



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

TEMA

**COSTOS POR SERVICIOS Y FIJACIÓN DEL PRECIO DE VENTA DEL
HOTEL TABUBA, COMUNA MONTAÑITA, PROVINCIA DE SANTA
ELENA, AÑO 2018**

**TRABAJO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL TÍTULO DE
LICENCIADA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

AUTOR

Eleana Lilibeth Rosales Borbor

LA LIBERTAD – ECUADOR

2018



TEMA

COSTOS POR SERVICIOS Y FIJACIÓN DEL PRECIO DE VENTA DEL HOTEL TABUBA, COMUNA MONTAÑITA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2018

AUTOR:

Rosales Borbor Eleana Lilibeth

TUTOR:

Ing. Toro Álava Wilson Javier, MSc.

Resumen

En la actualidad el sector hotelero está inmerso en un nuevo contexto socio económico, con el pasar del tiempo se busca mejorar la calidad del servicio con el fin de satisfacer diversas exigencias del mercado. Se identifica que la problemática radica en la inexistencia de un sistema de costeo que permita maximizar los resultados empresariales. Se tiene como objetivo principal evaluar los costos por servicios mediante el análisis de sus elementos para el diseño de un sistema de costos que aporte en la fijación eficiente del precio de venta del Hotel Tabuba. La metodología aplicada fue Cualitativa-Cuantitativa considerando los tipos de investigación Exploratoria y Descriptiva, por medio de las técnicas de guía de observación, entrevistas y encuestas diseñadas en formatos puntuales que están dirigidas a los clientes externos y directivos de la entidad con la finalidad de conocer el entorno y la realidad del hotel e identificar los factores que inciden en el reconocimiento de los costos de servicio y precio de venta. Los resultados obtenidos indican que con la implementación de un modelo de costos es posible la fijación eficiente del precio de venta, siendo el método de costo más margen el ideal para la determinación de los precios de hospedaje.

Palabras claves:

Servicios, Costos, Precio de venta, Ordenes de servicio



TEMA

COSTOS POR SERVICIOS Y FIJACIÓN DEL PRECIO DE VENTA DEL HOTEL TABUBA, COMUNA MONTAÑITA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2018

AUTOR:

Rosales Borbor Eleana Lilibeth

TUTOR:

Ing. Toro Álava Wilson Javier, MSc.

Abstract

Currently the hotel sector is immersed in a new economic socio-context, with the passing of time it seeks to improve the quality of the service in order to meet various market demands. It is identified that the problem lies in the absence of a costing system that allows to maximize business results. The main objective is to evaluate the costs for services by analyzing their elements for the design of a cost system that contributes to the efficient fixing of the sales price of Hotel Tabuba. The methodology applied was Qualitative-Quantitative considering the types of Exploratory and Descriptive research, through observation guide techniques, interviews and surveys designed in specific formats that are aimed at external clients and managers of the entity in order to know the environment and the reality of the hotel and identify the factors that affect the recognition of service costs and sales price. The results obtained indicate that with the implementation of a cost model it is possible to efficiently fix the sales price, with the cost method being the most margin ideal for determining hosting prices.

Keywords:

Services, Costs, Sales Price, Service Orders

APROBACIÓN DEL PROFESOR TUTOR

En mi calidad de tutor del trabajo de titulación, “COSTOS POR SERVICIOS Y FIJACIÓN DEL PRECIO DE VENTA DEL HOTEL TABUBA, COMUNA MONTAÑITA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2018”, elaborado por la Srta. Eleana Lilibeth Rosales Borbor, egresada de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal 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 la apruebo en todas sus partes.

Atentamente,



Ing. Toro Alava Wilson Javier, MSc.
TUTOR

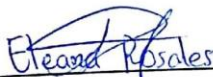
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

El presente trabajo de titulación con el título de “**COSTOS POR SERVICIOS Y FIJACIÓN DEL PRECIO DE VENTA DEL HOTEL TABUBA, COMUNA MONTAÑITA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2018**”, elaborado por **Rosales Borbor Eleana Lilibeth** declarada que la concepción, análisis y resultados son originales y aportan a la actividad científica educativa empresarial y administrativa.

Transferencia de derechos de 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 o parcial en su versión original o en otro idioma será prohibida en cualquier instancia.

Atentamente,



Rosales Borbor Eleana Lilibeth
C.C. No: 2450600685

AGRADECIMIENTO

A Dios, por brindarme cada día la oportunidad de vivir, por iluminar mi mente, guiarme hacia el camino correcto y así alcanzar las metas anheladas en mi carrera como profesional.

A la Universidad Estatal Península de Santa Elena quien me dio la oportunidad de formarme personal y profesionalmente, siendo un ente potencial dentro de la provincia para el desarrollo del intelecto de sus estudiantes.

Así como a los Docentes de la carrera de Contabilidad y Auditoría quienes impartieron sus enseñanzas y conocimientos de la mejor manera.

Al Hotel Tabuba, por darme la apertura de realizar mi trabajo de titulación en su entidad y brindarme la información oportuna para el desarrollo del mismo.

A mi tutor Ing. Wilson Toro por el tiempo dedicado en la revisión de mi trabajo, guiándome a aclarar mis ideas para el desarrollo correcto y eficaz durante el proceso de tesis.

DEDICATORIA

Con mucha satisfacción este trabajo va dedicado especialmente a mi familia quien me mostró su apoyo incondicional durante todo el proceso del mismo.

A mi madre quien se esfuerza cada día por brindarme los estudios, siendo el pilar fundamental en todo lo que soy, dándome palabras de aliento y motivación para llegar a culminar mi carrera universitaria.

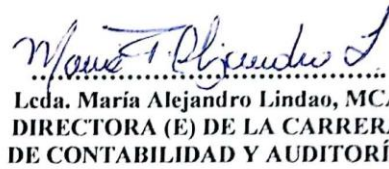
A mi padre quien desde el cielo siempre me ha guiado para alcanzar mis metas y aprovechar cada oportunidad que me ayude a crecer personal y profesionalmente.

A mis amigas con quienes encaminé esta meta y tuvieron siempre las palabras de motivación adecuadas para lograrlo y nunca rendirnos pese a los momentos difíciles que se presentaban.

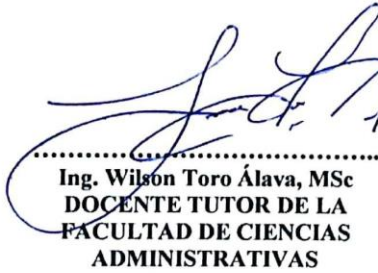
TRIBUNAL DE GRADO



.....
Ing. Mercedes Freire Rendón, MSc
DECANA (E) DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



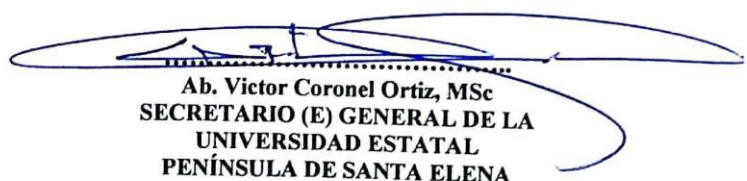
.....
Lda. Maria Alejandro Lindao, MCA
DIRECTORA (E) DE LA CARRERA
DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA



.....
Ing. Wilson Toro Álava, MSc
DOCENTE TUTOR DE LA
FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS



.....
Lda. Karla Suarez Mena, MCFA
DOCENTE ESPECIALISTA DE LA
FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS



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

ÍNDICE

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 Variable Independiente: Costos por servicios.....	12
1.2.1.1 Costos.....	12
1.2.1.1.1 Reconocimiento de Costos	13
1.2.1.1.2 Sistema de Costos.....	16
1.2.1.2 Elementos del Costo.....	17
1.2.1.2.1 Materia prima	18
1.2.1.2.2 Mano de Obra	19
1.2.1.2.3 Costos Indirectos de Fabricación	19
1.2.2 Variable Dependiente: Precio de venta	20
1.2.2.1 Políticas de Precio	21
1.2.2.2 Métodos o estrategias de precio	23
1.2.2.2.1 Precio de costo más margen	23
1.2.2.2.2 Precio según el punto de equilibrio	24
1.2.2.2.3 Basados en la competencia.....	24
1.3 Fundamentación Legal	25
CAPÍTULO II	35
MATERIALES Y MÉTODOS	35
2.1 Tipo de investigación	35
2.2 Método de investigación	35
2.3 Diseño de Muestreo	36
2.4 Diseño de recolección de datos	37
CAPÍTULO III	38
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	38
3.1 Análisis de datos.....	38

3.1.1	Análisis de ficha de observación.....	38
3.1.2	Análisis de Entrevista.....	39
3.1.3	Análisis de Encuesta	47
3.2	Limitaciones	57
3.3	Resultados	58
3.3.1	Costeo por servicio de Hospedaje	58
3.3.2	Proceso de fijación de precios del servicio de hospedaje del Hotel Tabuba	59
3.4	Propuesta	60
3.4.1	Objetivos	60
3.4.2	Descripción de la propuesta	61
3.4.3	Determinación de costos propuestos para el Hotel	62
3.4.4	Determinación de precios de venta propuestos para el servicio de hospedaje del Hotel.....	70
3.4.5	Comparación de precios actuales y propuestos.....	82
	CONCLUSIONES	83
	RECOMENDACIONES	84
	BIBLIOGRAFÍA	85
	ANEXOS	87

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Factores que influyen en la fijación de precios	22
Tabla 2 Población.....	36
Tabla 3 Muestra.....	37
Tabla 4 Técnicas e instrumentos	37
Tabla 5 Servicio de hospedaje brindado	47
Tabla 6 Precios establecidos	48
Tabla 7 Infraestructura del hotel	49
Tabla 8 Aseo y limpieza.....	50
Tabla 9 Atención al cliente.....	51
Tabla 10 Calidad de materiales utilizados	52
Tabla 11 Elección para hospedarse	53
Tabla 12 Precios establecidos	54
Tabla 13 Aumento de precios.....	55
Tabla 14 Precios por temporadas	56
Tabla 15 Precios por habitación	59
Tabla 16 Costo de materia prima directa por habitación	62
Tabla 17 Costo de materia prima directa por habitación	63
Tabla 18 Costo de mano de obra directa por habitación.....	64
Tabla 19 Detalle de costos indirectos de fabricación.....	65
Tabla 20 Costos indirectos de fabricación por habitación	66
Tabla 21 Hoja de Costos de Habitación Matrimonial.....	67
Tabla 22 Hoja de Costos de Habitación Doble	67
Tabla 23 Hoja de Costos de Habitación Matrimonial Premium	68
Tabla 24 Hoja de Costos de Habitación Triple	68
Tabla 25 Hoja de Costos de Habitación Cuádruple	69
Tabla 26 Hoja de Costos de Habitación Quintuple	69
Tabla 27 Resumen de hoja de costos	70
Tabla 28 Método de costo más margen.....	71
Tabla 29 Método de Punto de equilibrio.....	71
Tabla 30 Método de Punto de equilibrio.....	72

Tabla 31 Ventas anuales.....	72
Tabla 32 Ventas mensuales	72
Tabla 33 Cantidad de desayunos por año.....	73
Tabla 34 Costo unitario de desayunos	73
Tabla 35 Detalle de ingresos por punto de equilibrio	74
Tabla 36 Punto de Equilibrio-Habitación matrimonial	75
Tabla 37 Punto de Equilibrio-Habitación matrimonial premium.....	76
Tabla 38 Punto de Equilibrio-Habitación doble.....	77
Tabla 39 Punto de Equilibrio-Habitación triple	78
Tabla 40 Punto de Equilibrio-Habitación cuádruple.....	79
Tabla 41 Punto de Equilibrio-Habitación quintuple	80
Tabla 42 Método de acuerdo a la competencia	81
Tabla 43 Punto de Equilibrio-Habitación matrimonial premium.....	82

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Servicio de hospedaje brindado	47
Gráfico 2 Precios establecidos	48
Gráfico 3 Infraestructura del hotel	49
Gráfico 4 Aseo y limpieza.....	50
Gráfico 5 Atención al cliente	51
Gráfico 6 Calidad de materiales utilizados	52
Gráfico 7 Elección para hospedarse	53
Gráfico 8 Precios establecidos	54
Gráfico 9 Aumento de precios	55
Gráfico 10 Precios por temporadas	56
Gráfico 11 Punto de Equilibrio-Habitación matrimonial.....	75
Gráfico 12 Punto de Equilibrio-Habitación doble	77
Gráfico 13 Punto de Equilibrio-Habitación matrimonial premium	76
Gráfico 14 Punto de Equilibrio-Habitación triple	78
Gráfico 15 Punto de Equilibrio-Habitación cuádruple.....	79
Gráfico 16 Punto de Equilibrio-Habitación quíntuple	80

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Matriz de consistencia.....	88
Anexo 2 Modelo de ficha de observación.....	89
Anexo 3 Modelo de entrevista	90
Anexo 4 Modelo de encuesta.....	92
Anexo 5 Cálculos de Rol de Pagos	94
Anexo 6 Cálculos de mano de obra directa	94
Anexo 7 Distribución del costo de mano de obra por tipo de habitación	96
Anexo 7 Detalle de depreciación de activos para CIF.....	96
Anexo 9 Cálculos de Costos indirectos de fabricación.....	97
Anexo 10 Instalaciones de la entidad.....	99
Anexo 11 Registro Único del Contribuyente.....	100
Anexo 12 Carta Aval	102

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación denominado “COSTOS POR SERVICIOS Y FIJACIÓN DEL PRECIO DE VENTA DEL HOTEL TABUBA, COMUNA MONTAÑITA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2018” tiene como problema principal la incorrecta fijación del precio de venta del servicio de hospedaje debido a que no se identifican, ni asignan de manera idónea los elementos del costo.

De acuerdo a un informe de la Organización Mundial de Turismo (2015) indica que: “El turismo mundial brinda beneficios y ayuda al desarrollo constante de la sociedad, cada día aumenta el número de personas que se involucran en este sector convirtiéndolo al mismo en una guía clave de progreso económico”. Por tal razón es importante mencionar que el turismo aporta sin duda alguna al desarrollo constante de las empresas hoteleras, permitiéndoles generar altos rubros de ingresos al final de un periodo contable, que implementando un buen sistema de costeo proporciona utilidades al propietario de la entidad de servicios.

El Ecuador por su biodiversidad, es un país que acoge anualmente una gran variedad de turistas. El turismo se ubica en la tercera posición de la economía como exportación no petrolera. Según el resumen ejecutivo de la Corporación Financiera Nacional (2017) indica que en el sector turístico: “A nivel nacional existen 5 488 establecimientos de alojamiento” (pág. 3). Es elemental que dentro de estas entidades de servicio turístico se utilice estas herramientas de sistema de costos pues al hacerlo tendrán un mejor control de los recursos que intervienen en la prestación de servicios.

Es importante mencionar que el turismo dentro de la Provincia de Santa Elena según la información recolectada de Guía Empresarial (2015): “Recibe en sus balnearios aproximadamente 80 mil turistas por temporada, lo cual indica un ingreso estimado de 12'000,000 dólares. Gran porcentaje de estos ingresos son recopilados por empresarios de la provincia del Guayas que han invertido en hoteles, restaurantes, centros de diversión, etc.”. Por tal motivo la mayoría de estas poseen un sistema de costos, se manifiesta que es un factor significativo para generar mayor fuente de ingresos para la población y las empresas que se dedican a la actividad hotelera.

En la comunidad de Montañita se encuentra establecido el Hotel Tabuba, dichas instalaciones poseen una capacidad de alojamiento para más de 250 personas. Es reconocido por la calidad de servicio que brindan, cuenta con 6 tipos de habitaciones: matrimonial, matrimonial premium, doble, triple, cuádruple y quintuple.

En la actualidad se vive un cambio en el entorno de globalización y uno de los factores importantes para que las empresas puedan sobresalir en el mercado es por la fijación de precios en los bienes o servicios que estas ofrecen, desarrollando estrategias competitivas para incrementar las ganancias en sus negocios.

En la entidad los colaboradores del departamento contable identifican y asignan los costos de manera rutinaria, esto implica que los elementos del costo no sean considerados en su totalidad y de manera conjunta, ocasionando que los rubros de materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación desarrollados en la información contable carezcan de legitimidad para asignar precios de acuerdo al último periodo económico en el Hotel Tabuba.

La forma en que se identifican, registran y controlan los elementos del costo no es adecuada, éstos carecen de tecnicismo, el tratamiento que aplica la entidad no cubre la totalidad de los insumos o costos reales que involucran brindar el servicio de hospedaje incidiendo directamente en el precio que se oferta.

En el Hotel Tabuba la ausencia de un sistema de costos ha producido que el precio que se asigna al servicio se realice de manera empírica y con relación a la competencia que se encuentra dentro de la zona, situación que debe mejorarse para que se reflejen las ventas de manera adecuada y con utilidad que permita a la alta gerencia tomar decisiones idóneas al finalizar el periodo económico para el progreso de la entidad.

Se realiza este trabajo de investigación para brindar una facilidad al Hotel Tabuba mediante el diseño de un sistema de costos dando a conocer que se puede mejorar las estrategias para la fijación de precios de los servicios que ofrecen a los turistas y así dar soluciones a los diversos inconvenientes causados por no poseer una base de cómo identificar y llevar un control de los elementos del costo.

Por lo mencionado, el trabajo busca corroborar la siguiente interrogante: ¿Cómo los costos por servicios aportan en la fijación del precio de venta del Hotel Tabuba, Comuna Montañita, Provincia de Santa Elena, Año 2018 ?, ¿Cómo son distribuidos los elementos del costo y precios de venta del servicio de hospedaje del Hotel Tabuba?, ¿Cuál es el método de costo eficaz que permite la correcta fijación de precios para el logro de objetivos de la entidad?, ¿Cómo es posible la eficiente fijación del precio de venta?.

Para el desarrollo de la investigación es importante cumplir con el objetivo general, el cual consiste en evaluar los costos por servicios mediante el análisis de sus elementos para el diseño de un sistema de costos que aporte en la fijación eficiente del precio de venta del Hotel Tabuba, Comuna Montañita, Provincia de Santa Elena.

Por lo anterior es indispensable que se ejecuten a cabalidad las tareas científicas: primero la identificación de los elementos del costo y precio de venta mediante la recolección de datos que permita el análisis de los recursos utilizados en la prestación del servicio; determinación de los costos reales del servicio de hospedaje mediante el registro y control de los elementos del costo; Propuesta del diseño de un sistema de costos por servicios para la fijación eficiente del precio de venta y correcta toma de decisiones.

La presente investigación permite tener un control en los costos que se utilizan en la prestación de servicios de hospedaje, debido a las falencias de la entidad en cuanto a dicha determinación de costos es necesario que el trabajo se sustente mediante bases científicas y documentales direccionadas a los costos por servicios, además de información que respalde todo el trabajo investigativo.

La aplicación de metodologías permite que se estudie a profundidad el problema, el trabajo se sustenta a través de la investigación descriptiva, se aplica el método deductivo y de análisis, además de técnicas tales como observación, entrevistas y encuestas debido a que son herramientas que permiten lograr los objetivos planteados para el desarrollo de la propuesta y así dar solución a las falencias que se encuentran dentro de la entidad.

La investigación ayuda al Hotel Tabuba a mejorar la forma en que establecen sus precios de venta, mediante la aplicación de diversos cálculos se logra saber cuánto cuesta producir o brindar el servicio de hospedaje. Considerando el estudio de la investigación, ésta se direcciona a los directivos y demás colaboradores de la empresa, por lo que los resultados que se obtengan van a beneficiar sin duda alguna a que se pueda establecer un precio real y eficiente del servicio, es decir optimizando los esfuerzos y a su vez logrando mejoras en su fijación de precios para incrementar su nivel de competitividad dentro del mercado.

La idea a defender del trabajo de investigación es constatar que a través de la aplicación del modelo de un sistema de costos por servicios se logra la fijación eficiente el precio de venta del Hotel Tabuba, Comuna Montañita, Provincia de Santa Elena.

La estructura del presente trabajo de investigación se detalla de la siguiente manera. El capítulo I contiene la revisión de la literatura con enfoques y resultados similares al tema de investigación, además se cuenta con el desarrollo de teorías orientadas a la indagación, conjuntamente conceptos de acuerdo a las variables dependiente e independiente, asimismo los fundamentos legales, tales como Constitución de la República, la Ley de Turismo con su respectivo reglamento, las Normas Internacionales de Contabilidad NIC 2 respectivamente.

En el capítulo II se detalla los materiales y métodos necesarios para el desarrollo de la investigación y obtención de información importante, así como también tipos y diseño de la recolección de datos.

En el capítulo III se presentan los resultados obtenidos de la entrevista realizada al propietario y encuestas a los clientes, así como aportes del estudiante o discusión, además se puntualiza las conclusiones y recomendaciones del estudio realizado, por último, se detalla la propuesta de acuerdo a la distribución de los elementos del costos y asignación de precios en los servicios de hospedaje del Hotel Tabuba.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Revisión de la literatura

La industria hotelera ha sido una parte importante de la evolución del sector económico, con el pasar del tiempo el turismo incrementa, generando beneficios para quienes se dedican a esta actividad. Por tal motivo es ideal conocer cómo es posible que los hoteles puedan optimizar sus costos y fijar un precio real y eficaz al servicio de hospedaje logrando una ventaja frente al mercado competitivo en el que se encuentran.

