47	208,98	388,98	2450306317
6	GABINO PERERO MARIBEL DEL ROCIO	CAMARERA	30	377,53	377,53	125,84	0,00		503,37	47,57	180,00	0,00	45,00	272,57	230,80	410,80	0915887533
7	MEILLON BAZAN EDDIE EDUARDO	CAMARERO	30	377,53	377,53	81,80	0,00		459,33	43,41	180,00	0,00	45,00	268,41	190,92	370,92	0928147552
8	REYES RODRIGUEZ VICTOR DANIEL	CAMARERO	30	377,90	377,90	42,51	0,00		420,41	39,73	180,00	54,63	22,50	296,86	123,55	303,55	0926462136
	TOTAL			1.888,39	1.888,39	421,72	0,00	77,25	2.387,36	218,31	900,00	76,40	202,50	1.397,21	990,15	1.890,15	
	RECEPCION																
9	RUIZ ZAMORA FREDDY AARON	RECEPCIONISTA	30	377,90	377,90	157,46		0,00	535,36	50,59	180,00	0,00	45,00	275,59	259,77	439,77	0928354604
10	SUAREZ FLOREANO OTHMAR JONATHAN	AUDITOR NOCT.	30	400,00	400,00	133,33	30,00	0,00	563,33	50,40	180,00	152,99	0,00	383,39	179,94	359,94	0927364802
	TOTAL			777,90	777,90	290,79	30,00	0,00	1.098,69	100,99	360,00	152,99	45,00	658,98	439,71	799,71	
	-TOTALES-			4.816,29	4.816,29	712,51	148,68	160,58	5.838,06	522,47	1.510,00	317,42	247,50	2.597,39	3.240,67	4.750,67	

ELS A CASTRO TOMALÁ
ELABORADO

GABRIEL CALLE ARGUDO
GERENTE GENERAL

Anexo 7. Provisiones sociales

CORRESPONDIENTE AL MES:

NOVIEMBRE 2.017

#	APELLIDOS-NOMBRES	CARGO	D.T.	PROVISIONES DE SUELDOS Y BENEFICIOS									
				S.B.U.	S.B.U.G.	HE	T.INGRESOS	D.TERCER	D.CUARTO	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	TOTAL	APORTE PATRONAL
	ADMINISTRACION												
1	CALLE ARGUDO GABRIEL	GTE GRAL.	30	500,00	500,00	0,00	500,00					500,00	0
2	MENDIETA AGUILAR NORA	ADM. GRAL.	30	1.000,00	1.000,00	0,00	1.000,00	83,33	31,25	41,67	83,33	1.239,58	111,50
3	CASTRO TOMALA ELSA MARYORIE	ASIS.DE CONTAB.	30	650,00	650,00	0,00	650,00	54,17	31,25	27,08	54,17	816,67	72,48
	HABITACIONES	2.150,00			2.150,00		2.150,00	137,50	62,50	68,75	137,50	2.556,25	183,98
4	BAZAN FIGUEROA ALEX JOEL	CAMARERO	30	377,90	377,90	110,22	488,12	40,68	31,25	20,34	40,68	621,06	54,43
5	BAZURTO GONZALEZ PEDRO OCTAVIO	CAMARERO	30	377,53	377,53	61,35	438,88	36,57	31,25	18,29	36,57	561,56	48,94
6	GABINO PERERO MARIBEL GABINO	CAMARERO	30	377,53	377,53	125,84	503,37	41,95	31,25	20,97		597,54	56,13
7	MEJILLON BAZAN EDDIE EDUARDO	CAMARERO	30	377,53	377,53	81,80	459,33	38,28	31,25	19,14		548,00	51,22
8	REYES RODRIGUEZ VICTOR DANIEL	CAMARERO	30	377,90	377,90	42,51	420,41	35,03	31,25	17,52	35,03	539,25	46,88
	RECEPCION	1.888,39			1.888,39	421,72	2.310,11	192,51	156,25	96,25	112,28	2.867,41	257,58
	RUIZ ZAMORA FREDDY AARON	RECPCIONISTA	30	377,90	377,90	157,46	535,36	44,61	31,25	22,31		633,53	59,69
9	SUAREZ FLOREANO OTHMAR JONATHAN	AUDITOR NOCT.	30	400,00	400,00	133,33	533,33	44,44	31,25	22,22	44,44	675,69	59,47
10													
					777,90	290,79	1.068,69	89,06	62,50	44,53	44,44	1.309,22	119,16
					4.816,29	712,51	5.528,80	419,07	281,25	209,53	294,23	6.732,88	560,71

ELSA CASTRO TOMALÁ
ELABORADO

GABRIEL CALLE ARGUDO
GERENTE GENERAL

Anexo 8. Total de personas por habitación

TIPO	N° Hab.	Capacidad personas	Total personas x habitación
DOBLE	3	4	12
MATRIMONIAL	24	2	48
CUADRUPLE	14	4	56
SEXTUPLE	6	6	36
TOTAL	47	16	152

METROS CUADRADOS POR HABITACIÓN

TIPO DE HABITACIONES	N° DE HABITACIONES	METROS CUADRADOS	TOTAL METROS CUADRADOS
Habitación Doble	3	30	90
Habitación Matrimonial	24	28	672
Habitación Cuádruples	14	42	588
Habitación Séxtuples	6	46	276
TOTAL	47	146	1626

Anexo 9. Evidencia de visita al Hotel Marvento II



Parte exterior del Hotel Marvento II



Visita al Hotel Marvento II-Salinas.

