

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS**

**FCSH**

**FACULTAD DE CIENCIAS  
SOCIALES Y HUMANÍSTICAS**

**“PRECIOS DE TRANSFERENCIA: DIAGNÓSTICO DE LAS  
LIMITACIONES DEL ANÁLISIS DE COMPARABILIDAD Y USO DE  
FUENTES DE INFORMACIÓN EN LOS PAÍSES EN VÍAS DE  
DESARROLLO, EVIDENCIA PARA EL SECTOR DE HOTELES EN  
ECUADOR. PERIODO 2014”**

**TESIS DE GRADO**

**Previa la obtención del Título de:**

**ECONOMISTA CON MENCIÓN EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

**Presentado por:**

**ZULY VALERIA CALDERÓN MAZA**

**NICOLE MARENA CAMINO GARCÍA**

**Guayaquil – Ecuador**

## **DECLARACIÓN EXPRESA**

"La responsabilidad y la autoría del contenido de este Trabajo de Titulación, nos corresponde exclusivamente; y damos nuestro consentimiento para que la ESPOL realice la comunicación pública de la obra por cualquier medio con el fin de promover la consulta, difusión y uso público de la producción intelectual"

.....  
Nicole Marena Camino García

.....  
Zuly Valeria Calderón Maza

## INDICE GENERAL

DECLARACIÓN EXPRESA .....	2
CAPITULO I .....	10
1. INTRODUCCIÓN .....	10
1.1. Antecedentes .....	10
1.2. Planteamiento del problema .....	12
1.3. Justificación .....	13
1.4. Hipótesis.....	14
1.5. Objetivos .....	14
1.5.1. Objetivo General: .....	14
1.5.2. Objetivos Específicos:.....	15
CAPITULO II .....	16
2. MARCO TEÓRICO.....	16
2.1. Precios de Transferencia .....	16
2.2. Análisis de Comparabilidad .....	17
2.3. Comparabilidad en países en vías de desarrollo.....	20
2.4. Teoría del Análisis Industrial .....	22
Marco referencial de las cinco fuerzas de Porter .....	24
Metodología de las cinco Fuerzas de Porter.....	25
CAPITULO III .....	32
3. MARCO METODOLÓGICO .....	32
3.1. Metodología de la investigación .....	32
3.1.1. Enfoque de la investigación .....	32
3.1.2. Alcance de la Investigación .....	33
3.1.3. Diseño de la investigación .....	33
3.2. Recolección de datos.....	34
3.3. Procesamiento de datos .....	35
3.4. Identificación y selección de empresas locales y extranjeras.....	38
3.5. Consideraciones para el análisis de comparabilidad .....	40

3.6	Análisis Multivariante .....	40
3.6.1	Componentes Principales .....	40
3.6.2	Análisis de Correspondencias .....	41
3.6.3	Análisis de Clústers .....	41
CAPITULO IV .....		43
4	RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	43
4.1	Análisis Sectorial .....	43
4.1.1	Análisis Sectorial Interno .....	43
4.1.1.1	Descripción del Sector .....	47
4.1.1.1.1	Características Generales del sector hotelero Ecuatoriano.....	47
4.1.1.1.2	Clasificación y categorización del sector .....	49
4.1.1.1.3	Mercado Relevante.....	50
4.1.1.2	Evolución del Sector .....	51
4.1.1.3	Estructura del sector.....	54
4.1.1.3.	Participantes en el Sector .....	55
4.1.1.4	Situación Actual del Sector.....	59
4.1.2	Análisis Sectorial Externo.....	60
4.1.2.1	Descripción del Sector .....	62
4.1.2.1.1	Características sector hotelero a nivel mundial.....	62
4.1.2.2	Evolución .....	63
4.1.2.3	Clasificación del sector .....	64
4.1.2.4	Participantes del sector hotelero mundial.....	64
4.1.2.5	Situación actual de sector a nivel mundial .....	65
CAPITULO IV .....		67
4.2	ANÁLISIS ESTADISTICO .....	67
4.2.1	Análisis Descriptivo .....	67
4.2.2	Análisis Multivariante.....	75
4.2.2.1.	Matriz de Correlación .....	76
4.2.2.2	Análisis de Componentes Principales .....	77
4.2.2.3.	Análisis de Clusters.....	81
CAPITULO V .....		84

5.1 Conclusiones .....	84
5.2 Recomendaciones.....	85
Bibliografía .....	86

## **RESUMEN**

Este estudio tiene como objetivo realizar un diagnóstico de comparabilidad del sector hotelero en Ecuador en relación al resto del mundo, para lo cual se utilizó información de organismos gubernamentales como el SRI, OMT y Superintendencia de compañías así como bases de datos del Estándar & Poors Company, compañía reconocida a nivel mundial como certificadora crediticia. Se inicia describiendo al sector mediante sus características generales, clasificación y categorización, luego se describe su evolución en los últimos 4 años y se analiza la situación actual del sector tanto a nivel interno como externo. Además se hace uso de técnicas descriptivas y multivariadas pertinentes dando como resultado el nivel de comparabilidad entre las empresas del sector.

## INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Fuerzas de Porter .....	24
Ilustración 2 Representación gráfica modelo de Abell .....	28
Ilustración 3 Ingresos por Turismo y por exportaciones de productos principales .....	43
Ilustración 4 Entrada de extranjeros al Ecuador.....	44
Ilustración 5 PIB a precios constantes .....	45
Ilustración 6 Contribuciones al crecimiento de PIB 2014 por sector .....	46
Ilustración 7 Balanza Turística Anual.....	46
Ilustración 8 Pimeros Hoteles en Ecuador .....	51
Ilustración 9 Ingresos Totales en el servicio de alojamiento .....	60
Ilustración 10 Utilidad del sector: Servicios de alojamiento en Ecuador.....	60
Ilustración 11 Llegada de Turistas Internacionales.....	61
Ilustración 12 Diagrama de caja ratio margen neto.....	69
Ilustración 13 Diagrama de caja ratios <i>Gastos operacionales/ Ingresos</i> .....	70
Ilustración 14 Diagrama de caja ratio <i>Total Activo Corriente/ Ingresos</i> .....	71
Ilustración 15 Diagrama de caja <i>Total Activo No Corriente/Ingresos</i> .....	72
Ilustración 16 Diagrama de caja <i>Total Pasivo Corriente/Ingresos</i> .....	73
Ilustración 17 Diagrama de caja del ratio Total Pasivo No Corriente/ Ingresos .....	74
Ilustración 18 Diagrama de cajas ratio <i>Pasivos/ Activos</i> .....	75
Ilustración 19 Variabilidad de factores .....	77
Ilustración 20 Gráfico de Sedimentación .....	78
Ilustración 21 Grafico de Observaciones .....	80
Ilustración 22 Clúster sector hotelero .....	83

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Factores que influyen en los complementos .....	27
Tabla 2: Ratios Financieros.....	35
Tabla 3 Participación de aportación al sector de alojamiento en Ecuador por provincias .....	48
Tabla 4 Establecimientos dedicados al servicio de alojamiento por categoría .....	53
Tabla 5 Participación de visitantes extranjeros al Ecuador por nacionalidad .....	57
Tabla 6 Ranking de las 10 compañías más importantes del sector alojamiento .....	59
Tabla 7 Turismo al 2030 .....	62
Tabla 8 Ranking Mundial de empresas en el Sector de Alojamiento .....	65
Tabla 9 Análisis Descriptivo de ratios financieros XLSTAT .....	68
Tabla 10 Matriz de Correlación .....	76
Tabla 11 Porcentaje de la varianza tras rotación Varimax .....	78
Tabla 12 Participación de variables por sector.....	79
Tabla 13 Grafico de observaciones tras proceso de VARIMAX .....	81

## **ABREVIATURAS**

<b>BEPS</b>	Denominado así por sus siglas en inglés Base Erosion and Profit Shifting, que significa Erosión de la Base Imponible y el traslado de beneficios.
<b>CIU</b>	Clasificación Internacional Industrial Uniforme.
<b>SIC</b>	Standard Industrial Classification.
<b>UNESCO</b>	Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.
<b>OCDE</b>	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico.
<b>BIAC</b>	Es el Comité Consultivo Empresarial e Industrial de la OCDE.
<b>SRI</b>	Servicio de Rentas Internas.
<b>MINTUR</b>	Ministerio de Turismo.
<b>OMT</b>	Organización Mundial del Turismo.
<b>CAGR</b>	Compound Annual Growth Rate.
<b>OIT</b>	Organización Internacional de Trabajo

# CAPITULO I

## 1. INTRODUCCIÓN

### 1.1. Antecedentes

La globalización de los mercados permitió no solo eliminar fronteras, sino también generar una integración mundial en aspectos: políticos, económicos, socio-culturales y más que nada tecnológicos, lo cual ha dado origen a empresas multinacionales, las mismas que buscan captar clientes, consumidores y mercados, estableciendo filiales en territorios apropiados para sus productos y que además les permita disminuir los costos ligados a la producción. Estas empresas acrecientan su valor económico mediante la aplicación de precios de transferencia.