Es importante indicar que para realizar el trabajo de investigación se debe recurrir a información que plantean otros autores que de una u otra forma estén vinculados con la temática de estudio, con el fin de recopilar bases teóricas fundamentadas en artículos científicos sobre cómo los costos por servicios aportan a la correcta fijación del precio de venta. A continuación, se muestran los diversos resultados encontrados:

Según Morillo Moreno, Marysela y Cardozo, Corina (2017), en su investigación sobre Sistemas de Costos basados en actividades en hoteles cuatro estrellas del Estado Mérida, Venezuela tiene como objetivo principal formular un sistema de costos ABC para hoteles, dadas las contribuciones financieras y operativas que este método aporta a la organización, resumidas en la creación de mayor valor, control y reducción de costos.

La metodología que se empleó fue mediante un enfoque cualitativo, de campo, de carácter exploratorio, descriptivo y documental, además basaron la investigación cumpliendo con las normas establecidas, tales como entrevistas, se mostró como resultado que la aplicación del Método ABC permite precisar con mayor certeza y detalle la composición de los costos asociados a los servicios ofertados para así impulsar a tener una mayor rentabilidad en la organización (pp. 91-113).

Hurtado, E, Ordeñana, J y Romero, E (2018), realizaron una investigación acerca de la contabilización de los costos en las empresas de actividades hoteleras y su impacto en la rentabilidad, en donde se manifiesta como objetivo general dar a conocer cuál es la importancia de contabilizar los costos en los servicios hoteleros mediante el desarrollo de métodos, técnicas e instrumentos, estos permitieron analizar los costos empleados. Los resultados obtenidos fueron que mediante la identificación individual de los costos incurridos se asegura la rentabilidad y correcta fijación del precio para brindar un buen servicio y posteriormente medir la eficiencia y eficacia del mismo.

Albán Vallejo, V., Betancourt Soto, V. y Morales Merchán, N. (2015), dentro de su investigación realizada titulada: El costo de producción y la fijación de precios en las microempresas, indican que el propósito de la investigación consistió en contrastar la realidad manejada empíricamente por los propietarios en cuanto a su manejo contable en el registro y posterior análisis de los rubros que intervienen en el proceso de producción y gastos de operación, frente a la técnica utilizada para establecer de manera más profunda la forma de determinar el precio de venta..

Es un estudio descriptivo y explicativo acompañada de un diseño que se caracterizó por contener claros lineamientos metodológicos en el aspecto documental, de campo y no experimental que permitió establecer las relaciones existentes entre procesos de producción, sistemas de costeo y estrategias, en función del costo, volumen y utilidad frente a la utilización de técnicas que permitieron establecer el precio de venta, los resultados obtenidos en el trabajo indican que con la implementación de una herramienta técnica es posible fijar el precio de venta de forma adecuada y a su vez éste les permitirá realizar un presupuesto de venta para que la línea de producción sea efectiva y competitiva.

González González, J., Suárez Mena, K., Alejandro Lindao, M., y Alejandro Lindao, C. (2018), en su estudio denominado Incidencia del costo de servicio en el precio de venta de las pymes de la provincia de Santa Elena se indica que el objetivo principal es analizar cómo incide la asignación de costos en la determinación del precio de venta en entidades de servicio, motivo por el cual se implementó el tipo de investigación descriptiva y analítica.

Se hizo uso de técnicas de encuestas y entrevistas para la respectiva recolección de información y saber cual es la realidad de las entidades. Los resultados indican que las empresas no emplean adecuadamente los sistemas de costeo, las decisiones que se toman son basadas en los éxitos o fracasos de los gerentes pero que la clave para una adecuada imposición de precio es establecer un sistema de costeo idóneo que permita analizar el tipo de producto o servicio que se ofrezca frente al precio de los productos de la competencia.

La investigación realizada por Rodríguez, O, Grzabel, V y Noguez, L (2014), se planteó como objetivo principal el desarrollo sobre la determinación correcta de precios en la industria hotelera esto seguido de la aplicación de métodos y estrategias para la fijación del precio y tarifas en la Industria hotelera mediante una estructura de costos que involucre factores importantes para brindar el servicio.

Los resultados obtenidos indican que una vez conociendo las características de esta industria, se debe poner una atención especial al manejo de los costos ante diversas situaciones que se presenten además que es conveniente que las estrategias para establecer el precio no se apoyen en un único factor, sino que procure contemplar aspectos que posibilite la competitividad de la empresa en relación al mercado.

1.2 Desarrollo de Teorías y conceptos

Las investigaciones que se han desarrollado acerca de los costos por servicios de hospedaje permiten resaltar elementos importantes que influyen en la fijación del precio, además de destacar teorías que ayudan a tener una viabilidad en el objeto del estudio. Los autores Hurtado, E, Ordeñana, J y Romero, E (2018), indican que:

Los costos en las empresas que brindan servicios hoteleros son variables, y dependerá siempre de qué servicios adicionales solicite el huésped, puede incluir alimentos y bebidas, lavandería, llamadas internacionales, etc. Sin embargo, aunque no exista un modelo exacto a seguir es importante que se identifiquen uno a uno los servicios brindados y los costos que se generaron en el proceso (pág. 11).

De la misma manera en el artículo científico Sistema de costos basado en actividades en hoteles cuatro estrellas del estado Mérida, Venezuela correspondiente a Morillo Moreno, Marysela y Cardozo, Corina (2017), indica que:

Una de las características para resaltar del sector hotelero viene dada por la estacionalidad en sus ventas: durante las temporadas altas se reportan mayores ganancias, debido a que el porcentaje de ocupación aumenta (entre el 60 y el 100%), contrario a las temporadas bajas, cuando disminuye al 30%. De ahí la importancia de asignar un margen promedio de ocupación anual al fijar tarifas que permita cubrir los costos de todo el año (pág. 99).

Albán Vallejo, V., Betancourt Soto, V. y Morales Merchán, N. (2015) interpreta los costos y su relación con el precio de venta de la siguiente manera:

La empresa genera costos cuando compra bienes e insumos necesarios para el proceso productivo, contrata mano de obra calificada y no calificada, o realiza contratos por obra en talleres similares. De igual forma la utilización de maquinaria y equipos, el inmueble donde funciona la empresa, es decir todos estos elementos pueden ser propios o arrendados y, por lo tanto, requieren de salidas de dinero. Expresado de otra manera, en términos de valor se transforman en el costo de producción, necesarios para elaborar el artículo, que, al ser vendido, se transforma en ingresos, que luego de restar sus costos y gastos, se obtiene la utilidad o pérdida, resultados que pueden incidir de forma positiva o negativa en el patrimonio de la empresa (pág. 5).

Rodriguez, O, Grzabel, V y Noguez, L (2014) exponen lo siguiente:

Para la determinación de precios es de suma importancia la proyección de ventas, nivel de ocupación, a fin de reducir al máximo posible el grado de incertidumbre. Por otro lado, al conocer la tipología de clientes que se apunta captar es importante adecuar los servicios a sus expectativas. Conocidos estos factores, el hotel puede fijar sus precios y ser referencia en el mercado o bien tomarlos del mercado y depender de su evolución. El precio piso siempre deberá cubrir los costos variables y el límite máximo será la disposición del cliente a pagar por lo que se le ofrece. Lo razonable es que en el largo plazo los precios cubran también los costos fijos, aunque podría suceder que en el corto plazo el precio pueda no cubrir los costos totales, pero esto solo puede ser sostenido en la medida de que exista certeza de que la situación es circunstancial (pág. 8).

González González, J., Suárez Mena, K., Alejandro Lindao, M., y Alejandro Lindao, C. (2018), proponen un sistema de costeo como medida para maximizar el uso de recursos provenientes de costos, indicando que:

El sistema de costeo de venta de servicios será único y particular en cada tipo de empresa de servicio, sin importar la actividad que desarrolle, y no existe un modelo estandarizado de costeo por servicio debido a la complejidad de la diversa gama de servicios que existe en el mercado empresarial. Pero si se recomienda a las empresas de servicio encontrar su base de apoyo en sistemas tradicionales o crear un método en base a un análisis previo de la estructura ajustable e idónea que conste con los tres elementos del costo materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación (pág. 5).

1.2.1 Variable Independiente: Costos por servicios

Los costos por servicios son todos aquellos valores económicos en las que debe incurrir una empresa para desarrollar las actividades de forma operativa y al final cumplir con los objetivos que éstas se planteen. Estos deben estar conformados por los elementos del costo, permitiendo la correcta identificación y reconocimiento de la materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación que se aplican para brindar el servicio final, teniendo como resultado un sistema de costos eficiente y eficaz que contribuya a tener un mejor control de las actividades productoras del servicio. Sin importar el tipo de servicio toda entidad siempre busca la satisfacción de sus clientes, la calidad influye desde los insumos que se utilizan hasta que se oferta el servicio al usuario.

1.2.1.1 Costos

Para Lazo Palacios, M (2013) el concepto general de Contabilidad de costos recae en que: “Constituye el complemento amplificado y necesario de la contabilidad financiera, la misma tiene la finalidad de brindar información de los hechos económicos en un momento preciso para tomar decisiones respecto a maximizar beneficios o minimizar costos”.

De acuerdo a lo que indica Zapata Sánchez, P (2015) Contabilidad de costos: “Es la técnica especializada de la contabilidad que utiliza procedimientos apropiados para registrar, resumir e interpretar las operaciones relacionadas con costos que se requieren para elaborar un artículo, prestar un servicio, o los procesos y actividades inherentes a su producción”

En relación a lo mencionado por los dos autores se entiende por contabilidad de costos al conjunto de procesos diseñados para que una entidad pueda desarrollar sus actividades de fabricación de productos o prestación de servicios de la mejor manera, y que está a su vez genere rentabilidad en la organización, optimizando o minimizando de mayor forma posible los recursos.

1.2.1.1.1 Reconocimiento de Costos

Cualquier recurso que tiene como valor monetario aplicado a la producción de bienes y servicios se reconocerá como costo de producción, en cambio si dichos recursos se aplican a los procesos comerciales, administrativos y de gestión serán reconocidos como gastos (Zapata Sánchez, 2015).

Para Zapata Sánchez (2015) la clasificación convencional pretende aclarar conceptos y conocer la importancia del estudio de los costos más usuales y los divide de la siguiente manera:

Por el alcance: *Totales*, es la suma acumulada de todas las inversiones realizadas en materiales, fuerza laboral y otros servicios o insumos para producir un lote, y; *Unitarios*, se obtiene al dividir los costos totales para las unidades fabricadas.

Por la identidad: Se identifican los elementos según el grado de relación con el servicio, los cuales son: *Directos*, aquellos que puede ser fáciles, precisa e inequívocamente asignados o vinculados con el producto, servicios o sus procesos o actividades e *Indirectos*, Aquellos que no son asignados con precisión y conviene tratarlos con indirectos a fin de evitar confusiones.

Por su relación con el nivel de producción: Permite comprender cómo reaccionan los costos conforme se modifica el nivel de producción, son: *fijos*, *mixtos* y *variables*

Por el momento en que se determinan: *Valores históricos o reales*, en base de documentos o tablas en los que constan los precios de los elementos requeridos tendremos costos más precisos, puesto que a la par que se producen los bienes se va determinando cuánto cuesta producir, y; *Valores predeterminados*, Se tendrá costos algo razonables calculados por anticipado.

Por el sistema de acumulación: *Sistema de acumulación por órdenes*, usados por empresas que fabrican a pedido o en lotes, y; *Sistema de acumulación por procesos*, usados por empresas que producen en serie y a gran escala.

Por el método: Permite identificar las formas de determinar los costos de producir: *Por el método de absorción*, se consideran tanto los elementos fijos o variables, y; *por el método variable*, se consideran exclusivamente los elementos variables.jjjjjj

Por el grado de control: *Costos controlables*, dependen de los ejecutores y por tanto puede ser mejorado a fin de buscar su aporte, e; *incontrolables*, no son manejados por los responsables y dependen de ciertas reglas invariables.

Para García Colín (2014): “El reconocimiento de los costos se incorpora a los inventarios, materias primas, producción en proceso y artículos terminados, se reflejan como activo circulante dentro del balance general, los costos de producción se llevan al estado de resultados mediata y paulatinamente”. La clasificación que el autor determina se detalla a continuación:

Su identificación: *Costos directos*, se puede cuantificar plenamente con los productos terminados, y; *Costos indirectos*, no se puede identificar en los productos

La función en que se incurre: Costos de producción (costos), se generan en el proceso de transformar las materias primas en productos elaborados, y; Costos de venta (gastos), se realiza en el área que se encarga de comercializar los productos.

El periodo en que se llevan al estado de resultado: *Costos de producto (costos)*, se incorpora a los inventarios de materia prima, producción en proceso y artículos terminados, y; *Costos del periodo (gastos)*, Se identifican con intervalos de tiempo y se relacionan con las funciones de venta.

Comportamiento respecto al volumen de producción: *Costos Fijos*, son los que permanecen constantes en su magnitud dentro de un periodo, *Costos variables*, su magnitud cambia en razón directa al volumen de las operaciones realizadas. *Costos semivariabes* poseen tanto costos fijos como variables.

Al momento en que se determinan los costos: *Costos históricos*, se determinan con posterioridad a la conclusión del periodo de costos, y; *Costos predeterminados*, se determinan con anterioridad al periodo de costos.

1.2.1.1.2 Sistema de Costos

De acuerdo a Ortega Prez, Armando citado por García Colín (2014) en su libro de contabilidad de costos menciona que el sistema de costos son: “El conjunto de procedimiento, técnicas, registros e informes estructurados sobre la base de teoría de la partida doble y otros principios técnicos de contabilidad, tiene por objeto la determinación de costos unitarios de producción y el control de las operaciones fabriles” (pág. 56).

Un sistema de costos puede definirse como el registro sistemático de todas las transacciones financieras, expresadas en sus relaciones con los factores funcionales de la producción, la distribución y la administración e interpretadas en una forma adecuada para determinar el costo de llevar a cabo una función dada. En dicho registro, constituyen factores primordiales los documentos originales, los diarios, mayores auxiliares, hojas de costos y estados de operación necesarios para presentar a los dirigentes responsables detalles sobre los gastos de fabricación (Lazo Palacios, Contabilidad de los costos I, 2013).

Ordenes de Servicio

De acuerdo lo indica Zans Arimana, W. (2018) en su libro de Contabilidad de costos I, los costos de servicios: “Son aquellos costos en los que incurren las empresas que prestan servicios. Se puede decir que venden productos que, sin ser tangibles, satisfacen necesidades de sus clientes. Estos costos comprenden, fundamentalmente, mano de obra y materiales indirectos que son utilizados antes o durante la prestación del servicio”. (pág. 36)

El sistema tradicional de acumulación de costos denominado órdenes de trabajo, también conocido con los nombres de costos por órdenes específicos de fabricación o por órdenes de servicio es propio de empresas en donde los costos se identifican con el producto, en cada orden de trabajo a medida que se van realizando las diferentes operaciones de esa orden específica, es decir se elaboran mediante hojas de costos a medida que se realiza la prestación del servicio. (Zapata Sánchez, 2015).

Este sistema de costo es aplicado por cada organización dependiendo de la actividad o de acuerdo a sus necesidades, para el servicio de hospedaje es de gran utilidad pues a pesar de que el producto final no sea un bien tangible, es posible calcular y conocer su costo real si se tiene un control adecuado de cada material a utilizar.

1.2.1.2 Elementos del Costo

Para fabricar uno o varios productos o generar servicios será necesario adquirir o poner a disposición del proceso productivo tres elementos circunstanciales vinculados entre sí, que se describen como materiales o materias primas, fuerza laboral o mano de obra y otros insumos o costos generales de fábrica (Zapata Sánchez, 2015)

Como lo indica Eras, Burgos, y Lalangui (2016), en su Libro Contabilidad de Costos:

Los factores de producción (materiales, trabajo, tecnología y gestión empresarial), deben combinarse adecuadamente a fin de generar el bien o productos deseados. De la integración de los elementos y del uso económico dependerá el costo de producto y por ende el precio de venta al público. Por tal razón surge la necesidad de un estudio particular de los elementos del costo de producción, el cual permitirá identificar algunos parámetros básicos del control que deben ejercer los encargados de la fabricación a fin de optimizar los materiales, fuerza laboral y otros insumos que se requieren.

Dentro de la contabilidad de costos siempre se manifiesta que existen tres índices fundamentales a considerar en el proceso productivo para tener un producto final las cuales se resume a los elementos del costo, que corresponden a materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación, siendo ítems importantes que permiten conocer cuánto una entidad ha invertido para producir un bien o un servicio y determinar un precio de venta en relación al costo previsto, sea éste mediante un margen de utilidad oportuno o utilizando el método más apropiado para la entidad.

1.2.1.2.1 Materia prima

Hansen (1996), citado por Calleja Bernal Francisco (2013), menciona que los materiales directos o materia prima: “Son los materiales rastreables del bien o servicio que se está produciendo. Su costo puede cargarse directamente a los productos y la observación física permite medir la cantidad consumida por producto”.

La materia prima son elementos que serán sometidos a procesos de manufactura o transformación, antes de ser vendidos como productos terminados. Se divide en: Materia prima directa, elementos que serán sometidos a procesos de transformación que se puede identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados, y; Materia prima indirecta, elementos que serán sometidos a procesos de transformaciones o que son incluidos en los bienes elaborados de manera obligatoria, pero que no se logran identificar en los productos terminados (García Colín, 2014).

1.2.1.2.2 Mano de Obra

Horngren (1991) citado por Calleja Bernal, Francisco (2013, pág. 13), indica que la Mano de Obra: “Son los salarios de todos los trabajadores que son identificables en una forma económicamente factible con la producción de artículos terminados”.

La mano de obra es el esfuerzo humano que interviene en el proceso de transformar las materias primas en producto terminado, se divide en: Mano de obra directa, son los salarios, prestaciones y obligaciones de todos los trabajadores de la fábrica cuya actividad se puede identificar con los productos terminados, y; Mano de obra indirecta, son los salarios, prestaciones y obligaciones de todos los trabajadores y empleados de la fábrica cuya actividad no se puede identificar o cuantificar con los productos terminados (García Colín, 2014).

1.2.1.2.3 Costos Indirectos de Fabricación

Son aquellos costos que no se involucran directamente en la producción, pero son necesarios para que la obtención del producto final (no se incluye los siguientes gastos: de venta, administración, financieros y otros porque son costos no relacionados con la producción), Por ejemplo:

- Mano de obra indirecta
- Materiales indirectos
- Calefacción y energía para la fabrica
- Arriendo
- Depreciación
- Mantenimiento de equipo (Lazo Palacios, Contabilidad de Costos I, 2013)

Los costos indirectos son el conjunto de costos fabriles que intervienen en la transformación de materias primas y que no se identifican plenamente con la elaboración de partidas específicas de productos, procesos productivos o centros de costos determinados. Si se conocen los elementos que integran el costo de producción se pueden determinar otros conceptos como costo primo, costo de conversión, costo de producción, costo total y precio de venta (García Colín, 2014).

1.2.2 Variable Dependiente: Precio de venta

El precio de venta en un mundo globalizado el mercado determina el precio de venta, en la mayoría de los casos; por lo tanto, para que nuestros productos y/o servicios puedan participar y ser competitivos, debemos partir del precio de venta que fija el mercado y restarle el porcentaje de utilidad deseado, para llegar al costo total objetivo. Este costo debe estar soportado por una estructura de costos, también objetivo, de cada una de las funciones de compra, producción, distribución, venta y administración (García Colín, 2014).

Pérez, F (2017) menciona acerca de los precios lo siguiente: “Consiste en añadir al coste total unitario del producto un determinado porcentaje de beneficio. El Precio de venta es aquel valor que se le asigna a un bien o servicio para proceder a la respectiva venta al consumidor final” (pág. 32).

El precio de venta es aquel valor que se le asigna a un bien o servicio para proceder a la respectiva venta al consumidor final. Sin embargo, existen diversas técnicas para obtener dicho importe, siendo estos según el punto de equilibrio y según el precio más el margen de utilidad.

Además, se puede indicar que el precio es uno de los factores claves e importantes que determinan la estrategia productiva o empresarial de una organización por tal motivo es importante establecerlos mediante tácticas y habilidades pertinentes que ayuden al desarrollo y cumplimiento de objetivos.

1.2.2.1 Políticas de Precio

El precio es una variable del marketing que viene a sintetizar, en gran número de casos, la política comercial de la empresa, es decir, la forma en que se logrará incrementar la cartera de clientes. El precio siempre debe reflejar la calidad del bien o servicio que se ofrece, si el producto final no es del gusto o agrado del cliente, él no pagará el precio fijado.