Anexo 10. Evidencia de entrevistas y encuestas



Entrevista a la Contadora General del Hotel Marvento II



Encuesta a personal administrativo y operativo del Hotel

Anexo 11. Tipo de habitaciones del Hotel Marvento II

Habitación matrimonial



Habitación doble

Habitación triple



Habitación quintuple

Anexo 12. Servicio del Hotel



Piscina del Hotel Marvento II

Anexo 13. Precios por tipo de habitaciones del Hotel Marvento II

Habitación Doble



Hotel Marvento II ★★★★★

Salinas – Mostrar en el mapa (a 400 m del centro) – Cerca de la playa

Hay 1 persona mirando en este momento
Última reserva: hace 2 horas

Ganga de hoy

Habitación Doble 👤
¡Muy solicitado!
Sin riesgos: Puedes cancelar más tarde, así que aprovecha para conseguir un buen precio hoy.

Bien 7,2
98 comentarios

US\$50
Desayuno incluido

[Ver nuestras últimas habitaciones disponibles >](#)

Fuente: Sitio Web Booking

Habitación Cuádruplex



Hotel Marvento II ★★★★★

Salinas – Mostrar en el mapa (a 400 m del centro) – Cerca de la playa

Última reserva: hace 2 horas

Ganga de hoy

Recomendado para 4 adultos

Habitación cuádruple
Cancelación GRATIS. Sin pago por adelantado.
Sin riesgos: Puedes cancelar más tarde, así que aprovecha para conseguir un buen precio hoy.
Camas: 1 cama doble 🛏️ y 1 litera 🛏️

Precio para 4 adultos para 1 noche: US\$90

Bien 7,2
98 comentarios

[Ver nuestras últimas habitaciones disponibles >](#)

Fuente: Sitio Web Booking

Habitación Séxtuples



Hotel Marvento II ★★★★★

Salinas – Mostrar en el mapa (a 400 m del centro) – Cerca de la playa

Última reserva: hace 2 horas

Ganga de hoy

Recomendado para 6 adultos

× 6 Apartamento de 2 dormitorios
Cancelación GRATIS. Sin pago por adelantado.
Sin riesgos: Puedes cancelar más tarde, así que aprovecha para conseguir un buen precio hoy.
Camas: 2 literas 🛏️ y 1 cama doble extragrande 🛏️

¡Solo quedan 2 habitaciones!

Precio para 6 adultos para 1 noche: US\$150

Bien 7,2
98 comentarios

[Ver nuestras últimas habitaciones disponibles >](#)

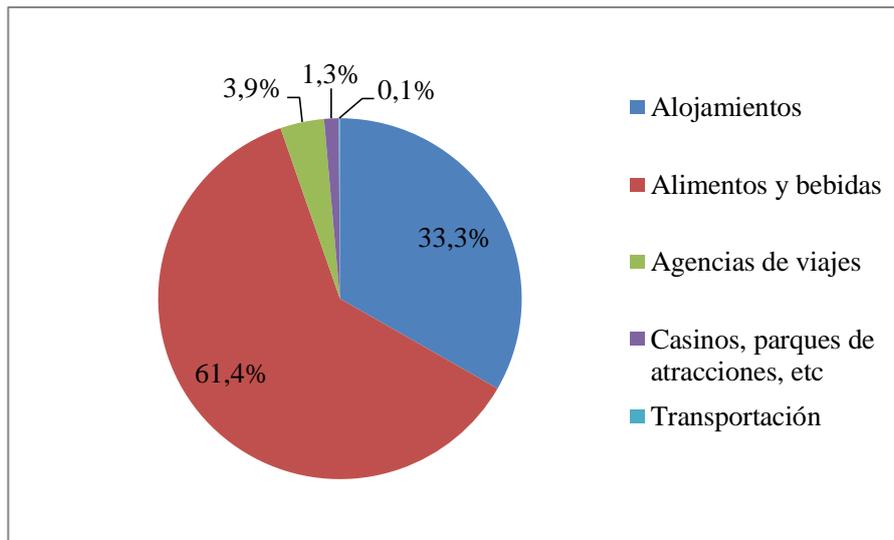
Fuente: Sitio Web Booking

Anexo 14. Estado de pérdidas y ganancias. Servicio de Alojamiento Nacional



Fuente: Corporación Financiera Nacional (2017)

Gráfico 11. Servicios Turísticos de Santa Elena



Fuente: Dirección provincial de Turismo – GAD Santa Elena (2011)



MARVENTO OFICINA
General Enríquez Gallo y Bertha Valverde detrás de Banco Pichincha - Salinas
Teléfonos: 042773310 – 042770827 – 0989600566 – 0997416033
hotelmarventosalinas@gmail.com
Salinas - Ecuador

Salinas, 21 de Enero de 2019

Licenciada C.P.A.
María Fernanda Alejandro Lindao, MCA.
Directora de la Carrera de Contabilidad y Auditoría
UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
En su despacho.-

De mis consideraciones:

Atendiendo la solicitud efectuada por el señor **César Andrés Santos Franco**, estudiante de la carrera de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, en la que solicita autorización para realizar su trabajo de titulación con el tema **“COSTO DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE Y LA RENTABILIDAD DEL HOTEL MARVENTO II DEL CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2017”**

Informo a usted que se dará la debida apertura y colaboración en el uso de la información para que el estudiante realice la investigación respectiva, al mismo tiempo autorizo para que la información proporcionada por la empresa sea publicada en el repositorio digital de la UPSE.

Lo indico para los fines pertinentes.

Atentamente,


HOTEL MARVENTO
FIRMA AUTORIZADA
GABRIEL CALLE ARGUDO
REPRESENTANTE LEGAL
0101367423