Mediante las transmisiones inter-grupo, no sólo se consiguen reasignar recursos, sino que aplican las cargas tributarias a las filiales de cada nación que genera utilidades. Estas medidas tienden a la elusión de impuestos, por lo que los gobiernos establecen reglas fiscales que disminuyen esta brecha impositiva.

Las administraciones fiscales en cada territorio acorde a su legítimo derecho, precisan fiscalizar las utilidades de los contribuyentes con base a los gastos e ingresos originados, dentro de una condición moderada y evitando al mismo tiempo caer en doble tributación. Para esto la Organización por la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) ha desarrollado una serie de criterios para emplear la regla de precios de transferencia buscando apartar inconvenientes entre los gobiernos y dichas empresas.

En este contexto, a partir del 2005, el Servicio de Rentas Internas (SRI) incluyó dentro de sus normas tributarias la adopción de medidas internacionales de precios de transferencias bajo las directrices de la OCDE, entidad especialista en determinar el marco metodológico que define si los precios se ajustan o no a las condiciones normales del mercado, a través del Principio de Plena Competencia. Sin embargo, no fue hasta el 2008 que iniciaron las auditorías focalizadas a evaluar aquellas firmas que mantienen relaciones vinculadas entre sí, lo que conlleva a lidiar con las restricciones en el análisis de comparabilidad.

Para poder aplicar este principio es necesario que el análisis de comparabilidad se ejecute entre precios aplicados en transacciones controladas, o entre resultados financieros y precios fijados en los mismos, de las actividades comerciales realizadas entre empresas, dedicadas a prestar servicios de alojamiento, en escenarios similares.

Los desafíos específicos que atraviesan los países en desarrollo son descritos por El Manual de las Naciones Unidas de Precios de Transferencia para Países en desarrollo (2013) en el párrafo 1.10.6, expresa:

**A menudo en la práctica resulta muy difícil, sobre todo en algunos países en desarrollo, obtener la información adecuada para aplicar el principio de libre competencia**

**En el mismo párrafo se menciona que: En los países en desarrollo la información comparable puede ser incompleta y en una forma que es difícil de analizar debido a que los recursos y los procesos no están disponibles. En el peor de los casos, la información sobre una empresa independiente puede simplemente no existir. Las bases de datos basadas en el análisis de precios de transferencia tienden a centrarse en los datos de países desarrollados que pueden no ser relevantes para los mercados de los países en desarrollo. (ONU, 2013)**

Durante los últimos años, sectores como: Minería, construcción, turismo, agrícola y bananero han experimentado un crecimiento económico realmente importante. Por esto, han sido considerados como sectores estratégicos de la economía ecuatoriana, razón por la cual el Programa Institucional de Control Tributario se ha encargado de ejecutar y priorizar acciones de control a nivel nacional de dichos sectores.

En Ecuador, el turismo es el tercer rubro de mayores ingresos entre las exportaciones no petroleras, razón por la que se lo considera un sector estratégico de la economía. Por tal motivo, surge la necesidad de estudiar a uno de los principales componentes del sector turismo, como es el sector hotelero, que presta servicios de alojamiento, aporta con el 0.05% del Producto Interno Bruto (PIB). Es por esto que el interés de firmas internacionales es cada vez mayor, debido a las condiciones geográficas del país.

Ecuador busca atraer inversión extranjera en el sector hotelero, según el Ministerio de Turismo (MINTUR): “Los datos muestran que este año se registró un saldo positivo en la balanza turística estimado en USD \$650 millones, a diferencia del 2007 que mantenía un déficit de balanza de USD \$106,7 millones”. (ECUADOR SOSTENIBLE, 2015)

El Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017 indica que una de sus metas destinadas a la transformación de la matriz productiva es aumentar al 64% los ingresos por turismo, sobre las exportaciones de servicios totales, de manera que el Ministerio de Turismo está encabezando una serie de proyectos a corto - mediano plazo, así como campañas publicitarias de gran impacto como por ejemplo: All you need is Ecuador. (Ministerio de Turismo, 2014).

## **1.2. Planteamiento del problema**

Datos empíricos obtenidos del informe titulado: “Lucha contra la erosión de la base imponible y el traslado de beneficios” (BEPS por sus siglas en inglés), confirman que la organización fiscal de ciertas empresas multinacionales se aprovechan de las discrepancias y fragilidades que existen entre los sistemas fiscales nacionales, generando de esta forma negocios más rentables debido a la adopción de economías de escala y el traslado de beneficios a lugares de escasa o nula tributación, como por ejemplo: paraísos fiscales o zonas libres. Lo que permite a la empresa eludir impuestos causados por las actividades comerciales. Por otro lado, el impacto negativo de las prácticas relacionadas a la elusión en la economía global e ingresos públicos repercute en los presupuestos estatales.