De acuerdo a Diaz, Isabel (2013) en su libro denominado Gestión de precios, establece que: “las políticas son planteamientos generales que guían y canalizan el pensamiento y la acción en la toma de decisiones, esto implica que pueden existir modificaciones de los niveles de precios de una empresa y se debe realizar oportunamente en caso de que se requiera”.

Por un lado, se tiene las necesidades del mercado, fijadas en un producto, con unos atributos determinados; por otro, tenemos el proceso de producción, con los consiguientes costes y objetivos de rentabilidad fijados. Por eso deberá ser la empresa la encargada, en principio, de fijar el precio que considere más adecuado, una de las políticas son los factores que influyen en la fijación de precios, como se muestra a continuación (Muñiz Gonzalez, 2015):

Tabla 1 Factores que influyen en la fijación de precios

Áreas internas	Áreas externas
Costos	Mercados
Cantidad	Tipos de clientes
Precios	Zonas geográficas
Beneficios fijados	Canales de distribución
Medios de producción	Promoción

Fuente: Libro de Marketing

Elaborado por: Muñiz González, Rafael

En el libro de Marketing en el siglo XXI (2015) se manifiesta que: La fijación de precios lleva consigo el deseo de obtener beneficios por parte de la empresa, cuyos ingresos vienen determinados por la cantidad de ventas realizadas, aunque no guarde una relación directa con los beneficios que obtiene, pues si los precios son elevados, los ingresos totales pueden ser altos, pero que esto repercuta en los beneficios dependerá de la adecuada determinación y equilibrio entre las denominadas «áreas de beneficios».

Por tanto, una política de precios racional debe ceñirse a las diferentes circunstancias del momento, sin considerar únicamente el sistema de cálculo utilizado, combinada con las áreas de beneficio indicadas o la estructura organizacional.

Para una más fácil comprensión se indica que estas áreas quedan dentro de un contexto de fuerzas resumidas en: objetivos de la empresa, políticas de precios, costes, elasticidad de la demanda, valor del producto ante los clientes, la competencia.

1.2.2.2 Métodos o estrategias de precio

El precio no sólo es un instrumento para definir los beneficios o ingresos que se puede obtener por la venta de un bien o servicio, sino más bien es una estrategia comercial que ayuda a sobresalir en el mercado. Según establece Pérez, David y Pérez Martínez, Isabel (2006) para fijar el precio se realiza de la siguiente manera:

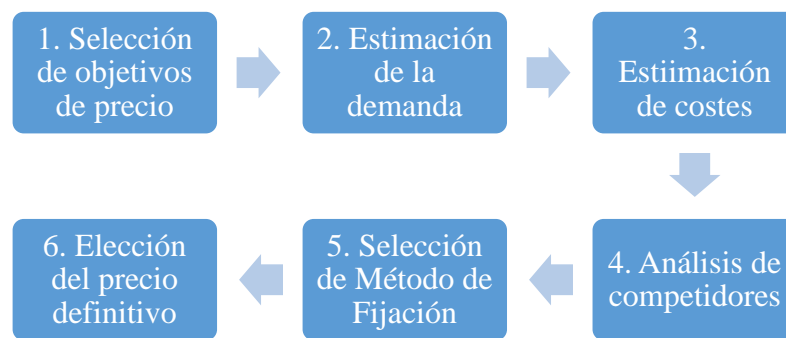


Figura 1 Estrategias de precio

1.2.2.2.1 Precio de costo más margen

Según Rivero Zanatta (2015) indica que:

Este método es sencillo y común, consiste en agregar un margen estándar al costo. En esta especie de fijación de precio por márgenes o de costo más no se considera explícitamente la sensibilidad de la demanda al precio ni los métodos de fijación de precios de la competencia. El procedimiento usual para determinar el precio con el método del margen consiste en calcular primero el costo por unidad y mediante la siguiente fórmula se determina el valor del factor que se aplica posteriormente al costo para obtener el precio:

$$\text{Costo unitario: } \text{Costo variable} + \frac{\text{Costos fijos}}{\text{Ventas esperadas por unidades}} \quad (1)$$

$$\text{Factor} = \frac{100\%}{\% \text{ Costo } (1-m/100)} \quad (2)$$

$$\text{Precio Unitario} = \text{Costo unitario} * \text{Factor} \quad (3)$$

1.2.2.2.2 Precio según el punto de equilibrio

Según lo manifiesta Raju y Zhang (2018):

El análisis del punto de equilibrio estudia la relación que existe entre costos y gastos fijos, costos y gastos variables, volumen de ventas y utilidades operacionales de la empresa. Se entiende por punto de equilibrio aquel nivel de producción y ventas que una empresa o negocio debe alcanzar para cubrir los costos y gastos con sus ingresos obtenidos, el punto de equilibrio es el nivel ingresos que iguala a la sumatoria de costos y gastos operacionales, es decir, donde la utilidad operacional es igual a cero. También el punto de equilibrio se considera como una herramienta útil para determinar el apalancamiento operativo que puede tener una empresa en un momento determinado.

El punto de equilibrio es el volumen en el cual los ingresos igualan al costo total, éste estudio ayuda a las entidades a conocer la cantidad de unidades a vender para obtener una utilidad y se determina mediante la siguiente fórmula:

$$Q = \frac{CF}{pv - cvu} = \frac{CF}{MC} \quad (4)$$

1.2.2.2.3 Basados en la competencia

Se trata de fijar los precios según los precios establecidos por los competidores. Varían según la posición que tenga la empresa, de líder o de seguidor, la calidad del producto o servicio prestado y la forma contractual de la compraventa. En este caso, son las empresas grandes del sector las que marcan la pauta y las demás las siguen. De esta manera se definen los límites en los que deben moverse los precios para que el producto sea adquirido por el comprador. Aquí las ventajas diferenciales se convierten en el arma utilizada para poder sacar algún margen adicional sobre los precios de la competencia (Perez & Perez Martinez, 2016).

Los métodos o estrategias planteados son las bases fundamentales para determinar el precio, cada uno aporta satisfactoriamente pero siempre es recomendable que se realice un estudio para que las entidades puedan elegir el más viable según la actividad que desempeñan. Además de adoptar las medidas y políticas necesarias para que se presenten precios razonables y acordes a la calidad del producto y así obtener las ventas planificadas en el periodo.

1.3 Fundamentación Legal

Para fundamentar el trabajo de investigación es importante citar la normativa correspondiente a la Constitución de la República, siendo esta la carta magna que regula al país, además de leyes contables, tributarias y sus reglamentos, así como normas que son aplicadas para el giro del negocio en donde se enfoca el estudio.

Constitución de la República del Ecuador

Capítulo cuarto. - Soberanía económica. En la Sección primera el Sistema económico y política económica indica que:

Art. 283.- El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir en la sociedad. Se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine (Constitución de la República del Ecuador, 2008).

Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía: comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, autónomas y mixtas. El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional (Constitución de la República del Ecuador, 2008).

Plan toda una vida

En el contexto del Plan Nacional de desarrollo 2017-2012. Toda una vida (2017), se indica el eje 2 Economía al servicio de la sociedad recalando que: “Nuestro sistema es social y solidario. La economía está al servicio de la población para garantizar los derechos y en ella interactúan los subsistemas público, privado y popular y solidario, los tres requieren incentivos y regulación del aparato público”. Este eje está conformado por 3 objetivos relevantes que se presentan a continuación:

Objetivo 4: Consolidar la sostenibilidad del sistema económico social y solidario, y afianzar la dolarización.- El modelo económico ecuatoriano, establecido en la Constitución (2008), reconoce la generación de oportunidades para los ciudadanos a través de la reducción de brechas sociales y económicas, y la posibilidad de crecer en armonía con el medio ambiente. Para la consecución exitosa de los objetivos del modelo económico propuesto, es necesario: vincular al sector público, al sector privado y al sector comunitario; generar oportunidades de crecimiento económico en un marco de sostenibilidad; y cimentar bases sólidas para enfrentar situaciones económicas adversas

Objetivo 5: Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria.- Este desarrollo económico debe ser consecuente con los grandes retos que enfrenta el planeta debido a la crisis ambiental. La noción de generar valor no solo se explica por el nivel de transformación económica, sino por el uso eficiente de recursos para preservar y regenerar el capital natural.

Objetivo 6: Desarrollar las capacidades productivas y del entorno para lograr la soberanía alimentaria y el Buen Vivir rural.- La ciudadanía del sector rural demanda tanto un acceso equitativo a la tierra, agua, semillas y demás servicios básicos y servicios sociales, como la vinculación con los medios de producción.

Normas Internacionales de Contabilidad 2: Inventarios

Párrafo 6: Los siguientes términos se usan en esta Norma con los significados que a continuación se especifican: Inventarios son activos: (a) poseídos para ser vendidos en el curso normal de la operación; (b) en proceso de producción con vistas a esa venta; o (c) en forma de materiales que serán consumidos en el proceso de producción o en la prestación de servicios (NIC 2 Inventarios, 2017).

Párrafo 16: Son ejemplos de costos excluidos de los inventarios, reconocidos como gastos del periodo en el que se incurren, los siguientes: (a) los importes anormales de desperdicio de materiales, mano de obra u otros costos; (b) los costos de almacenamiento, a menos que sean necesarios en el proceso productivo; (c) los costos de administración que no hayan contribuido a dar a los inventarios su condición actual; y (d) los costos de venta del periodo (NIC 2 Inventarios, 2017).

Párrafo 34: Cuando los inventarios sean vendidos, el importe en libros de los mismos se reconocerá como gasto del periodo en el que se reconozcan los correspondientes ingresos de operación. El importe de cualquier rebaja de valor, hasta alcanzar el valor neto realizable, así como todas las demás pérdidas en los inventarios, será reconocido en el periodo en que ocurra la pérdida. Los inventarios asignados a otros activos de esta manera, se reconocerá como gasto a lo largo de la vida útil de los mismos. (NIC 2 Inventarios, 2017).

En la NIC 2 se menciona sobre los costos de transformación la cual hace referencia que los valores de las existencias tendrán una relación directa con las unidades producidas en cierto periodo y que se debe asignar cálculos de costos variables y fijos a cada elemento del costo como son Materia prima, Mano de Obra y Costos Indirectos de Fabricación.

Hirache Luz (2017) en su investigación realizada hace referencia al párrafo 19 de la NIC 2: Costos de las existencias para un prestador de servicios: en el caso de que un prestador de servicios tenga inventarios, los medirá por los costos que suponga su producción. Estos costos se componen fundamentalmente de MOD y CIF que son parte de la prestación del servicio, además como el supervisor y similares. La mano de obra y los demás costos relacionados con las ventas y administración al no ser parte de la producción no serán involucrados al precio. Los costos de los inventarios de un prestador de servicios no incluirán márgenes de ganancia ni costos indirectos no atribuibles que, a menudo, se tienen en cuenta en los precios facturados por el prestador de servicios.

Código Tributario

Se indica en el Título II Disposiciones Fundamentales

Art. 1.- Ambito de aplicación: Los procesos de códigos regulan las relaciones jurídicas provenientes de los tributos, entre los sujetos activos y los contribuyentes o responsables de aquellos. Se aplicarán a todos los tributos: nacionales, provinciales, municipales o locales (Código Tributario, 2018).

Título II De La Obligación Tributaria. Capítulo I Disposiciones Generales

Art. 15.- Concepto: Obligación tributaria es el vínculo jurídico personal, existente entre el Estado o las entidades acreedoras de tributos y los contribuyentes o responsables de aquellos, en virtud del cual debe satisfacerse una prestación en dinero, especies o servicios apreciables en dinero, al verificarse el hecho generador previsto por la ley (Código Tributario, 2018).

Art. 16.- Hecho generador. - Se entiende por hecho generador al presupuesto establecido por la ley para configurar cada tributo que se realice entre el sujeto activo y pasivo (Código Tributario, 2018).

Capítulo VIII Del Domicilio Tributario

Art. 59.- Domicilio de las personas naturales: Para todos los efectos tributarios, se tendrá como domicilio de las personas naturales, el lugar de su residencia habitual o donde ejerzan sus actividades económicas; aquel donde se encuentren sus bienes, o se produzca el hecho generador (Código Tributario, 2018).

En la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno

Título Primero: Impuesto a la renta. Capítulo I Normas Generales

Art. 1.- Objeto del impuesto: Establécese el impuesto a la renta global que obtengan las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades nacionales o extranjeras, de acuerdo con las disposiciones de la presente Ley (Ley de Régimen Tributario Interno, LRTI, 2018).

Art. 4.- Sujetos pasivos: Son sujetos pasivos del impuesto a la renta las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades, nacionales o extranjeras, domiciliadas o no en el país, que obtengan ingresos gravados de conformidad con las disposiciones de esta Ley. Los sujetos pasivos obligados a llevar contabilidad, pagarán el impuesto a la renta de acuerdo a los cálculos realizados y en base de los resultados que arroje la misma dentro del periodo económico (Ley de Régimen Tributario Interno, LRTI, 2018).

Título Segundo: Impuesto al Valor Agregado. Capítulo I Objeto del Impuesto indican los siguientes artículos:

Art. 52.- Objeto del impuesto: Se establece el Impuesto al Valor Agregado (IVA), que grava al valor de la transferencia de dominio o a la importación de bienes muebles de naturaleza corporal, en todas sus etapas de comercialización, así como a los derechos de autor, de propiedad industrial y derechos conexos; y al valor de los servicios prestados, en la forma y en las condiciones que prevé esta Ley (Ley de Régimen Tributario Interno, LRTI, 2018).

Art. 56.- Impuesto al valor agregado sobre los servicios: El impuesto al valor agregado IVA, grava a todos los servicios, entendiéndose como tales a los prestados por el Estado, entes públicos, sociedades, o personas naturales sin relación laboral, a favor de un tercero, sin importar que en la misma predomine el factor material o intelectual, a cambio de una tasa, un precio pagadero en dinero, especie, otros servicios u otra contraprestación (Ley de Régimen Tributario Interno, LRTI, 2018).

Capítulo IV: Declaración y Pago Del IVA

Art. 67.- Declaración del impuesto. - Los sujetos pasivos del IVA declararán el impuesto de las operaciones que realicen mensualmente dentro del mes siguiente de realizadas, salvo de aquellas por las que hayan concedido plazo de un mes o más para el pago en cuyo caso podrán presentar la declaración en el mes subsiguiente de realizadas, en la forma y plazos que se establezcan en el reglamento.

Los sujetos pasivos que exclusivamente transfieran bienes o presten servicios gravados con tarifa cero o no gravados, así como aquellos que estén sujetos a la retención total del IVA causado, presentarán una declaración semestral de dichas transferencias, a menos que sea agente de retención de IVA (Ley de Régimen Tributario Interno, LRTI, 2018).

Art. 68.- Liquidación del impuesto: Los sujetos pasivos del IVA obligado a presentar declaración efectuarán la correspondiente liquidación del impuesto sobre el valor total de las operaciones gravadas. Del impuesto liquidado se deducirá el valor del crédito tributario de que trata el artículo 66 de esta Ley (Ley de Régimen Tributario Interno, LRTI, 2018).

Art. 69.- Pago del impuesto: La diferencia resultante, luego de la deducción indicada en el artículo anterior, constituye el valor que debe ser pagado en los mismos plazos previstos para la presentación de la declaración (Ley de Régimen Tributario Interno, LRTI, 2018).

Ley de Turismo

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

Art 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes: a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional; b) La participación de los gobiernos para impulsar y apoyar el desarrollo turístico; c) El fomento de la infraestructura y el mejoramiento de los servicios públicos; d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país (Ley de turismo, 2014).

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 al turismo (Ley de turismo, 2014).

Art. 8.- Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes (Ley de turismo, 2014).

Art. 9.- El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda (Ley de turismo, 2014).

Art. 10.- El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia Única Anual de Funcionamiento, lo que les permitirá: a) Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley; b) Dar publicidad a su categoría; c) Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento; d) Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y, e) No tener que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas (Ley de turismo, 2014).

En el Reglamento general a la ley del turismo (2015), Capítulo I De las actividades turísticas y su categorización se manifiesta que:

Art 43.- Definición de las actividades de turismo. a) 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;

El Reglamento de Alojamiento Turístico (2016), menciona en su artículo 3 los siguientes requisitos que debe mantener toda entidad que brinde servicios de hospedaje:

23. Requisitos obligatorios: Son los requisitos mínimos que deben cumplir de forma obligatoria los establecimientos de alojamiento turístico a nivel nacional, sea cual fuere su clasificación o categoría, con excepción de los determinados como categoría única. En caso de que el establecimiento no cumpla con estos requisitos, no es posible registrarse y se sancionará conforme a la normativa vigente.

24. Requisitos de categorización: Son los requisitos diferenciadores que permiten distinguir las categorías establecidas en el presente Reglamento. Estos requisitos son de cumplimiento obligatorio para obtener una categoría de alojamiento y/o mantenerla.

25. Requisitos distintivos: Son los requisitos voluntarios que permiten elevar los estándares de calidad de un establecimiento de alojamiento turístico, y le facultan acceder a la distinción de “Superior”, en caso que deseen adquirir la misma. Estos requisitos serán cuantificados a través de un sistema de puntuación y serán de libre elección para el establecimiento.

26. Servicios complementarios: Son los servicios que se prestan de manera adicional a los servicios de hospedaje que brinda el establecimiento de alojamiento turístico, pueden ser gratuitos u onerosos y se describirán en el presente Reglamento, tales como restaurantes, bares, gimnasio, servicios de lavado y planchado, entre otros.

CAPÍTULO II

MATERIALES Y MÉTODOS

2.1 Tipo de investigación

El trabajo se rige bajo el tipo de investigación exploratoria, es necesario realizar la respectiva visita y análisis del entorno donde se dará la ejecución del objeto de estudio.

Además de carácter descriptivo con idea a defender, porque desde el punto de vista de las ciencias económicas e investigativas el trabajo permite identificar elementos, y sus interrelaciones tanto cuantitativas como cualitativas. En un aspecto administrativo y contable se logra verificar y puntualizar la distribución de los elementos del costo: materia prima, mano y obra y costos indirectos de fabricación.

2.2 Método de investigación

La investigación se ejecutó a través del método Deductivo, mediante el desarrollo del marco referencial, donde se conciben teorías, mecanismos, componentes y otros aspectos fundamentales que permiten la identificación de trabajos puntuales con relación a los costos por servicios y la fijación del precio en el Hotel Tabuba.

También se efectuó bajo el método Analítico, debido a que éste permite descomponer las partes del trabajo para un estudio exhaustivo del comportamiento de las variables y analizar los elementos que se encuentran en el desarrollo de la investigación que infieran en el aporte de la solución de los problemas de la entidad.

Fuentes y técnicas de investigación

Se requirió levantar información en fuentes confiables tales como libros sobre metodología de la investigación, contabilidad general, contabilidad de costos, estrategias de precio, administración de costos, marketing y fijación de precios, así como revistas o artículos científicos, normativa aplicable a la investigación, entre otros.

Como técnicas de investigación, se utiliza la observación, entrevista y encuesta como instrumento principal la ficha de observación además de guía de entrevistas y encuestas diseñadas en formatos puntuales que estarán dirigidas a los clientes internos, externos y directivos del Hotel Tabuba. El resultado de la información recolectada fue analizado en cada uno de los instrumentos aplicados.

2.3 Diseño de Muestreo

La población que se consideró en el presente trabajo de investigación fue finita los cuales son: personal administrativo - financiero del Hotel Tabuba detallados a continuación:

Tabla 2 Población

Cargo	Población
Gerente	1
Contador General	1
Personal de planta	4
Personal Auxiliar	3
Clientes	20
Total	29

Fuente: Hotel Tabuba

Elaborado por: Eleana Rosales Borbor

Tabla 3 Muestra

Cargo	Población
Gerente	1
Clientes	20
Total	21

Fuente: Hotel Tabuba

Elaborado por: Eleana Rosales Borbor

2.4 Diseño de recolección de datos

La aplicación de técnicas e instrumentos para recolectar datos importantes es de gran utilidad para el trabajo pues son los propietarios y trabajadores de la entidad quienes proporcionan la información confiable para el desarrollo adecuado del mismo y estudiar el comportamiento de las variables en el Hotel Tabuba. El instrumento de guía de observación permite realizar un análisis general de la entidad y los inconvenientes que ésta presenta en el proceso de prestación del servicio. Los ítems a considerar se plasman en un formato de guía de entrevista y encuesta para realizar a quienes correspondan, favoreciendo en la obtención de fundamentos reales y oportunos. Las técnicas se relacionan con los instrumentos aplicados de manera que se tenga una indagación adecuada de los mismos, como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 4 Técnicas e instrumentos

Técnicas	Instrumentos
Observación	Ficha de observación
Entrevista	Guía de Entrevista
Encuesta	Cuestionario

Fuente: Hotel Tabuba

Elaborado por: Eleana Rosales Borbor

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Análisis de datos

La información recopilada por parte de la alta gerencia y clientes externos de la entidad se refleja mediante entrevistas y encuestas realizadas en formatos puntuales de Excel pues es una herramienta que permite elegir diversidad de gráficos, además de obtener los cálculos de manera rápida y eficaz para el posterior análisis de los mismos.

3.1.1 Análisis de ficha de observación

Al realizar un análisis directo en la empresa se evidenció que se presentan inconvenientes en el proceso para brindar el servicio. La falencia principal consiste en que no se identifican, registran ni controlan los elementos del costo siendo estos la materia prima, mano de obra y costos indirectos, se utilizan dichos insumos, pero no existen fuentes que respalde todo lo que se realiza por parte de los colaboradores del Hotel.

Los trabajadores de la entidad consideran como costos únicamente a la compra de materia prima que se utiliza para brindar el servicio. Por otra parte, se comprueba que los precios asignados son fijos dependiendo de cada tipo de habitación, es decir la temporada no es un componente relevante para elevar los precios en dicho periodo.

3.1.2 Análisis de Entrevista

a) Entrevista realizada al Gerente del Hotel Tabuba

1. ¿Cuánto tiempo tiene la entidad desde su creación?

Análisis:

El propietario de la entidad manifestó que el hotel Tabuba lleva 14 años brindando el servicio a los clientes, permitiéndoles conocer el entorno y los requerimientos que estos necesitan a la hora de realizar una reservación. El hotel por su ubicación acoge turistas nacionales e internacionales cada semana permitiendo que se generen ingresos durante todo el año, sea en temporada alta o baja, la prestación del servicio se desarrolla de manera constante y simultánea. Según datos recolectados se indica que se presta el servicio de hospedaje de 118 habitaciones por mes.

2. ¿Para el servicio de hospedaje, cuales son los tipos de habitaciones que oferta a sus clientes?

Análisis:

El entrevistado resaltó los tipos de habitaciones que poseen indicando que en la entidad se ofrece el servicio de 6 habitaciones, los cuales son matrimoniales, dobles, matrimoniales premium, triple, cuádruple y quíntuple, cada una tiene aspectos que las diferencian tales como precios, cantidad de suministros brindados y amplitud de la habitación. Estas varían dependiendo de las necesidades de los clientes, con un entorno es agradable consta de piscinas, jardín, cafetería y la infraestructura posee un diseño elegante.

3. ¿Con cuántas habitaciones dispone según su clasificación y cuantos metros cuadrados tiene cada una?

Análisis:

El entrevistado señaló que las dimensiones varían debido a que depende del tipo de las habitaciones y de la cantidad de personas que se hospeden, pero en todas se proporciona la misma cantidad y calidad de beneficios. Se demuestra que existe un total de 41 habitaciones y se divide en 8 matrimoniales que cuenta con 10 m² cada una, 10 dobles con 12 m², 15 matrimoniales premium con 16 m², 4 triples con 16 m², 3 cuádruple con 16 m² y 1 quíntuple que tiene medida de 30 m² por habitación.

4. ¿Cuántos colaboradores posee actualmente la entidad para desarrollar las actividades operativas?

Análisis:

El gerente mencionó que la entidad cuenta con 4 empleados fijos y 3 personas que trabajan de manera eventual, es decir fines de semana o en época de feriado, pues por la ubicación del hotel se requiere mayor trabajo en ese tiempo. Cada uno de los colaboradores desempeñan actividades de mucamas, asistentes inmediatos en las habitaciones, recepcionistas, personal de limpieza y atención al cliente. Se destaca que los empleados fijos reciben un sueldo básico incluyendo beneficios sociales que por ley corresponden, mientras que a los ocasionales se les cancela un salario de \$15,00 por día. Todos los empleados tienen su sueldo fijo sin importar la actividad que desempeñe en la entidad, esto indica que el tiempo que se tomen en realizar sus funciones no es considerado para un respectivo pago al personal.

5. ¿Conoce usted el margen de utilidad del servicio al finalizar el año?

Análisis:

De acuerdo a los informes del hotel el entrevistado señaló que conoce el valor de la utilidad que refleja el Estado de Resultados que el contador declara para efectos de impuesto a la renta. Aproximadamente se estima un 20% de margen para cada periodo. No se tiene un porcentaje determinado, ni se realiza cálculos apropiados para la obtención del mismo, esto indica que las actividades se desarrollan de manera rutinaria sin conocer cuánto se requiere para cubrir la totalidad de los costos y generar ganancias.

6. ¿Se tiene un registro de la cantidad de productos utilizados por los empleados para brindar el servicio?

Análisis:

Al no contar con un sistema de costos establecidos el propietario manifiesta que no se lleva un control adecuado de la materia prima directa e indirecta, debido a que cada empleado sabe cuánto material debe usar en la limpieza de las habitaciones, piscina, parqueo e instalaciones en general. Se tiene un registro de qué materiales se utiliza diariamente pero no de las cantidades aplicadas por cada tipo de hospedaje. Es necesario recalcar que las compras que se realizan son por lotes o de manera grupal, esto disminuye el control de los mismos porque por experiencia ya se sabe cuándo se realiza la siguiente compra o hasta cuándo dura el stock de materiales en la organización.

7. ¿Considera que los materiales utilizados en el servicio son de calidad?

Análisis:

La calidad del servicio que se brinda inicia desde la utilización de los insumos, el gerente indicó que de este depende que el cliente se sienta satisfecho en su estadía, en la entidad se tiene especial cuidado con el desayuno continental porque es una parte fundamental de la tarifa que se cobra por el servicio. Aunque los materiales utilizados sean los adecuados si no se tiene un control de lo que se ocupa en cada actividad y del valor monetario que se incurre en cada compra, se perjudica y uno de los inconvenientes que suscitan es que no se tenga un stock apropiado cuando sea temporada alta.

8. ¿De qué manera se identifican, registran y controlan los elementos del costo (Materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación)?

Análisis:

La gerencia indicó que todo el proceso depende de las habitaciones que se ocupen y de la cantidad de personas hospedadas, no se cuenta con un sistema estructurado y fijo a utilizar de manera constante o el periodo, pero el tener varios años en el mercado ayuda a que se pueda identificar cuáles son aquellos gastos en los que se debe incurrir para brindar el servicio oportunamente. A final de cada ciclo se reconoce únicamente como costos las compras de materia prima, considerando la mano de obra y costos indirectos como gastos administrativos, siendo un factor perjudicial al momento de fijar un precio sin tener bases reales de los costos totales.

9. ¿Cuáles son los costos indirectos y gastos que incurren en la prestación del servicio de hospedaje?

Análisis:

La administración señala que se desconoce los costos y gastos utilizados por tal motivo los identifica como un solo ítem, estableciendo que este campo de hospedaje incluye un constante mantenimiento en las habitaciones y en los muebles y equipos que tiene cada una, se realizan gastos de materiales de limpieza y aseo, mantenimiento de garaje, servicio de alimentación (desayuno), mantenimiento de piscina, mantenimiento de aire acondicionado, pago de publicidad, gastos de servicios básicos como: energía eléctrica, agua potable, servicios de internet, servicio de tv. A demás se realizan los pagos debidos a los trabajadores del hotel.

10. ¿Con qué frecuencia realizan mantenimiento de los servicios adicionales que tiene el hotel?

Análisis:

El propietario recalca que se realizan diariamente en el caso de piscina, garaje, parqueadero y comedor, para el mantenimiento de aire acondicionado, televisores o recepción se realiza cada mes o cuando estos tienen fallas, ocasionando que no se tenga un valor determinado o proyectado para cada periodo, el correcto registro de estos costos ayudará a que se realicen prorrateos constantes para asignación de estos rubros y tener una provisión asignada cuando ocurran estos fallos o asignar costos predeterminados para obtener mediante cálculos eficaces el precio adecuado.

11. ¿En base a qué parámetros o políticas la administración define los precios del servicio?

Análisis:

Se enfoca principalmente en la calidad del servicio que se brinda en comparación a los hoteles que se encuentran en el sector, el entrevistado menciona que se trata de dar un plus en la atención al cliente. Además, se tiene un estimado de cuantas personas se hospedan en el hotel por mes, permitiendo realizar una distribución para cubrir la totalidad de los gastos y asignar así un margen de lo que estiman ganar. Sin embargo, el margen no es el apropiado porque no se toman en cuenta parámetros de cálculos ni mucho menos políticas establecidas en la entidad o documentos que respalden el procedimiento que se debe seguir para definir un precio.

12. ¿Cree que los precios del servicio son accesibles en relación a la competencia?

Análisis:

El gerente indica que existe variedad de precios, considerando que se ofertan 6 tipos de habitaciones, aunque estos se muestren razonables frente a los usuarios porque cubre la atención que se le da incluyendo la calidad del servicio. La entidad no realiza un análisis continuo en relación a la competencia al momento de establecer sus precios, desconociendo como éstas actúan frente a los cambios que se generen en el sector. Sin embargo, es importante señalar que en la zona existen hoteles con precios superiores a los del Hotel Tabuba. Los precios no varían dependiendo de la temporada porque la demanda de consumidores se mantiene durante todo el año y no es un factor clave para medir el nivel de ganancias.

13. ¿Aplican técnicas contables para la fijación de precios en el hotel?

Análisis:

De acuerdo a la información recolectada el entrevistado corroboró que no se aplican técnicas debido a que los precios no son cambiantes y al iniciar el año los precios son establecidos con relación a los resultados del año anterior y haciendo un análisis de la manera en que se cubran los costos y gastos efectuados. Al no poseer métodos, técnicas o estrategias para establecer un precio mediante evaluación continua del mismo no se tiene una base real de costos para incrementar cierto margen de utilidad, aunque existen varias técnicas, una de las razones principales por las que no se aplican es por el desconocimiento para realizar dichos cálculos y la desconfianza de la efectividad de los procesos contables en actividades de servicios, pues el contador que posee la entidad solo efectúa funciones correspondientes a declaraciones de IVA e impuesto a la renta..

14. ¿Considera que es importante y necesario la implementación de una estructura de costos para la adecuada fijación de precios?

Análisis:

La entidad no posee un modelo de costos, sin embargo el gerente indica que sería ideal su aplicación porque de tal manera se sabría cuáles son todos los productos o insumos y cantidades exactas que se utilizan para brindar el servicio, además que estaría estructurado mediante procedimientos el registro, verificación y control de los recursos, mediante la aplicación de un modelo ya no se estaría llevando la contabilidad o los registros de egresos de forma empírica sino con bases reales para tomar la mejor decisión en cuanto a los precios de las habitaciones frente al mercado empresarial.

15. ¿Qué estrategias de precios aplica para generar ingresos por servicio de hospedaje?

Análisis:

Con respecto a las estrategias el entrevistado considera que la mejor de todas es atender bien al cliente, en el hotel se cumple con el conocido refrán: “El cliente siempre tiene la razón” y de esa forma todos quienes forman parte del equipo del Hotel trabajan constantemente para que el cliente se sienta satisfecho con la calidad del servicio. Aunque la mayor parte de las entidades de servicios consideran la calidad como una estrategia, se debe manifestar que no es la mejor opción ni forma apropiada de fijar precios pues esta no se basa en cálculos medibles, cuantificables y oportunos ocasionando que la razonabilidad de la información no sea exacta.

3.1.3 Análisis de Encuesta

1. ¿Cómo considera el servicio de hospedaje brindado por el Hotel Tabuba, Comuna Montañita?

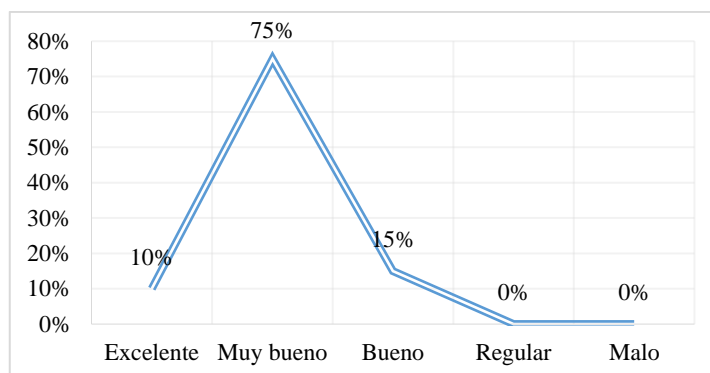
Tabla 5 Servicio de hospedaje brindado

Opciones	Frec. absoluta	Frec. Relativa
Excelente	2	10%
Muy bueno	15	75%
Bueno	3	15%
Regular	0	0%
Malo	0	0%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta a clientes

Elaborado por: Eleana Rosales Borbor

Gráfico 1 Servicio de hospedaje brindado



Fuente: Encuesta a clientes

Elaborado por: Eleana Rosales Borbor

Análisis

Los resultados indican que al 75% de los encuestados consideran que el servicio de hospedaje es Muy bueno, mientras que el 10% indica que el servicio es excelente.

Interpretación

El nivel del servicio que brinda el hotel es muy bueno, según indican los clientes la calidad y atención que se recibe aporta para que el hotel tenga más acogida.

2. ¿Cómo considera los precios establecidos por el hotel para cada tipo de servicio de habitación que oferta?

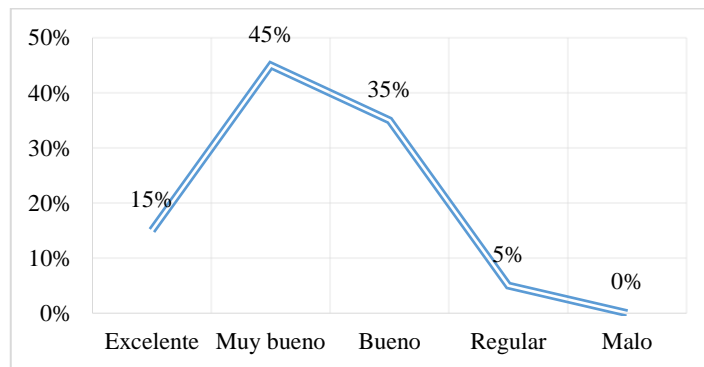
Tabla 6 Precios establecidos

Opciones	Frec. absoluta	Frec. Relativa
Excelente	3	15%
Muy bueno	9	45%
Bueno	7	35%
Regular	1	5%
Malo	0	0%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta a clientes

Elaborado por: Eleana Rosales Borbor

Gráfico 2 Precios establecidos



Fuente: Encuesta a clientes

Elaborado por: Eleana Rosales Borbor

Análisis

En la tabla 6 y Gráfico 2 se indica que el 45% de los clientes dijeron que los precios establecidos son muy buenos y tan solo el 5% consideran que es regular.

Interpretación

El precio es uno de los factores importantes de estudio y a pesar que la mayoría está de acuerdo, hay un mínimo grupo que indica que para ofertar esos precios se debe brindar mejores beneficios en la estadía.

3. Considera que la infraestructura y entorno donde se encuentra ubicado la entidad es:

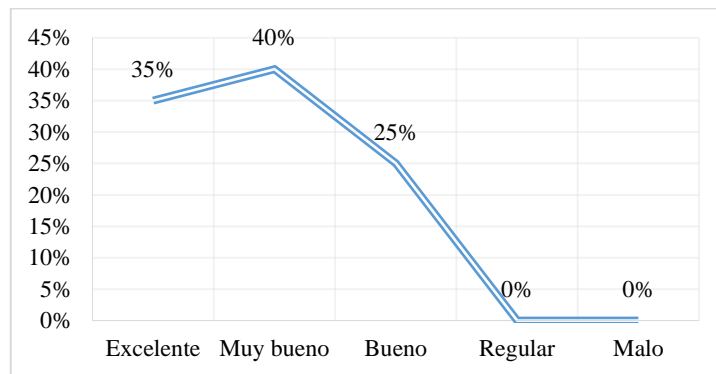
Tabla 7 Infraestructura del hotel

Opciones	Frec. absoluta	Frec. Relativa
Excelente	7	35%
Muy bueno	8	40%
Bueno	5	25%
Regular	0	0%
Malo	0	0%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta a clientes

Elaborado por: Eleana Rosales Borbor

Gráfico 3 Infraestructura del hotel



Fuente: Encuesta a clientes

Elaborado por: Eleana Rosales Borbor

Análisis

El 40% y 35% de encuestados indican que la infraestructura del hotel es muy bueno y excelente siendo este el mayor índice.

Interpretación

El hotel cuenta con una agradable y elegante diseño en cuanto a su infraestructura, es amplia, tiene áreas verdes, piscina, así como vista al mar llamando la atención para que los visitantes opten por hospedarse en el lugar.

4. ¿Cómo considera el aseo y limpieza que se realizan en las habitaciones y en todas las áreas del hotel?

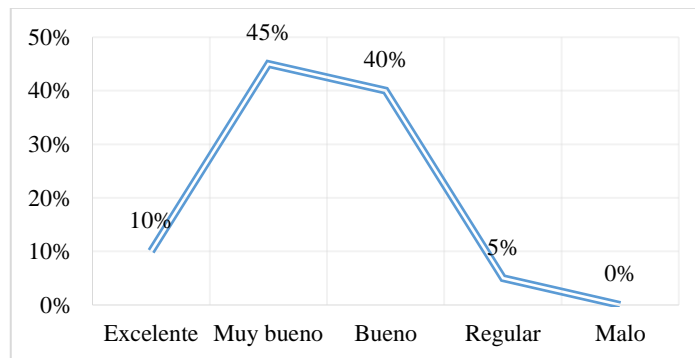
Tabla 8 Aseo y limpieza

Opciones	Frec. absoluta	Frec. Relativa
Excelente	2	10%
Muy bueno	9	45%
Bueno	8	40%
Regular	1	5%
Malo	0	0%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta a clientes

Elaborado por: Eleana Rosales Borbor

Gráfico 4 Aseo y limpieza



Fuente: Encuesta a clientes

Elaborado por: Eleana Rosales Borbor

Análisis

El aseo y limpieza se considera muy bueno dentro de la entidad, perteneciente al 45% del total de encuestados, mientras que al 40% les parece bueno.

Interpretación

Se puede inferir que los turistas están conformes con el servicio de limpieza del hotel, por lo que esta es una fortaleza para el sector logrando ayudar a definir mejor los precios de sus servicios.

5. **Considera que la atención que los colaboradores de la entidad brindan a sus clientes es:**

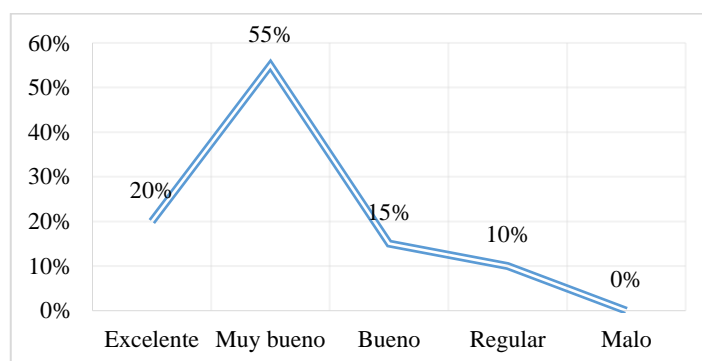
Tabla 9 Atención al cliente

Opciones	Frec. absoluta	Frec. Relativa
Excelente	4	20%
Muy bueno	11	55%
Bueno	3	15%
Regular	2	10%
Malo	0	0%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta a clientes

Elaborado por: Eleana Rosales Borbor

Gráfico 5 Atención al cliente



Fuente: Encuesta a clientes

Elaborado por: Eleana Rosales Borbor

Análisis

La atención que cada encuestado recibe es muy buena que corresponde al 55% del total de encuestados, el 10% se identifica para indicar que la atención es regular

Interpretación

La forma en que seas tratado en un lugar aporta para que te sientas cómodo con la estadía, así como con un ambiente amigable, el hotel cumple con este principio porque los trabajadores siempre buscan el bien común que es la satisfacción de cada uno de sus clientes, pues solo así generan el incremento en las ventas.

6. ¿Cómo considera la calidad de los materiales utilizados para la prestación de servicios de hospedaje?

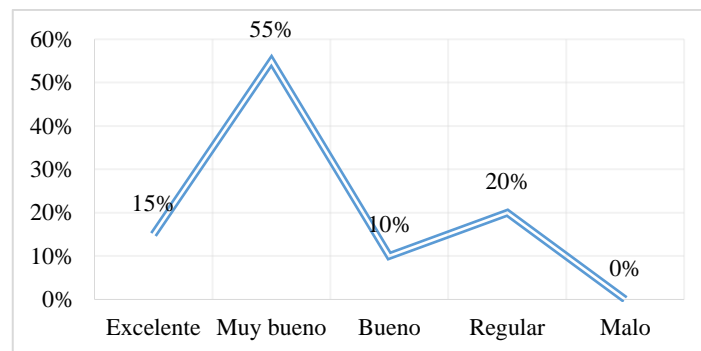
Tabla 10 Calidad de materiales utilizados

Opciones	Frec. absoluta	Frec. Relativa
Excelente	3	15%
Muy bueno	11	55%
Bueno	2	10%
Regular	4	20%
Malo	0	0%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta a clientes

Elaborado por: Eleana Rosales Borbor

Gráfico 6 Calidad de materiales utilizados



Fuente: Encuesta a clientes

Elaborado por: Eleana Rosales Borbor

Análisis

La calidad de los materiales utilizados es percibida por los clientes como Muy bueno con un 55% y solo el 10% de usuarios determinan que es bueno.

Interpretación

Se infiere que los materiales que la entidad usa no perjudica a los clientes, pues la mayoría indica que las instalaciones se mantienen con buena imagen y percepción todo el tiempo, dejando una buena impresión a quienes visitan e incluso aportando a que el hotel sea recomendado por dichas personas.

7. ¿Cuál es el factor principal por el que eligió hospedarse en el Hotel Tabuba?

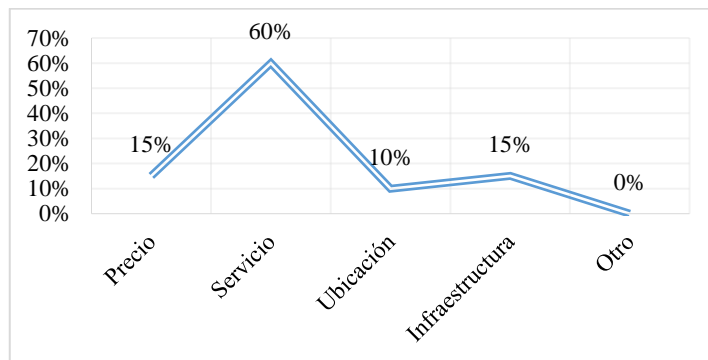
Tabla 11 Elección para hospedarse

Opciones	Frec. Absoluta	Frec. Relativa
Precio	3	15%
Servicio	12	60%
Ubicación	2	10%
Infraestructura	3	15%
Otro	0	0%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta a clientes

Elaborado por: Eleana Rosales Borbor

Gráfico 7 Elección para hospedarse



Fuente: Encuesta a clientes

Elaborado por: Eleana Rosales Borbor

Análisis

El factor con un mayor porcentaje es el de Servicio y el menor se considera a la ubicación, perteneciente al 60% y 10% respectivamente.

Interpretación

Se considera la calidad el principal factor por que los clientes se sienten bien atendidos incluso por la atención directa con el propietario, haciéndolo sentir cómodos y confiables. El servicio en general que se ofrece resulta ser eficaz, tanto desde la limpieza de las instalaciones hasta el desayuno continental.

8. ¿Está de acuerdo con los precios establecidos para cada tipo de habitación en relación a los servicios que se oferta?

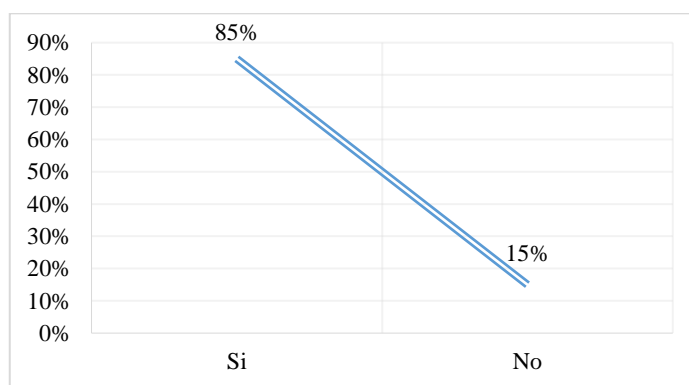
Tabla 12 Precios establecidos

Opciones	Frec. absoluta	Frec. Relativa
Si	17	85%
No	3	15%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta a clientes

Elaborado por: Eleana Rosales Borbor

Gráfico 8 Precios establecidos



Fuente: Encuesta a clientes

Elaborado por: Eleana Rosales Borbor

Análisis

El 85% del total de encuestados indica estar de acuerdo con los precios que la administración de la entidad oferta, mientras que el 15% indica que no.

Interpretación

Por la calidad del servicio las personas si optan por cancelar dicho valor por las habitaciones, consideran que vale pagar cada dólar por la estadía en el hotel una vez que se les presenta cada uno de los beneficios o servicios extras que tendrán mientras estén hospedados en el lugar.

9. ¿Cree usted que es posible aumentar los precios de las habitaciones siempre y cuando exista otros servicios que se puedan añadir? ¿Cuales?

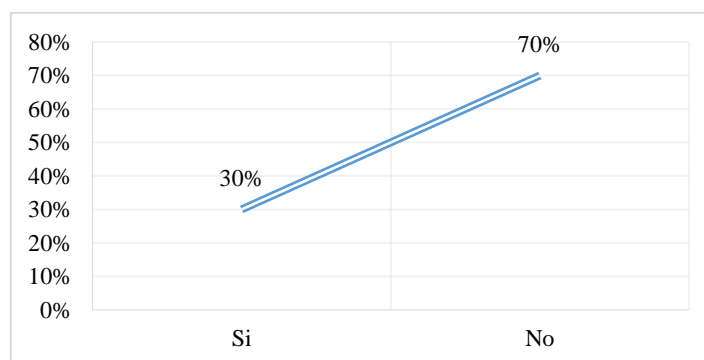
Tabla 13 Aumento de precios

Opciones	Frec. absoluta	Frec. Relativa
Si	6	30%
No	14	70%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta a clientes

Elaborado por: Eleana Rosales Borbor

Gráfico 9 Aumento de precios



Fuente: Encuesta a clientes

Elaborado por: Eleana Rosales Borbor

Análisis

El 70% de clientes manifiesta que no es necesario realizar modificaciones en precios, el 30% indica que sí.

Interpretación

Los clientes manifiestan que el servicio que se oferta en la entidad es idónea, contiene los parámetros necesarios y servicios extras oportunos aunque las personas que indican que sí es posible que aumenten sus precios exigen servicios adicionales como sala de recreación para niños, lavandería general, servicio de información turística, entre otros.

10. ¿Cree usted que los precios deberían ser establecidos con base a las temporadas (alta o baja) para ajustarse a la realidad de la demanda? ¿Porque?

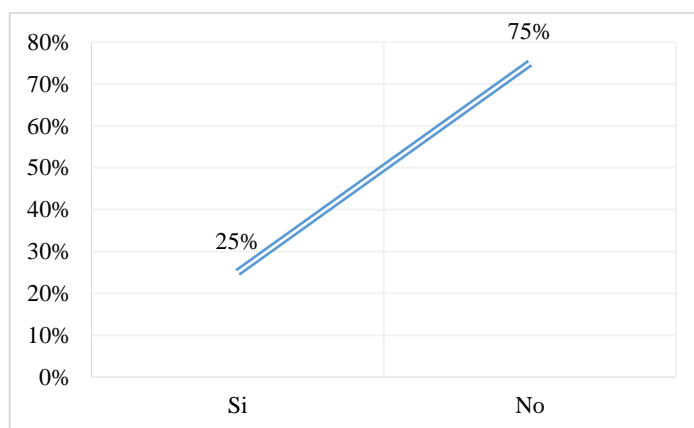
Tabla 14 Precios por temporadas

Opciones	Frec. absoluta	Frec. Relativa
Si	5	25%
No	15	75%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta a clientes

Elaborado por: Eleana Rosales Borbor

Gráfico 10 Precios por temporadas



Fuente: Encuesta a clientes

Elaborado por: Eleana Rosales Borbor

Análisis

El 75% de los clientes indican que no se debería establecer los precios por temporada, sin embargo, el 25% muestra que sí.

Interpretación

Aunque la temporada resulta ser un factor primordial para las entidades, no resulta tanto para el hotel Tabuba puesto que por su ubicación la cantidad de clientes que recibe es constante durante todo el año.

3.2 Limitaciones

Se tuvo inconvenientes al momento de recolectar información mediante entrevista al Contador, el motivo principal fue que al ser éste un Contador externo, no permanece dentro de la entidad, sino más bien realiza reportes de ingresos y egresos cada fin de mes. Sin embargo, el propietario del Hotel Tabuba brindó toda la información oportuna para continuar con el trabajo investigativo.

La obtención de información respecto a los costos y cálculos de precios fue limitada debido a que la entidad no cuenta con un sistema de costos ni bases de registros contables del servicio, por tal motivo los valores presentados en el trabajo investigativo fueron tomados de los estados financieros presentados para efecto de declaración de Impuesto a la Renta.

3.3 Resultados

3.3.1 Costeo por servicio de Hospedaje



ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES AL 31 DICIEMBRE DEL 2018

Ingresos

Gravadas con tarifa diferente de 0% de IVA		\$ 125.313,37
Actividad Empresarial	\$ 105.455,93	
Arriendo de bienes inmuebles	\$ 19.857,44	

Ingresos Totales \$ 125.313,37

Costos

Compras netas locales de materia prima	\$ 10.473,90	
--	--------------	--

Total Costos \$ 10.473,90

Gastos

Sueldos, salarios y demás remuneraciones que constituyen materia gravada del IESS	\$ 26.008,46
Beneficios sociales, indemnizaciones y otras remuneraciones	\$ 4.829,10
Aporte a la seguridad social	\$ 3.053,33
Mantenimiento y Reparaciones	\$ 32.719,01
Consumo de combustibles y lubricantes	\$ 1.499,15
Suministros, herramientas, materiales y repuestos	\$ 9.726,36
Intereses con Instituciones financieras	\$ 3.753,63
Seguros y reaseguros (primas y cesiones)	\$ 3.074,09
Impuestos, contribuciones y otros	\$ 4.932,53
Depreciaciones	\$ 13.000,00
Servicios básicos	\$ 3.000,00
Promoción y publicidad	\$ 100,00
Servicios públicos	\$ 55,00
Otros	\$ 1.887,63
Arriendo de bienes inmuebles	\$ 6.216,46

Total Gastos \$ 124.328,65

Utilidad o pérdida \$ 984,72

Para la identificación de los elementos del costo que mantiene actualmente la entidad se realiza en base a la información que se proporciona en el Estado de Resultados integral del año 2018. Es evidente que para la presentación de estados financieros el Hotel considera como gastos todos los rubros que están inmersos en la prestación del servicio y únicamente como costos las Compras netas locales de materia prima.

3.3.2 Proceso de fijación de precios del servicio de hospedaje del Hotel Tabuba

La entidad considera que la calidad del servicio que brinda es apropiada, a diferencia de otros hoteles del sector, se pretende agregar un Plus al servicio de hospedaje, además consideran factores internos y externos para determinar una tasa fija para los clientes tales como:

- Políticas de precios diseñados por el propietario de la entidad
- Calidad del servicio apoyados en la competencia local

La aplicación de los precios por tipo de habitación se detalla de la siguiente manera:

Tabla 15 Precios por habitación

Tipo de habitación	Precio
Matrimonial	\$50,00
Doble	\$60,00
Matrimonial Premium	\$70,00
Triple	\$90,00
Cuádruple	\$120,00
Quíntuple	\$150,00

Fuente: Hotel Tabuba

Elaborado por: Eleana Rosales Borbor

Es importante recalcar que dentro de las políticas administrativas de la entidad se indica que los precios se fijan considerando una utilidad mínima requerida sobre el costo, estos son cambiantes dependiendo del año anterior en el que sean asignados. Sin embargo, usualmente en la mayor parte del periodo económico se presentan como indica la tabla 15.

3.4 Propuesta

Diseño de un modelo de costos por órdenes de servicio y fijación del precio de venta del Hotel Tabuba.

3.4.1 Objetivos

Objetivo General

Diseñar un modelo de sistema de costos por órdenes de servicio mediante el uso de hojas de costos para la correcta fijación del precio de venta del servicio de hospedaje del Hotel Tabuba, Comuna Montañita, Año 2018.

Objetivos específicos

1. Analizar la información recopilada de los costos involucrados en el servicio.
2. Determinar los costos reales para la determinación de los costos unitarios por tipo de habitación.
3. Fijar el precio de venta mediante la utilización de 3 estrategias principales para la evaluación del mismo.

3.4.2 Descripción de la propuesta

Uno de los objetivos específicos del trabajo de investigación consiste en la propuesta de un diseño de sistemas de costos logrando la distribución adecuada y oportuna de los elementos que lo componen con el fin de que se logren fijar adecuadamente los precios para el Hotel.

Conociendo la forma en que la entidad reconoce los costos es importante que se desarrolle este modelo, pues un mejor control les brindará beneficios satisfactorios para su desarrollo en el mercado.

Las fases de la propuesta consisten en identificar los costos que incurren en el servicio de hospedaje tanto de materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación, posteriormente se realizan los cálculos oportunos mediante la utilización de dimensiones en metros cuadrados que poseen los tipos de habitaciones en el caso de los dos últimos elementos, luego se detallan los resultados obtenidos en un resumen de hoja de costos en el que se evidencia el costo unitario por habitación.

Finalmente, se evalúa la fijación de precios mediante la aplicación de estrategias específicas tales como: costo más margen, según el punto de equilibrio y basados en la competencia. Los resultados permiten conocer cuál es el método adecuado para asignar los precios eficientemente al servicio de hotelería.

3.4.3 Determinación de costos propuestos para el Hotel

✓ Materia prima directa

Los valores calculados y distribuidos de los materiales directos para cada tipo de habitación se determinaron reconociendo los insumos que se proporcionan una vez que se venda el servicio al consumidor final siendo estos shampoo, jabón, papel higiénico y aromatizantes.

Tabla 16 Costo de materia prima directa por habitación

Habitación	Materiales	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Matrimonial	Shampoo	2	\$ 0,30	\$0,60
	Jabón	2	\$ 0,25	\$0,50
	Papel Higiénico	1	\$ 0,40	\$0,40
	Aromatizantes	2	\$ 2,00	\$4,00
	Total Habitación Matrimonial			
Doble	Shampoo	2	\$ 0,30	\$0,60
	Jabón	2	\$ 0,25	\$0,50
	Papel Higiénico	1	\$ 0,40	\$0,40
	Aromatizantes	2	\$ 2,00	\$4,00
	Total Habitación Sencilla			
Matrimonial Premium	Shampoo	2	\$ 0,30	\$0,60
	Jabón	2	\$ 0,25	\$0,50
	Papel Higiénico	1	\$ 0,40	\$0,40
	Aromatizantes	2	\$ 2,00	\$4,00
	Total Habitación Doble			
Triple	Shampoo	3	\$ 0,30	\$0,90
	Jabón	3	\$ 0,25	\$0,75
	Papel Higiénico	2	\$ 0,40	\$0,80
	Aromatizantes	2	\$ 2,00	\$4,00
	Total Habitación Triple			
Cuádruple	Shampoo	4	\$ 0,30	\$1,20
	Jabón	4	\$ 0,25	\$1,00
	Papel Higiénico	2	\$ 0,40	\$0,80
	Aromatizantes	3	\$ 2,00	\$6,00
	Total Habitación Cuádruples			
Quíntuple	Shampoo	5	\$ 0,30	\$1,50
	Jabón	5	\$ 0,25	\$1,25
	Papel Higiénico	2	\$ 0,40	\$0,80
	Aromatizantes	3	\$ 2,00	\$6,00
	Total Habitación Quíntuple			

Los cálculos que se presentan a continuación de distribución de MOD y CIF se realizan considerando los metros cuadrados que poseen las habitaciones del hotel como se detallan a continuación:

Tabla 17 Costo de materia prima directa por habitación

Tipo de habitaciones	Nº de habitaciones	Metros cuadrados	Total metros cuadrados
Matrimonial	8	10 m ²	80
Doble	10	12 m ²	120
Matrimonial Premium	15	14 m ²	210
Triple	4	16 m ²	64
Cuádruple	3	18 m ²	54
Quíntuple	1	30 m ²	30
Total	41	100 m²	558

Fuente: Hotel Tabuba

Elaborado por: Eleana Rosales Borbor

✓ Mano de obra directa

Para el cálculo de mano de obra directa se procede a realizar el rol de pagos, se considera específicamente rubros de ingresos recordando que en la recolección de datos se manifestó que dentro de la entidad existen 4 trabajadores fijos, dato significativo para la aplicación en la siguiente formulas.

$$\text{Costo de MOD por metro}^2 = \frac{\text{Costo Mano de Obra Directa}}{\text{Total Metros Cuadrados}} \quad (5)$$

Se aplica el cómputo respectivo para cada tipo de habitación, sin embargo, se muestra a continuación un ejemplo del mismo. Para visualizar los cálculos de mano de obra por cada tipo de servicio diríjase al apartado de Anexos. (véase anexo 5)

➤ Matrimonial

$$\text{Costo de MOD por metro}^2 \text{ Mensual} = \frac{2872,26}{558} = 5,15$$

$$\text{Costo de MOD por metro}^2 \text{Diario} = \frac{5,15}{30} = 0,17$$

\$ 0,17 x 10 m² habitación matrimonial = \$ 1,72 Costo MOD por habitación matrimonial

Tabla 18 Costo de mano de obra directa por habitación

Tipo de habitaciones	Nº de habitación	Total metros cuadrados	Costo metro cuadrado diario	Costo total	Costo unitario
Matrimonial	8	80 m ²	\$ 0,17	\$ 13,73	\$ 1,72
Doble	10	120 m ²	\$ 0,17	\$ 20,59	\$ 2,06
Matrimonial Premium	15	210 m ²	\$ 0,17	\$ 36,03	\$ 2,40
Triple	4	64 m ²	\$ 0,17	\$ 10,98	\$ 2,75
Cuádruple	3	54 m ²	\$ 0,17	\$ 9,27	\$ 3,09
Quíntuple	1	30 m ²	\$ 0,17	\$ 5,15	\$ 5,15
TOTAL	41	558 m²	\$ 1,03	\$ 95,74	\$ 17,16

Fuente: Hotel Tabuba

Elaborado por: Eleana Rosales Borbor

✓ Costos indirectos de fabricación

Para el cálculo de los CIF utilizados se realizó una lista en donde se detalla todos los recursos de mantenimientos y rubros que indirectamente ayudan a que el servicio sea brindado adecuadamente incluyendo materiales, mano de obra y otros costos indirectos.

La información y valores precisos fueron proporcionados por el propietario del Hotel Tabuba. El cálculo de depreciaciones fue realizado mediante método de línea recta, considerando los Activos Fijos que la entidad posee para ofrecer el servicio los detalles del mismo se muestran en el Anexo 7.

Tabla 19 Detalle de costos indirectos de fabricación

Costos Indirectos de Fabricación		
Detalle MPI	Valor anual	Valor mensual
Mantenimiento de Habitaciones y equipos	\$9.700,00	\$808,33
Reparaciones y adecuaciones	\$11.400,00	\$950,00
Servicios de lavandería	\$6.000,00	\$500,00
Suministros, herramientas, materiales de aseo	\$9.226,36	\$768,86
Energía Eléctrica	\$8.400,00	\$700,00
Agua Potable	\$3.000,00	\$250,00
Servicios de internet	\$1.440,00	\$120,00
Servicio de TV	\$5.400,00	\$450,00
Total	\$54.566,36	\$4.547,20
Detalle MOI	Valor anual	Valor mensual
MOI Administrador de planta	10535,72	877,98
Sueldos y Salarios eventuales	4320	360,00
Total	\$14.855,72	\$1.237,98
Detalle Otros CIF	Valor anual	Valor mensual
Mantenimiento de Garaje	\$400,00	\$33,33
Servicio de Alimentación (desayuno)	\$3.700,00	\$308,33
Mantenimiento de piscina	\$500,00	\$41,67
Mantenimiento de Aire acondicionado	\$960,00	\$80,00
Promoción y publicidad	\$240,00	\$20,00
Depreciaciones	\$23.067,59	\$1.922,30
Permisos y otros	\$5.319,01	\$443,25
Seguros contra incendios	\$1.200,00	\$100,00
Total	\$35.386,60	\$2.948,88
Subtotal	\$104.808,68	\$8.734,06

Fuente: Hotel Tabuba

Elaborado por: Eleana Rosales Borbor

Una vez detallada la lista de CIF se prosigue con la aplicación de la fórmula siguiente para cada tipo de habitación. Es importante mencionar que para mostrar el debido procedimiento se realizó un cálculo con habitación Matrimonial, sin embargo, se muestran todos en el Anexo 8:

➤ **Matrimonial**

$$\text{CIF por metro}^2 = \frac{\text{Costos indirectos de fabricación}}{\text{Total Metros Cuadrados}} \quad (6)$$

$$\text{Costo de CIF por metro}^2 \text{ Mensual} = \frac{8734,06}{558} = 15,65$$

$$\text{Costo de CIF por metro}^2 \text{ Diario} = \frac{15,65}{30} = 0,52$$

\$ 0,52 x 10 m² habitación matrimonial = \$ 5,22 Costo CIF por habitación matrimonial

Tabla 20 Costos indirectos de fabricación por habitación

Tipo de habitaciones	Nº de habitación	Total metros cuadrados	Costo metro cuadrado diario	Costo total	Costo unitario
Matrimonial	8	80 m ²	0,52	41,74	5,22
Doble	10	120 m ²	0,52	62,61	6,26
Matrimonial Premium	15	210 m ²	0,52	109,57	7,30
Triple	4	64 m ²	0,52	33,39	8,35
Cuádruple	3	54 m ²	0,52	28,17	9,39
Quíntuple	1	30 m ²	0,52	15,65	15,65
Total	41	558	\$ 3,13	\$ 291,14	\$ 52,18

Fuente: Hotel Tabuba

Elaborado por: Eleana Rosales Borbor

3.4.3.1 Hojas de Costos

Las hojas de costos se presentan en formatos específicos y detalla el costo unitario correspondiente a cada habitación, puntualizando los elementos del costo: materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación, posteriormente se presenta una tabla de resumen de dichas hojas para agrupar los costos unitarios. Los resultados obtenidos fueron los siguientes: habitación matrimonial un costo de \$12,43, habitación doble \$13,82, habitación matrimonial premium \$15,21, habitación triple \$17,20, habitación cuádruple \$21,48 y habitación quíntuple \$ 30,35.

Tabla 21 Hoja de Costos de Habitación Matrimonial



HOTEL TABUBA
HOJA DE COSTOS
SERVICIO DE HOSPEDAJE

Orden de servicio

Habitación: Matrimonial

Costo Total: 12,43

Fecha	MPD	MOD	CIF
31/12/2018	\$5,50	\$1,72	\$5,22
Total			\$12,43

Elementos del costo

Materia Prima	\$5,50
Mano de Obra Directa	\$1,72
Costo Primo	<u>\$7,22</u>
Costos Indirectos de Fabricación	\$5,22
Costo Unitario de habitación	<u>\$12,43</u>

Departamento de Servicios

Tabla 22 Hoja de Costos de Habitación Doble



HOTEL TABUBA
HOJA DE COSTOS
SERVICIO DE HOSPEDAJE

Orden de servicio

Habitación: Doble

Costo Total: 13,82

Fecha	MPD	MOD	CIF
31/12/2018	\$5,50	\$2,06	\$6,26
Total			\$13,82

Elementos del costo

Materia Prima	\$5,50
Mano de Obra Directa	\$2,06
Costo Primo	<u>\$7,56</u>
Costos Indirectos de Fabricación	\$6,26
Costo Unitario de habitación	<u>\$13,82</u>

Departamento de Servicios

Tabla 23 Hoja de Costos de Habitación Matrimonial Premium



**HOTEL TABUBA
HOJA DE COSTOS
SERVICIO DE HOSPEDAJE**

Orden de servicio

Habitación: Matrimonial Premium

Costo Total: 15,21

Fecha	MPD	MOD	CIF
31/12/2018	\$5,50	\$2,40	\$7,30
Total			\$15,21

Elementos del costo

Materia Prima	\$5,50
Mano de Obra Directa	\$2,40
Costo Primo	<u>\$7,90</u>
Costos Indirectos de Fabricación	\$7,30
Costo Unitario de habitación	<u>\$15,21</u>

Departamento de Servicios

Tabla 24 Hoja de Costos de Habitación Triple



**HOTEL TABUBA
HOJA DE COSTOS
SERVICIO DE HOSPEDAJE**

Orden de servicio

Habitación: Triple

Costo Total: 17,54

Fecha	MPD	MOD	CIF
31/12/2018	\$6,45	\$2,75	\$8,34
Total			\$17,20

Elementos del costo

Materia Prima	\$6,45
Mano de Obra Directa	\$2,75
Costo Primo	<u>\$9,20</u>
Costos Indirectos de Fabricación	\$8,34
Costo Unitario de habitación	<u>\$17,54</u>

Departamento de Servicios

Tabla 25 Hoja de Costos de Habitación Cuádruple



**HOTEL TABUBA
HOJA DE COSTOS
SERVICIO DE HOSPEDAJE**

Orden de servicio

Habitación: Cuádruple

Costo Total: 21,48

Fecha	MPD	MOD	CIF
31/12/2018	\$9,00	\$3,09	\$9,39
Total			\$21,48

Elementos del costo

Materia Prima	\$9,00
Mano de Obra Directa	\$3,09
Costo Primo	<u>\$12,09</u>
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 9,39
Costo Unitario de habitación	<u>\$21,48</u>

Departamento de Servicios

Tabla 26 Hoja de Costos de Habitación Quintuple



**HOTEL TABUBA
HOJA DE COSTOS
SERVICIO DE HOSPEDAJE**

Orden de servicio

Habitación: Quíntuple

Costo Total: 30,35

Fecha	MPD	MOD	CIF
31/12/2018	\$9,55	\$5,15	\$15,65
Total			\$30,35

Elementos del costo

Materia Prima	\$9,55
Mano de Obra Directa	\$5,15
Costo Primo	<u>\$14,70</u>
Costos Indirectos de Fabricación	\$15,65
Costo Unitario de habitación	<u>\$30,35</u>

Departamento de Servicios

Tabla 27 Resumen de hoja de costos

Tipo de habitaciones	N° de Habitaciones	Elementos del Costo			Costo por Habitación
		Materia Prima Directa (MPD)	Mano de Obra Directa (MOD)	Costos Indirectos de Fabricación (CIF)	
Matrimonial	8	5,50	1,72	5,22	12,43
Doble	10	5,50	2,06	6,26	13,82
Matrimonial Premium	15	5,50	2,40	7,30	15,21
Triple	4	6,45	2,75	8,35	17,54
Cuádruple	3	9,00	3,09	9,39	21,48
Quíntuple	1	9,55	5,15	15,65	30,35
Total	41	41,50	17,16	52,17	110,83

Fuente: Hotel Tabuba

Elaborado por: Eleana Rosales Borbor

3.4.4 Determinación de precios de venta propuestos para el servicio de hospedaje del Hotel

Varios autores mencionan que el precio es un de las estrategias de marketing más importantes para que un bien o servicio logre ser adquirido por el consumidor, en la investigación se considera fundamental analizar 3 métodos como son: Según costo más margen, por punto de equilibrio o demanda y de acuerdo a la competencia, los cálculos de cada uno de estos darán relevancia a la elección del mejor precio que se adapte a la entidad.

✓ Método 1: Según Costo más margen

Este es uno de los métodos más acogidos por las entidades, el procedimiento consiste en que una vez determinados los costos unitarios de cada tipo de servicio se le agrega cierto margen que la empresa desee ganar al final de un ciclo económico con el fin de recuperar todos costos involucrados y obtener una utilidad satisfactoria. En la Tabla 28 se indican los precios fijados según éste método.

Tabla 28 Método de costo más margen

Tipo de habitaciones	N° de habitaciones	% costo (1-m/100)	Porcentaje en utilidad	C + U	Costo por hospedaje	Utilidad (factor) (100%/ % costo)	Precio
Matrimonial	8	20%	80%	100%	12,43	5,00	62,17
Doble	10	20%	80%	100%	13,82	5,00	69,10
Matrimonial Premium	15	20%	80%	100%	15,21	5,00	76,03
Triple	4	20%	80%	100%	17,54	5,00	87,72
Cuádruple	3	20%	80%	100%	21,48	5,00	107,40
Quíntuple	1	20%	80%	100%	30,35	5,00	151,75
Total	41				110,83		554,16

Fuente: Hotel Tabuba

Elaborado por: Eleana Rosales Borbor

✓ **Método 2: Según el punto de equilibrio**

Éste método permite determinar en qué instancias los costos totales se igualan con las ventas efectuadas, determinando una utilidad igual a cero, a continuación, se muestran las cantidades que se requiere para conseguir un equilibrio.

Tabla 29 Método de Punto de equilibrio

Tipo de Habitaciones	Costos fijos totales	Costo variable unitario	Precio de venta unitario	Cantidad mensual equilibrio	Utilidades
Matrimonial	1493,91	7,38	62	27	0
Doble	2240,86	7,38	69	36	0
Matrimonial Premium	3921,51	7,38	76	57	0
Triple	1195,13	9,27	88	15	0
Cuádruple	1008,39	12,76	107	11	0
Quíntuple	560,22	14,25	152	4	0

Fuente: Hotel Tabuba

Elaborado por: Eleana Rosales Borbor

El prorrateo de los costos fijos se lo realizó considerando la totalidad de los costos involucrados siendo éste \$10.420,00 y el total de metros cuadrados de las habitaciones, dando como resultado la siguiente distribución.

Tabla 30 Método de Punto de equilibrio

Tipo de habitaciones	Total Metros Cuadrados	%	Costo fijo
Matrimonial	80	14,34%	\$1.493,91
Doble	120	21,51%	\$2.240,86
Matrimonial Premium	210	37,63%	\$3.921,51
Triple	64	11,47%	\$1.195,13
Cuádruple	54	9,68%	\$1.008,39
Quíntuple	30	5,38%	\$560,22
Total	558	100%	\$10.420,01

Fuente: Hotel Tabuba

Elaborado por: Eleana Rosales Borbor

Los valores de los costos variables unitarios corresponden a la materia prima directa más el costo unitario del desayuno. El cálculo respectivo se lo realizó considerando las unidades vendidas al mes según los datos proporcionados por la entidad.

Tabla 31 Ventas anuales

Habitación	Unidades vendidas	Precio	Total
Matrimonial	286	\$ 50,00	\$ 14.300,00
Doble	357	\$ 60,00	\$ 21.420,00
Matrimonial Premium	397	\$ 70,00	\$ 27.790,00
Triple	147	\$ 90,00	\$ 13.230,00
Cuádruple	163	\$ 120,00	\$ 19.560,00
Quíntuple	61	\$ 150,00	\$ 9.150,00
Ingresos	1.411		\$ 105.450,00

Fuente: Hotel Tabuba

Elaborado por: Eleana Rosales Borbor

Tabla 32 Ventas mensuales

Habitación	Unidades Mensual	Precio	Total
Matrimonial	24	\$ 50,00	\$ 1.191,67
Doble	30	\$ 60,00	\$ 1.785,00
Matrimonial Premium	33	\$ 70,00	\$ 2.315,83
Triple	12	\$ 90,00	\$ 1.102,50
Cuádruple	14	\$ 120,00	\$ 1.630,00
Quíntuple	5	\$ 150,00	\$ 762,50
Ingresos	118		\$ 8.787,50

Fuente: Hotel Tabuba

Elaborado por: Eleana Rosales Borbor

Para obtener el valor de los costos unitarios del desayuno se multiplicó las unidades vendidas al año por la cantidad de personas que se registran en cada habitación, luego el total se divide para 12 para obtener el valor mensual tal como se muestra en la tabla 33:

Tabla 33 Cantidad de desayunos por año

Habitación	Unidades vendidas	Personas	Total
Matrimonial	286	2	572
Doble	357	2	714
Matrimonial Premium	397	2	794
Triple	147	3	441
Cuádruple	163	4	652
Quíntuple	61	5	305
Q Desayunos por año			3.478
Q Desayunos por mes			290

Fuente: Hotel Tabuba

Elaborado por: Eleana Rosales Borbor

El gasto total mensual en el que se incurre es de \$ 308,33, se procede a dividir la cantidad de desayunos que se ofrecen de manera mensual para el valor del gasto correspondiente obteniendo un costo unitario de \$0,94. A continuación se muestran los totales por habitación dependiendo del total de personas que componen cada habitación.

Tabla 34 Costo unitario de desayunos

Habitación	Costo Unitario	Personas	Total
Matrimonial	\$0,94	2	\$1,88
Doble	\$0,94	2	\$1,88
Matrimonial Premium	\$0,94	2	\$1,88
Triple	\$0,94	3	\$2,82
Cuádruple	\$0,94	4	\$3,76
Quíntuple	\$0,94	5	\$4,70

Fuente: Hotel Tabuba

Elaborado por: Eleana Rosales Borbor

Tabla 35 Detalle de ingresos por punto de equilibrio

Tipo de Habitaciones	Precio de venta unitario	Cantidad mensual equilibrio	Venta de equilibrio
Matrimonial	\$ 62,00	27	\$ 1.695,14
Doble	\$ 69,00	36	\$ 2.508,81
Matrimonial Premium	\$ 76,00	57	\$ 4.343,06
Triple	\$ 88,00	15	\$ 1.336,35
Cuádruple	\$ 107,00	11	\$ 1.144,35
Quíntuple	\$ 152,00	4	\$ 618,27
Total			\$ 11.646,00

Fuente: Hotel Tabuba

Elaborado por: Eleana Rosales Borbor

Para que la entidad logre llegar al punto de equilibrio debe alquilar el servicio de habitación matrimonial 27 veces al mes, generando así \$1695,14 de ganancias que es igual a la suma de los costos totales utilizados para brindar esta prestación. Para el caso de las habitaciones dobles se necesita una cantidad de 36 prestaciones de servicio, las habitaciones matrimoniales premium con un total de 57, habitación Triple con una cantidad de 15 veces, la prestación de habitación cuádruple debe realizarse por 11 ocasiones al mes y quíntuple con 4 respectivamente.

Cálculos del método de Punto de equilibrio

Se presentan los cálculos específicos de cada tipo de habitación por el método de punto de equilibrio, mostrando cantidades mínimas y máximas que se requieren para identificar pérdidas o ganancias en el Hotel.

➤ **Matrimonial**

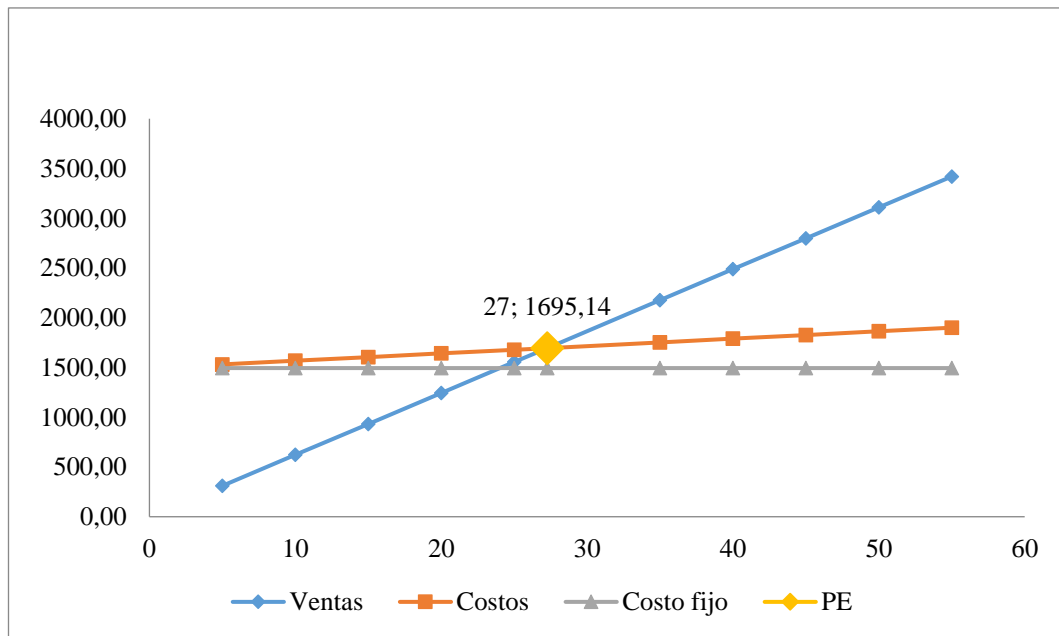
Tabla 36 Punto de Equilibrio-Habitación matrimonial

Cantidad	Ventas	Costos	Costo fijo	Utilidad	PE
55	3419,15	1899,81	1493,91	1519,35	
50	3108,32	1862,91	1493,91	1245,41	
45	2797,49	1826,01	1493,91	971,48	
40	2486,66	1789,11	1493,91	697,55	
35	2175,82	1752,21	1493,91	423,62	
27	1695,14	1695,14	1493,91	0,00	1695,14
25	1554,16	1678,41	1493,91	-124,25	
20	1243,33	1641,51	1493,91	-398,18	
15	932,50	1604,61	1493,91	-672,11	
10	621,66	1567,71	1493,91	-946,04	
5	310,83	1530,81	1493,91	-1219,98	

Fuente: Hotel Tabuba

Elaborado por: Eleana Rosales Borbor

Gráfico 11 Punto de Equilibrio-Habitación matrimonial



Fuente: Hotel Tabuba

Elaborado por: Eleana Rosales Borbor

➤ **Matrimonial Premium**

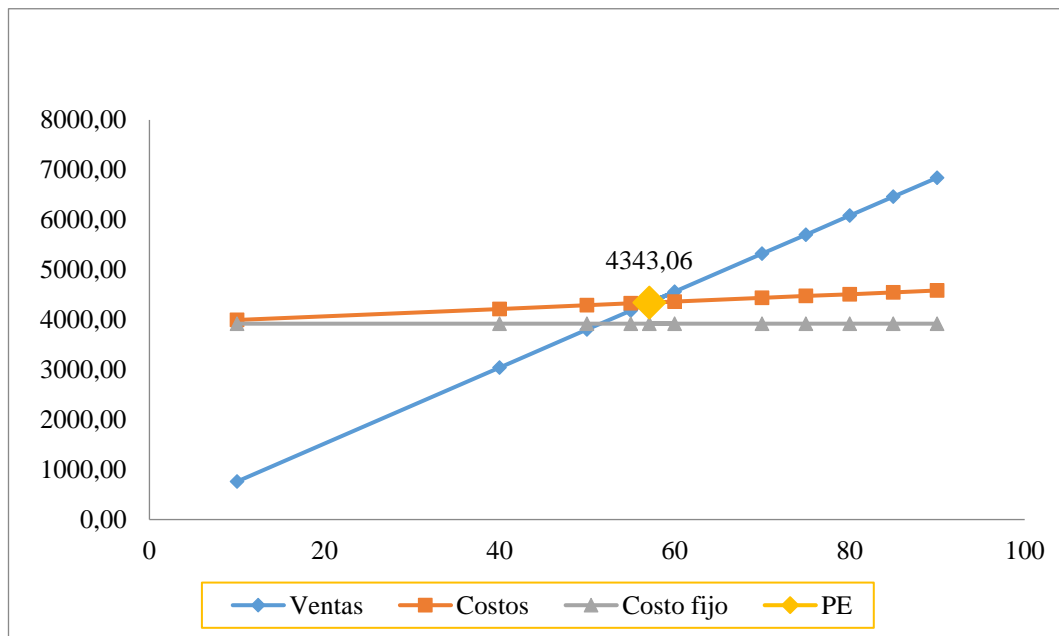
Tabla 37 Punto de Equilibrio-Habitación matrimonial premium

Cantidad	Ventas	Costos	Costo fijo	Utilidad	PE
90	6842,97	4585,71	3921,51	2257,26	
85	6462,80	4548,81	3921,51	1914,00	
80	6082,64	4511,91	3921,51	1570,73	
75	5702,47	4475,01	3921,51	1227,47	
70	5322,31	4438,11	3921,51	884,20	
57	4343,06	4343,06	3921,51	0,00	4343,06
60	4561,98	4364,31	3921,51	197,67	
55	4181,81	4327,41	3921,51	-145,59	
50	3801,65	4290,51	3921,51	-488,86	
40	3041,32	4216,71	3921,51	-1175,39	
10	760,33	3995,31	3921,51	-3234,98	

Fuente: Hotel Tabuba

Elaborado por: Eleana Rosales Borbor

Gráfico 12 Punto de Equilibrio-Habitación matrimonial premium



Fuente: Hotel Tabuba

Elaborado por: Eleana Rosales Borbor

➤ **Doble**

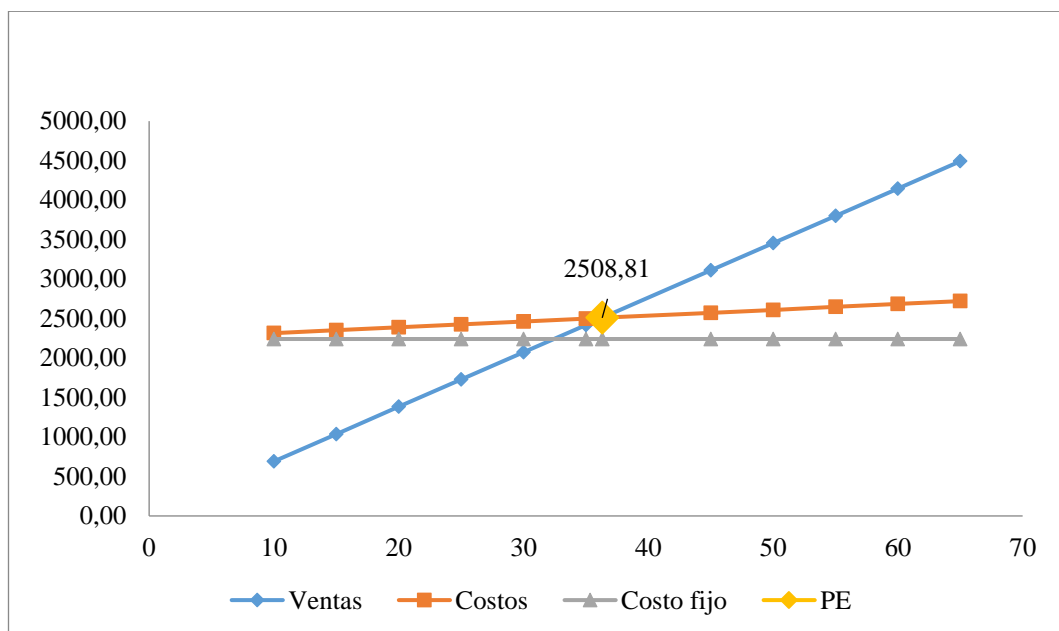
Tabla 38 Punto de Equilibrio-Habitación doble

Cantidad	Ventas	Costos	Costo fijo	Utilidad	PE
65	4491,48	2720,56	2240,86	1770,92	
60	4145,98	2683,66	2240,86	1462,32	
55	3800,48	2646,76	2240,86	1153,72	
50	3454,98	2609,86	2240,86	845,12	
45	3109,49	2572,96	2240,86	536,52	
36	2508,81	2508,81	2240,86	0,00	2508,81
35	2418,49	2499,16	2240,86	-80,67	
30	2072,99	2462,26	2240,86	-389,27	
25	1727,49	2425,36	2240,86	-697,87	
20	1381,99	2388,46	2240,86	-1006,47	
15	1036,50	2351,56	2240,86	-1315,07	
10	691,00	2314,66	2240,86	-1623,66	

Fuente: Hotel Tabuba

Elaborado por: Eleana Rosales Borbor

Gráfico 13 Punto de Equilibrio-Habitación doble



Fuente: Hotel Tabuba

Elaborado por: Eleana Rosales Borbor

➤ **Triple**

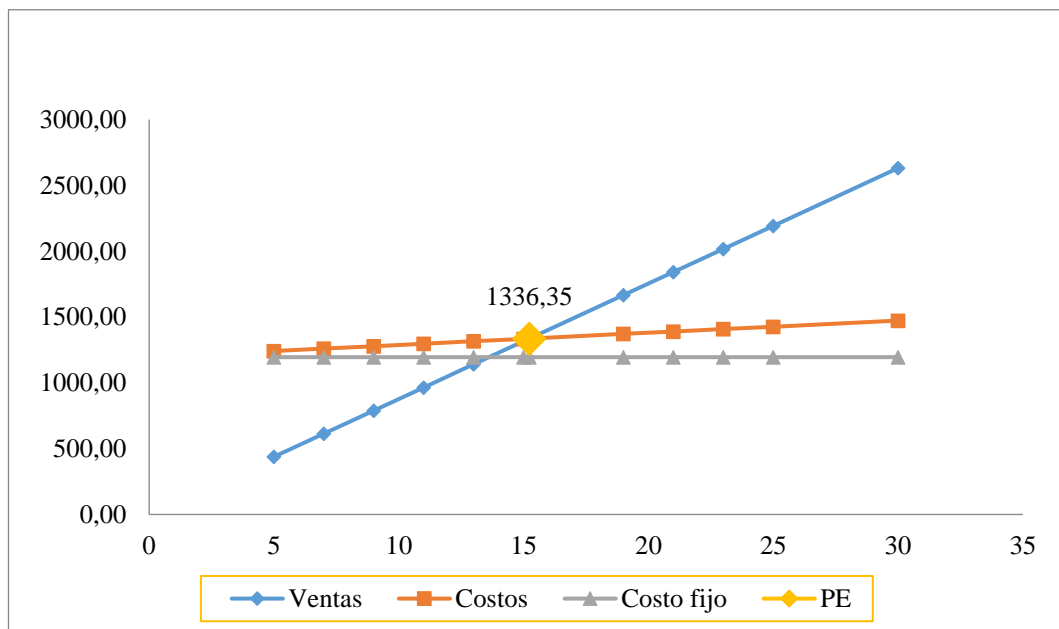
Tabla 39 Punto de Equilibrio-Habitación triple

Cantidad	Ventas	Costos	Costo fijo	Utilidad	PE
30	2631,49	1473,23	1195,13	1158,26	
25	2192,91	1426,88	1195,13	766,03	
23	2017,47	1408,34	1195,13	609,14	
21	1842,04	1389,80	1195,13	452,25	
19	1666,61	1371,26	1195,13	295,35	
15	1336,35	1336,35	1195,13	0,00	1336,35
15	1315,74	1334,18	1195,13	-18,43	
13	1140,31	1315,64	1195,13	-175,32	
11	964,88	1297,10	1195,13	-332,22	
9	789,45	1278,56	1195,13	-489,11	
7	614,01	1260,02	1195,13	-646,00	
5	438,58	1241,48	1195,13	-802,89	

Fuente: Hotel Tabuba

Elaborado por: Eleana Rosales Borbor

Gráfico 14 Punto de Equilibrio-Habitación triple



Fuente: Hotel Tabuba

Elaborado por: Eleana Rosales Borbor

➤ **Cuádruple**

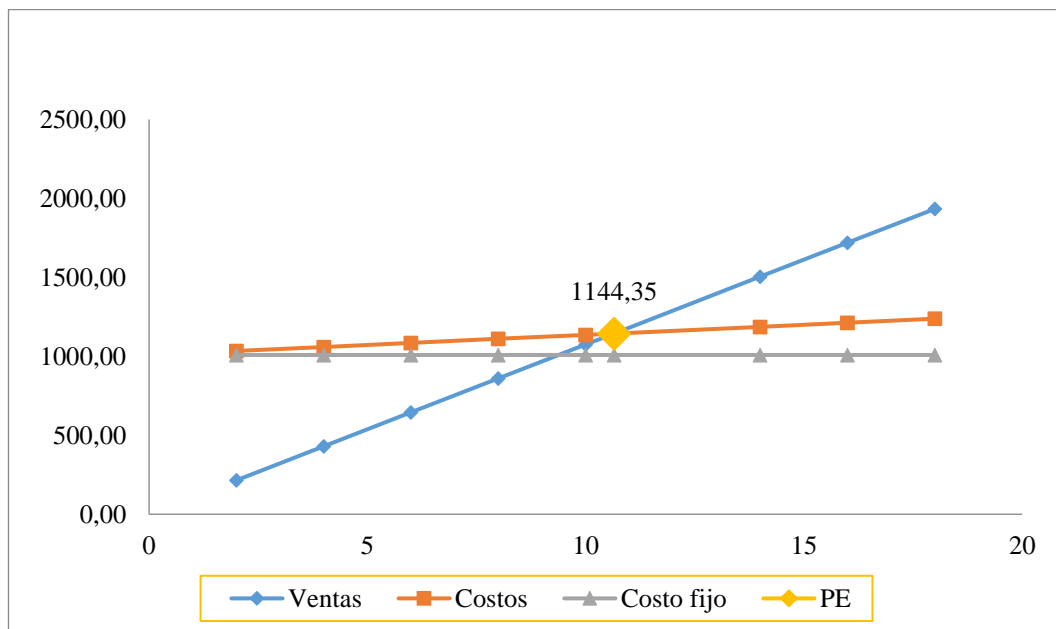
Tabla 40 Punto de Equilibrio-Habitación cuádruple

Cantidad	Ventas	Costos	Costo fijo	Utilidad	PE
20	2147,99	1263,59	1008,39	884,40	
18	1933,19	1238,07	1008,39	695,12	
16	1718,39	1212,55	1008,39	505,85	
14	1503,59	1187,03	1008,39	316,57	
11	1144,35	1144,35	1008,39	0,00	1144,35
10	1074,00	1135,99	1008,39	-61,99	
8	859,20	1110,47	1008,39	-251,27	
6	644,40	1084,95	1008,39	-440,55	
4	429,60	1059,43	1008,39	-629,83	
2	214,80	1033,91	1008,39	-819,11	

Fuente: Hotel Tabuba

Elaborado por: Eleana Rosales Borbor

Gráfico 15 Punto de Equilibrio-Habitación cuádruple



Fuente: Hotel Tabuba

Elaborado por: Eleana Rosales Borbor

➤ **Quíntuple**

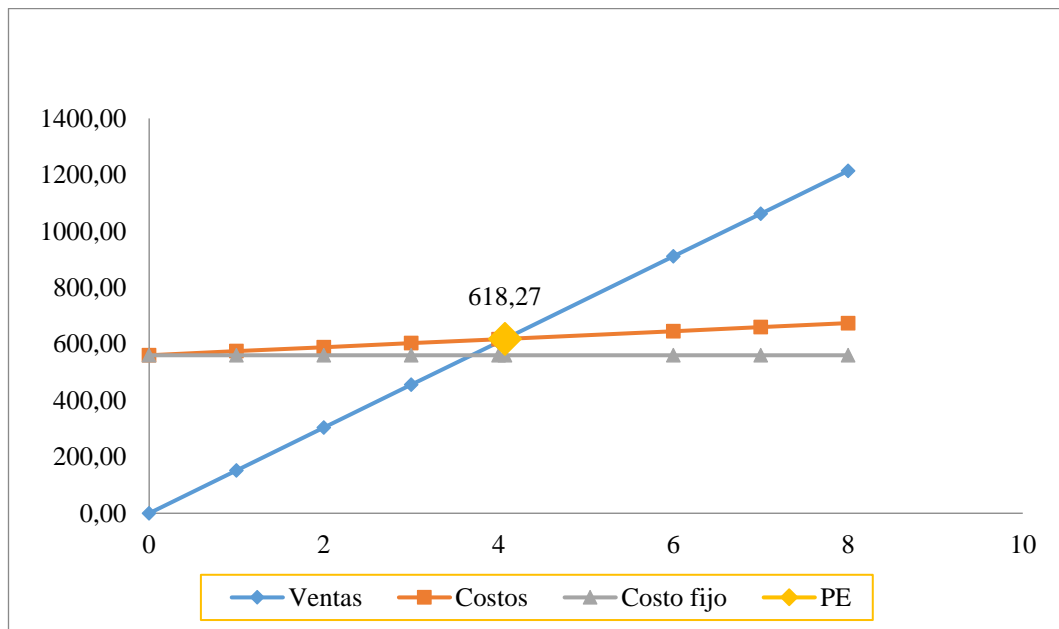
Tabla 41 Punto de Equilibrio-Habitación quíntuple

Cantidad	Ventas	Costos	Costo fijo	Utilidad	PE
10	1517,49	702,72	560,22	814,78	
8	1213,99	674,22	560,22	539,78	
7	1062,24	659,97	560,22	402,28	
6	910,50	645,72	560,22	264,78	
4	618,27	618,27	560,22	0,00	618,27
4	607,00	617,22	560,22	-10,22	
3	455,25	602,97	560,22	-147,72	
2	303,50	588,72	560,22	-285,22	
1	151,75	574,47	560,22	-422,72	
0	0,00	560,22	560,22	-560,22	

Fuente: Hotel Tabuba

Elaborado por: Eleana Rosales Borbor

Gráfico 16 Punto de Equilibrio-Habitación quíntuple



Fuente: Hotel Tabuba

Elaborado por: Eleana Rosales Borbor

✓ Método 3: Según la competencia

Para este método se procedió a realizar un levantamiento de información de los hoteles que sobresalen en el sector y así analizar la diferencia entre los precios de la competencia y los del Hotel Tabuba, varios precios fueron obtenidos mediante página web y los resultados fueron los siguientes:

Tabla 42 Método de acuerdo a la competencia

Nombre de hoteles	Calidad del servicio según estrellas	Precios por habitaciones			
		Sencillas	Doble o suit	Triple	Familiar
Dharma Beach	☆☆☆☆	\$ 111,00	\$ 142,00	\$ 175,00	\$ 245,00
Mativa Bambú Ecolodge	☆☆☆☆	\$ 105,00	\$ 125,00	\$ 115,00	\$ 115,00
Baja Montañita Beach	☆☆☆☆	\$ 140,00	\$ 155,00	\$ 175,00	\$ 190,00
Montañita States	☆☆☆☆	\$ 70,00	\$ 80,00	\$ 140,00	\$ 160,00
Hotel Selina Montañita	☆☆☆	\$ 23,00	\$ 40,00	\$ 75,00	\$ 80,00
Hotel Kundalini	☆☆☆☆	\$ 40,00	\$ 60,00	\$ 70,00	\$ 80,00
Charo`s Hostal	☆☆☆☆	\$ 28,00	\$ 50,00	\$ 75,00	\$ 112,00
Hotel Olympus Montañita	☆☆☆☆	\$ 25,00	\$ 48,00	\$ 72,00	\$ 96,00
Tavarua Hotel	☆☆☆	\$ 30,00	\$ 35,00	\$ 45,00	\$ 60,00
Rocio Boutique Hotel	☆☆	\$ 32,00	\$ 50,00	\$ 70,00	\$ 80,00

Fuente: Hotel Tabuba

Elaborado por: Eleana Rosales Borbor

Se mencionan 10 Hoteles que sobresalen en la comunidad de montañita y las cuales tienen similares características a la entidad que está siendo objeto de estudio tales como características adicionales que se brindan en el servicio, siendo estos: desayuno incluido, piscina, área de recreación, entorno agradable, etc. Se logra identificar que los precios de la competencia varían significativamente uno con otro, incluso algunos valores son mayores a los que brinda la entidad. La entidad que más se aproxima a los precios del hotel Tabuba es Montañita States entre un rango de \$70 a \$160.

3.4.5 Comparación de precios actuales y propuestos

Tabla 43 Punto de Equilibrio-Habitación matrimonial premium

Tipo De Habitaciones	Precios Actuales	Precios Propuestos	Variación
Matrimonial	\$ 50,00	\$ 62,17	\$ (12,17)
Doble	\$ 60,00	\$ 69,10	\$ (9,10)
Matrimonial Premium	\$ 70,00	\$ 76,03	\$ (6,03)
Triple	\$ 90,00	\$ 87,72	\$ 2,28
Cuádruple	\$ 120,00	\$ 107,40	\$ 12,60
Quíntuple	\$ 150,00	\$ 151,75	\$ (1,75)

Fuente: Hotel Tabuba

Elaborado por: Eleana Rosales Borbor

De acuerdo a los resultados mostrados en la Tabla 43, se realiza una comparación de los precios que posee la entidad actualmente, contra los propuestos en la investigación que fueron el resultado de la aplicación del método de costos por órdenes de servicios y posteriormente con la fijación del precio según la estrategia del margen de utilidad, se indica que para el tipo de habitación Matrimonial, Doble, Matrimonial premium debería considerarse el aumento de sus precios, mientras que para las habitaciones triples y cuádruple se mantienen al margen del precio establecido por la entidad.

CONCLUSIONES

- ❖ Se evidencia que los elementos del costo en la entidad no se determinan o clasifican de manera adecuada y únicamente se considera la compra de materia prima como recurso para establecer sus precios, indicando que por el hecho de que los ingresos sean superiores a estos costos se obtiene utilidad en el hotel. Sin embargo, al no considerar el análisis de la información de cada uno de los costos indirectos que se involucran en el servicio esta utilidad resulta ser incierta.
- ❖ Se determinan los costos reales en que incurre la entidad para satisfacer las necesidades de los clientes de acuerdo a cada tipo de habitación que oferta, mediante la aplicación del sistema por órdenes de servicios por la actividad que desempeña, pues permite la identificación, registro y control de los elementos del costo: materia prima directa, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación de manera sencilla y oportuna.
- ❖ La fijación del precio en el hotel es realizada de acuerdo a la calidad del servicio ofertado y no mediante un método específico, al no contar con un sistema los precios asignados no cubren los costos en su totalidad. Para fijar eficientemente el precio de venta del hotel se procede a la aplicación de 3 métodos fundamentales, costo más margen, punto de equilibrio y según la competencia, sin embargo, el método que cumple con todos los requerimientos necesarios es el de costos más margen obteniendo rubros reales por cada tipo de habitación para que la empresa tome decisiones adecuadas al momento de precisar los precios para sus clientes

RECOMENDACIONES

- ❖ Para la elaboración de un correcto sistema de costeo, es necesario que se identifiquen cuáles son los diferentes elementos que intervienen en el proceso del servicio destinado para la venta, en el Hotel Tabuba es necesario que estos suministros sean controlados a través de registros de hojas de costos o formatos de excel que ayuden a tener una información precisa que englobe todos los recursos utilizados y los valores monetarios en que se incurren tanto de materia prima, mano de obra y costos indirectos para determinar los precios y medir el margen de rentabilidad o utilidad.
- ❖ Se sugiere al Hotel Tabuba que es necesario que adopte y aplique el sistema de costos por órdenes de servicios para identificar la materia prima, mano de obra y demás materiales indirectos utilizados y determinar los recursos reales utilizados por concepto de dicho servicio.
- ❖ Cuando se aplica el sistema de costeo por órdenes de servicios se logra determinar el costo total que utiliza el hotel para satisfacer a sus clientes, dato que es de suma importancia al momento de establecer el precio de venta al público. Los precios que se deben establecer en la empresa son los calculados por el método de costos más margen, mediante la utilización de este diseño la entidad logrará que sus precios se mantengan competitivos con respecto de los demás negocios que manejan el mismo giro.

BIBLIOGRAFÍA

- Albán Vallejo, V., Betancourt Soto, V., y Morales Merchán, N. (2015). El costo de producción y la fijación de precios en las microempresas. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 1-12.
- Calleja Bernal, F. (2013). *Costos* (Segunda ed.). Mexico: Pearson, Educación y universidad de Sonora.
- Código Tributario. (21 de Agosto de 2018). *ces.gob.ec*. Obtenido de ces.gob.ec: <http://www.ces.gob.ec/lotaip/2018/Agosto/Anexos-literal-a2/CODIGO%20TRIBUTARIO.pdf>
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Montecristi: Ecuador.
- Díaz, I. (2013). *Gestión de precios*. Madrid: ESIC Editorial.
- Eras, R., Burgos, J., y Lalangui, M. (2016). *Contabilidad de Costos*. Machala: UTMACH.
- García Colín, J. (2014). *Contabilidad de costos* (Cuarta ed.). México: Mc Graw Hill.
- González González, G., Suárez Mena, K., Alejandro Lindao, M., y Alejandro Lindao, C. (2018). Incidencia del costo de servicio en el precio de venta de las pymes de la provincia de. *Revista de Estrategias del Desarrollo Empresarial*, IV(14), 19-26.
- Guía Empresarial. (07 de 02 de 2015). *www.guiaempresarial.org*. Obtenido de [www.guiaempresarial.org](http://www.guiaempresarial.org/america/ecuador/directorio/santa-elena/index.htm): <http://www.guiaempresarial.org/america/ecuador/directorio/santa-elena/index.htm>
- Hurtado, E., Ordeñana Barzola, J., y Romero García, E. (Octubre de 2018). Contabilización de los costos en las empresas de actividades hoteleras y su impacto en la rentabilidad. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 1-13.
- Lazo Palacios, M. (2013). *Contabilidad de Costos I*. Lima, Peru: CEPMA.
- Ley de Régimen Tributario Interno, LRTI. (21 de Agosto de 2018). *Servicio de Rentas Internas*. Obtenido de sri.gob.ec: www.sri.gob.ec
- Ley de turismo. (2 de 18 de 2014). *Turismo*. Obtenido de Turismo.



- Martín Samper, R., y Moreno Rojas, J. (2014). Una aproximación holística a la determinación y gestión de precios en las compañías hoteleras. *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 24(51), 45-59.
- Ministerio de Turismo. (22 de Enero de 2015). *Reglamento general a la ley del turismo*. Obtenido de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/Reglamento-general-ley-turismo.pdf>
- Morillo Moreno, M., y Cardozo, C. (2017). Sistema de costos basado en actividades en Hoteles cuatro estrellas del estado Mérida, Venezuela. *Revista INNOVAR*, 27(64), 91-113.
- Muñiz Gonzalez, R. (2015). *Marketing en el siglo XXI*. Librería CEF.
- NIC 2 Inventarios. (01 de Octubre de 2017). *Ministerio de Economía y Finanzas*. Obtenido de [mef.gob.pe](https://www.mef.gob.pe/mef.gob.pe): https://www.mef.gob.pe/contenidos/conta_public/con_nor_co/no_oficializacion/ES_GVT_RedBV2016_IAS02.pdf
- Normas Internacionales de Contabilidad. (2017). *Costo de los inventarios para un prestador de servicios- NIC 2*. Mexico: Actualidad Empresarial, N° 245 .
- OMT. (02 de 03 de 2015). *Organización Mundial del Turismo*. Obtenido de 20minutos: <https://www.20minutos.es/noticia/2392044/0/omt-identificar-criterios-comunes-para-clasificar-hoteles/>
- Pérez, D., y Pérez Martínez, I. (2006). El Precio. Tipos y Estrategias de fijación. En D. Pérez, y I. Pérez Martínez, *Mercadotecnia y ventas* (págs. 1-53). EOI.
- Perez, D., y Perez Martinez, I. (2016). *El Precio. Tipos y Estrategias de fijación*. Mexico: EOI Escuela de Negocios.
- Raju, J., y Zhang, J. (2018). *Fijando precios para ganar competitividad: Últimas tendencias en política de precios*. Mexico: PROFIT.
- Reglamento de Alojamiento Turístico. (15 de Febrero de 2016). *Turismo*. Quito-Ecuador. Obtenido de Turismo.
- Rivero Zanatta, J. P. (2015). *Costos y presupuestos*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Rodriguez, O., Grzabel, V., y Noguez, L. (2014). Determinación de precios en la industria de la Hotelería. *Revista del Instituto Internacional de Costos*, 211-227.
- Zans Armana, W. (2018). *Contabilidad de costos I*. Lima: San Marcos de Anibal Jesús Paredes Galván.
- Zapata Sánchez, P. (2015). *Contabilidad de costos: Herramientas para la toma de decisiones*. Colombia: Alfaomega.

ANEXOS

Anexo 1 Matriz de consistencia

TEMA	PROBLEMA	OBJETIVOS	IDEA A DEFENDER	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
COSTOS POR SERVICIOS Y FIJACIÓN DEL PRECIO DE VENTA DEL HOTEL TABUBA, COMUNA MONTAÑITA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2018	FORM.DEL PROBLEMA	Evaluar los costos por servicios mediante el análisis de sus elementos para el diseño de un sistema de costos que aporte en la fijación eficiente del precio de venta del Hotel Tabuba, Comuna Montañaña, Provincia de Santa Elena, año 2018.	El diseño de un modelo de costos por servicios fijará eficientemente el precio de venta del Hotel Tabuba, Comuna Montañaña, Provincia de Santa Elena, Año 2018.	Variable Independiente	Costos	Identificación de Costos
	¿Cómo los costos por servicios aportan en la fijación del precio de venta del Hotel Tabuba, Comuna Montañaña, Provincia de Santa Elena, Año 2018 ?	Los costos por servicios son todos aquellos valores económicos en las que debe incurrir una empresa para al final desarrollar las actividades de forma operativa. Estos deben estar conformados por los elementos del costo, permitiendo de esta forma la correcta identificación de la materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación que se aplican antes de brindar el servicio final, teniendo como resultado un sistema de costos para un mejor control de las actividades productoras del servicio.		Elementos del Costo		Sistema de Costos
	SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	1. identificar los elementos del costo y precio de venta mediante la recolección de datos que permita el análisis de los recursos utilizados en la prestación del servicio		Variable Dependiente	Políticas de precios	Factores Internos y externos
	¿Cómo son distribuidos los elementos del costo y precios de venta del servicio de hospedaje del Hotel Tabuba?	2. Determinar los costos reales del servicio de hospedaje mediante la adecuada identificación, registro y control de los elementos del costo.		El Precio de venta es aquel valor que se le asigna a un bien o servicio para proceder a la respectiva venta al consumidor final. Sin embargo, existen diversas técnicas para obtener dicho importe, siendo estos según el punto de equilibrio y según el precio más el margen de utilidad. Además, se puede indicar que el Precio es uno de los factores claves e importantes que determinan la estrategia comercial de una entidad.		Costo más margen
¿Cuál es el método de costo eficaz que permite la correcta fijación de precios para el logro de objetivos de la entidad?,	3. Proponer un diseño de un sistema de costos por servicios para la fijación eficiente del precio de venta y correcta toma de decisiones	Métodos o Estrategias de precio	Precio según el punto de equilibrio			
	¿Cómo es posible la eficiente fijación del precio de venta?					Basados en la competencia

Anexo 2 Modelo de ficha de observación

	<p>UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA</p>	
<i>FICHA DE OBSERVACIÓN</i>		
Objetivo	Observar y analizar el proceso de prestación del servicio del Hotel Tabuba.	
Lugar a observar		
Objeto de Observación		
Observador		
Fecha		
Observación:		

Anexo 3 Modelo de entrevista



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



➤ Entrevista realizada al Gerente del Hotel Tabuba

Objetivo: Recolectar información relevante del Hotel que aporte al estudio de las variables de investigación

1. ¿Cuánto tiempo tiene la entidad desde su creación?
2. ¿Para el servicio de hospedaje, cuales son los tipos de habitaciones que oferta a sus clientes?
3. ¿Con cuántas habitaciones dispone según su clasificación y cuantos metros cuadrados tiene cada una?
4. ¿Cuántos colaboradores posee actualmente la entidad para desarrollar las actividades operativas?
5. ¿Conoce usted el margen de utilidad del servicio al finalizar el año?
6. ¿Se tiene un registro de la cantidad de productos utilizados por los empleados para brindar el servicio?
7. ¿Considera que los materiales utilizados en el servicio son de calidad?

8. ¿De qué manera se identifican, registran y controlan los elementos del costo (Materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación)?

9. ¿Cuáles son los costos y gastos que incurren en la prestación del servicio de hospedaje?

10. ¿Con qué frecuencia realizan mantenimiento de los servicios adicionales que tiene el hotel?

11. ¿En base a qué parámetros o políticas la administración define los precios del servicio?

12. ¿Cree que los precios del servicio son accesibles en relación a la competencia?

13. ¿Aplican técnicas contables para la fijación de precios en el hotel?

14. ¿Considera que es importante y necesario la implementación de una estructura de costos para la adecuada fijación de precios?

15. ¿Qué estrategias de precios aplica para generar ingresos por servicio de hospedaje?

Anexo 4 Modelo de encuesta



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



NOMBRE: Eleana Rosales Borbor
LUGAR: Hotel Tabuba
ENCUESTADO: Cliente

1. ¿Cómo considera el servicio brindado por el Hotel Tabuba?

Excelente Bueno Malo
 Muy bueno Regular

2. ¿Cómo considera los precios establecidos por el hotel para cada tipo de servicio de habitación que oferta?

Excelente Bueno Malo
 Muy bueno Regular

3. Considera que la infraestructura y entorno donde se encuentra ubicado la entidad es:

Excelente Bueno Malo
 Muy bueno Regular

4. ¿Cómo considera el aseo y limpieza que se realizan en las habitaciones y en todas las áreas del hotel?

Excelente Bueno Malo
 Muy bueno Regular

5. Considera que la atención que los colaboradores de la entidad brindan a sus clientes es:

Excelente Bueno Malo
 Muy bueno Regular

6. ¿Cómo considera la calidad de los materiales utilizados para la prestación de servicios de hospedaje?

- Excelente Bueno Malo
 Muy bueno Regular

7. ¿Cuál es el factor principal por el que eligió hospedarse en el Hotel Tabuba?

- Precio
 Servicio
 Ubicación
 Infraestructura
 Otro _____

8. ¿Está de acuerdo con los precios establecidos para cada tipo de habitación en relación a los servicios que se oferta?

- Si
 No

9. ¿Cree usted que se es posible aumentar los precios de las habitaciones siempre y cuando exista otros servicios que se puedan añadir? ¿Cuales?

- Si
 No

10. ¿Cree usted que los precios deberían ser establecidos con base a las temporadas (alta o baja) para ajustarse a la realidad de la demanda? ¿Porque?

- Si
 No

Anexo 5 Cálculos de Rol de Pagos

Para el respectivo se consideran los empleados fijos del Hotel. Para efectos de CIF la mano de obra indirecta se toma en cuenta a los empleados eventuales, a estos se les cancela un salario de \$15,00 por día.

INGRESOS								
Cargo	Remun. unific	Total parcial	Décimo tercero	Décimo cuarto	Fondos de reserva	Vacaciones	Aporte patronal	Total ingresos
Administrador	700,00	700,00	58,33	32,17	58,31	29,17	85,05	877,98
Contador	450,00	450,00	37,50	32,17	37,49	18,75	54,68	575,90
Empleado	386,00	386,00	32,17	32,17	32,15	16,08	46,90	498,57
Empleado	386,00	386,00	32,17	32,17	32,15	16,08	46,90	498,57
Empleado	386,00	386,00	32,17	32,17	32,15	16,08	46,90	498,57
Recepcionista	386,00	386,00	32,17	32,17	32,15	16,08	46,90	498,57
TOTAL DPTO.:	2.694,00	2.694,00	224,50	193,00	224,41	112,25	327,32	3.448,16

EGRESOS						
Aporte personal	Décimo tercero	Décimo cuarto	Fondo de reserva	Vacaciones	Egresos	A cobrar
66,15	58,33	32,17	58,31	29,17	244,13	633,85
42,53	37,50	32,17	37,49	18,75	168,43	407,48
36,48	32,17	32,17	32,15	16,08	149,05	349,52
36,48	32,17	32,17	32,15	16,08	149,05	349,52
36,48	32,17	32,17	32,15	16,08	149,05	349,52
36,48	32,17	32,17	32,15	16,08	149,05	349,52
254,58	224,50	193,00	224,41	112,25	1.008,74	877,98

Anexo 6 Cálculos de mano de obra directa

➤ Matrimonial

$$\text{Costo de MOD por metro}^2 \text{ Mensual} = \frac{2872,26}{558} = 5,15$$

$$\text{Costo de MOD por metro}^2 \text{ Diario} = \frac{5,15}{30} = 0,17$$

\$ 0,17 x 10 m² habitación matrimonial = \$ 1,72 Costo MOD por habitación

matrimonial

➤ Doble

$$\text{Costo de MOD por metro}^2 \text{ Mensual} = \frac{2872,26}{558} = 5,15$$

$$\text{Costo de MOD por metro}^2 \text{Diario} = \frac{5,15}{30} = 0,17$$

\$ 0,17 x 12 m² habitación matrimonial = \$ 2,06 Costo MOD por habitación Doble

➤ **Matrimonial Premium**

$$\text{Costo de MOD por metro}^2 \text{Mensual} = \frac{2872,26}{558} = 5,15$$

$$\text{Costo de MOD por metro}^2 \text{Diario} = \frac{5,15}{30} = 0,17$$

\$ 0,17 x 14 m² habitación matrimonial = \$ 2,40 Costo MOD por habitación matrimonial premium

➤ **Triple**

$$\text{Costo de MOD por metro}^2 \text{Mensual} = \frac{2872,26}{558} = 5,15$$

$$\text{Costo de MOD por metro}^2 \text{Diario} = \frac{5,15}{30} = 0,17$$

\$ 0,17 x 16 m² habitación matrimonial = \$ 2,75 Costo MOD por habitación triple

➤ **Cuádruple**

$$\text{Costo de MOD por metro}^2 \text{Mensual} = \frac{2872,26}{558} = 5,15$$

$$\text{Costo de MOD por metro}^2 \text{Diario} = \frac{5,15}{30} = 0,17$$

\$ 0,17 x 18 m² habitación matrimonial = \$ 3,09 Costo MOD por habitación cuádruple

➤ **Quíntuple**

$$\text{Costo de MOD por metro}^2 \text{ Mensual} = \frac{2872,26}{558} = 5,15$$

$$\text{Costo de MOD por metro}^2 \text{ Diario} = \frac{5,15}{30} = 0,17$$

\$ 0,17 x 30 m² habitación matrimonial = \$ 5,15 Costo MOD por habitación
quíntuple

Anexo 7 Distribución del costo de mano de obra por tipo de habitación

Tipo De Habitaciones	Total costo MOD x Habitación	Costo MOD Mensual	Nº de Habitación	Costo Total
Matrimonial	\$ 1,72	\$ 51,47	8	\$ 411,79
Doble	\$ 2,06	\$ 61,77	10	\$ 617,69
Matrimonial Premium	\$ 2,40	\$ 72,06	15	\$ 1.080,96
Triple	\$ 2,75	\$ 82,36	4	\$ 329,43
Cuádruple	\$ 3,09	\$ 92,65	3	\$ 277,96
Quíntuple	\$ 5,15	\$ 154,42	1	\$ 154,42
			41,00	\$ 2.872,26

Anexo 8 Detalle de depreciación de activos para CIF

Formula de Depreciación

$$\text{Depreciación anual} = \frac{\text{Costo Histórico}}{\text{Años de vida útil}}$$

$$\text{Depreciación mensual} = \frac{\text{Depreciación anual}}{12 \text{ meses}}$$

Propiedad Planta y Equipo	VIDA UTIL	MONTO	DEP. ANUAL	DEP. MENSUAL
Muebles y enseres	10	\$ 36.926,00	\$ 3.692,60	\$ 307,72
Equipo de Computación	3	\$ 450,00	\$ 150,00	\$ 12,50
Vehículo	5	\$ 52.605,35	\$ 10.521,07	\$ 876,76
Edificio	20	\$ 382.885,64	\$ 19.144,28	\$ 1.595,36
Maquinaria, equipo, instalaciones	10	\$ 2.307,10	\$ 230,71	\$ 19,23
TOTALES		\$ 475.174,09	\$ 33.738,66	\$ 2.811,56

Nota: Se consideran los Activos marcados para el cálculo en CIF.

Anexo 9 Cálculos de Costos indirectos de fabricación

➤ **Matrimonial**

$$\text{Costo de CIF por metro}^2 \text{ Mensual} = \frac{8734,06}{558} = 15,65$$

$$\text{Costo de CIF por metro}^2 \text{ Diario} = \frac{15,65}{30} = 0,52$$

\$0,52 x 10m² habitación matrimonial = \$5,22 Costo CIF por habitación matrimonial

➤ **Doble**

$$\text{Costo de CIF por metro}^2 \text{ Mensual} = \frac{8734,06}{558} = 15,65$$

$$\text{Costo de CIF por metro}^2 \text{ Diario} = \frac{15,65}{30} = 0,52$$

\$ 0,52 x 12 m² habitación matrimonial = \$ 6,26 Costo CIF por habitación doble

➤ **Matrimonial Premium**

$$\text{Costo de CIF por metro}^2 \text{ Mensual} = \frac{8734,06}{558} = 15,65$$

$$\text{Costo de CIF por metro}^2 \text{ Diario} = \frac{15,65}{30} = 0,52$$

\$ 0,52 x 14 m² habitación matrimonial = \$ 7,30 Costo CIF por habitación matrimonial premium

➤ **Triple**

$$\text{Costo de CIF por metro}^2 \text{ Mensual} = \frac{8734,06}{558} = 15,65$$

$$\text{Costo de CIF por metro}^2 \text{Diario} = \frac{15,65}{30} = 0,52$$

\$ 0,52 x 16 m² habitación matrimonial = \$ 8,35 Costo CIF por habitación triple

➤ **Cuádruple**

$$\text{Costo de CIF por metro}^2 \text{Mensual} = \frac{8734,06}{558} = 15,65$$

$$\text{Costo de CIF por metro}^2 \text{Diario} = \frac{15,65}{30} = 0,52$$

\$ 0,52 x 18 m² habitación do = \$ 9,39 Costo CIF por habitación cuádruple

➤ **Quíntuple**

$$\text{Costo de CIF por metro}^2 \text{Mensual} = \frac{8734,06}{558} = 15,65$$


$$\text{Costo de CIF por metro}^2 \text{Diario} = \frac{15,65}{30} = 0,52$$

\$ 0,52 x 18 m² habitación do = \$ 9,39 Costo CIF por habitación cuádruple


Anexo 10 Instalaciones de la entidad



Anexo 11 Registro Único del Contribuyente



REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES PERSONAS NATURALES




NÚMERO RUC: 0701032732001
APELLIDOS Y NOMBRES: ARMIJOS ARMIJOS ARECIO BERNABE

ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS


<p>No. ESTABLECIMIENTO: 005</p> <p>NOMBRE COMERCIAL: TABUBA HOTEL</p> <p>ACTIVIDAD ECONÓMICA: SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN HOTEL VENTA DE COMIDAS Y BEBIDAS EN CAFETERIAS PARA SU CONSUMO INMEDIATO ACTIVIDADES DE ALQUILER DE BIENES INMUEBLES LOCAL COMERCIAL</p> <p>DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO: Provincia: SANTA ELENA Cantón: SANTA ELENA Parroquia: MANGLARALTO Ciudadela: COMUNA MONTAÑITA Calle: AV. LUIS ROSALES Numero: S/N Intersección: GUIDO CHIRIBOGA Referencia: DIAGONAL A LAS OFICINAS DE CNT Celular: 0997486215 Celular: 0997486183 Telefono Trabajo: 042060145 Email: arecio_armijos@hotmail.com</p>	<p>Estado: ABIERTO - MATRIZ</p> <p>FEC. INICIO ACT.: 19/12/2004</p> <p>FEC. CIERRE:</p> <p>FEC. RENICIO:</p>
---	--

<p>No. ESTABLECIMIENTO: 001</p> <p>NOMBRE COMERCIAL: TABUBA MALECON</p> <p>ACTIVIDAD ECONÓMICA: VENTA DE COMIDAS Y BEBIDAS EN CAFETERIAS SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN HOSTAL ACTIVIDADES DE ALQUILER DE BIENES INMUEBLES</p> <p>DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO: Provincia: SANTA ELENA Cantón: SANTA ELENA Parroquia: MANGLARALTO Ciudadela: COMUNA MONTAÑITA Calle: MALECON Numero: S/N Intersección: CALLEJON Y VICENTE ROCAFUERTE Referencia: DETRAS DE LA IGLESIA SAN ISIDRO Telefono Trabajo: 042060039 Celular: 0997486215 Email: arecio_armijos@hotmail.com</p>	<p>Estado: CERRADO - LOCAL COMERCIAL</p> <p>FEC. INICIO ACT.: 25/07/1980</p> <p>FEC. CIERRE: 09/01/2017</p> <p>FEC. RENICIO: 03/08/2005</p>
--	---



<p>No. ESTABLECIMIENTO: 002</p> <p>NOMBRE COMERCIAL: HOTEL VANESSA</p> <p>ACTIVIDAD ECONÓMICA: SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN HOTELES VENTA AL POR MENOR DE DIVERSOS PRODUCTOS</p> <p>DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO: Provincia: EL ORO Cantón: HUAQUILLAS Parroquia: HUAQUILLAS Calle: PRIMERO DE MAYO Numero: S/N Intersección: AV. HUALTACO Referencia: FRENTE AL MERCADO MUNICIPAL Telefono Trabajo: 042996163 Telefono Trabajo: 042996263</p>	<p>Estado: CERRADO - LOCAL COMERCIAL</p> <p>FEC. INICIO ACT.: 30/04/1992</p> <p>FEC. CIERRE: 30/08/2012</p> <p>FEC. RENICIO: 19/05/1994</p>
---	---

<p>No. ESTABLECIMIENTO: 003</p> <p>NOMBRE COMERCIAL: MUNDI OFERTAS</p> <p>ACTIVIDAD ECONÓMICA: ACTIVIDADES DE ALQUILER DE BIENES INMUEBLES PARA LOCALES COMERCIALES</p> <p>DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO: Provincia: GUAYAS Cantón: GUAYAQUIL Parroquia: TARQUI Ciudadela: SAUCES DOS Numero: SOLAR 109 Referencia: FRENTE A LA FARMACIA MARIA CECILIA Referencia: F-112 Telefono Domicilio: 042238603</p>	<p>Estado: CERRADO - LOCAL COMERCIAL</p> <p>FEC. INICIO ACT.: 08/03/1993</p> <p>FEC. CIERRE: 24/01/2014</p> <p>FEC. RENICIO:</p>
--	--



with
Cambium



**REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES
PERSONAS NATURALES**



NÚMERO RUC: 0701032732001
 APELLIDOS Y NOMBRES: ARMAJOS ARMAJOS ARECIO BERNABE

No. ESTABLECIMIENTO: 004 Estado: CERRADO - LOCAL COMERCIAL FEC. RECIO ACT.: 04/05/2000
 NOMBRE COMERCIAL: FEC. CIERRE: 03/08/2010 FEC. REICIO:
 ACTIVIDAD ECONÓMICA:
 ACTIVIDADES DE ALQUILER DE LOCALES COMERCIALES
 DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:
 Provincia: PICHINCHA Cantón: QUITO Parroquia: ÑAQUITO Calle: AV. DE LA PRENSA Numero: 1693 Intersección: GONZALO SALAZAR Referencia: FRENTE AL AEROPUERTO MARISCAL SUCRE Telefono Trabajo: 042461988

CERTIFICADO QUE ESTA COPIA ES IGUAL
 A SU ORIGINAL.

LA LICENCIADA: ~~ABD. 0000~~

Ab. TERRY VARGAS ALFONSO VARGAS
 NOTARIO SUPLENTE PRIMERO
 DEL CANTÓN LA LIBERTAD



Anexo 12 Carta Aval



Santa Elena, Septiembre del 2019

CARTA AVAL

Yo, **ARMIJOS ARMIJOS ARECIO**, Gerente del **Hotel Tabuba S.A** con RUC **0701032732001**, ubicado en **Montañita Av Luis Rosales**, permito comunicar que, a petición de la Srta. **Eleana Lilibeth Rosales Borbor**, con cédula de ciudadanía **2450600685**, quién cursa estudios en la Carrera de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, se le brindará todas las facilidades para la realización de su trabajo de titulación denominado "Costos por servicios y fijación del precio de venta del Hotel Tabuba, Comuna Montañita, Provincia de Santa Elena, Año 2018".

Autorizo que la información utilizada en el trabajo de investigación sea publicada en la plataforma de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Atentamente,

Arecio Armijos Armijos

www.tabubahotel.com

Habitaciones con Aire Acondicionado Baño Privado Agua Caliente TV Satelital Piscina Wifi Cafeteria Parqueadero

Dirección: Av. Luis Rosales (Primera entrada de Montañita)

Telf.: 2060145 – 0997486215/ tabuba_hostal@hotmail.com