El desafío a la hora de cuantificar el impacto social y económico se le atribuye principalmente a las limitaciones de la información, especialmente cuando parte de la información que se necesita para medir la magnitud e impacto económico ya es reclutada por las administraciones tributarias, pero no es analizada por las mismas y tampoco facilitan el acceso a los mismos. Por otra parte, la complejidad en las diferencias fiscales juega un papel muy importante. Sin embargo, esto no ha impedido identificar el efecto

negativo que causa la erosión de la base imponible y el traslado de beneficios a los presupuestos del estado.

Además, los análisis que tienen como objetivo evitar las operaciones de traslado de beneficios puestos en práctica hasta el momento, han experimentado un elevado porcentaje de errores a la hora de disgregar los efectos económicos de la erosión de la base imponible y el traslado de beneficios. Es por todo esto que una de las mejoras a considerar es el incremento de instrumentos informáticos con datos disponibles para valorizar y controlar el alcance de BEPS en un futuro, así como para medir el impacto de las medidas antielusivas.

Finalmente, al momento de comparar el sector hotelero nacional con respecto al del resto del mundo, existen limitaciones al relacionar las variables inflación, indicadores de oferta y demanda, tipo de interés, divisas. Así como factores; dimensiones del territorio, estructura económica, restricciones legales. Estas diferencias se evidencian cuando se intenta realizar una comparación de los sectores nacionales con los extranjeros dado que cada territorio cuenta con una estructura propia del lugar. Por ejemplo en el caso de Ecuador se divide en grupos, subgrupos y a su vez en categorías asignadas con base a criterios como: tipo de servicios, características y calidad de las instalaciones, tarifa, etc. Estos serán explicados con mayor profundidad en el capítulo posterior

### **1.3. Justificación**

Debido a los esfuerzos de la OCDE por analizar la información de los países en vías de desarrollo, ha sido notoria la existencia de limitaciones con la mayoría, es por ello que en el reporte emitido por esta organización una de las principales recomendaciones efectuadas era unir esfuerzos y trabajar en conjunto con los diferentes estados en la notificación y el análisis estadísticos relevantes y confiables, con el fin de proporcionar datos internacionalmente comparables y asertivos.

Las medidas anti elusivas y las estimaciones de BEPS, en el futuro van a depender principalmente de los avances que tengan los países subdesarrollados, en datos más completos y mejorados de fácil acceso a investigadores y analistas gubernamentales.

Con esta premisa, se fomenta la necesidad de crear un análisis de comparabilidad sectorial con el fin de medir las semejanzas o diferencias en la tendencia de los factores económicos y financieros de las empresas que componen tanto el sector hotelero en el Ecuador, así como las empresas multinacionales o internacionales.

A partir del 2014 las industrias: Minería, construcción, turismo y bananero son vistos por los principales organismo de gobierno como estratégicos para el desarrollo del mismo, es por ello que se ha dispuesto una serie de medidas y planes de acción para un mayor control en los mismos. Los rubros tomados en cuenta como valores por Turismo son aquellos que ingresan mediante el sector hotelero, así como por restaurantes.

Diferentes investigaciones concuerdan que el Ecuador posee factores potenciales como: una mega-diversidad del planeta; ciudades coloniales, estabilidad climática lo que permite visitar el país a lo largo de todo el año; además de conocer diferentes regiones en cortos periodos de tiempo, es por ello que para nuestro estudio vamos a enfocarnos en el sector hotelero debido a su relación positiva con el turismo.

#### **1.4. Hipótesis**

Si se realiza un diagnóstico de las limitaciones de información del sector hotelero en el Ecuador, entonces se determinará la viabilidad de compararlos con el resto del mundo.

#### **1.5. Objetivos**

##### **1.5.1. Objetivo General:**

Realizar un diagnóstico de comparabilidad del sector hotelero en Ecuador en relación al resto del mundo.

### **1.5.2. Objetivos Específicos:**

- Realizar análisis del sector hotelero, dedicado a brindar servicios de alojamiento, y el comportamiento de estos mercados en el contexto mundial.
- Determinar las diferencias entre el comportamiento de los principales hoteles del Ecuador comparables con similares en el exterior.

## CAPITULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Precios de Transferencia

Según el Manual Práctico de las Naciones Unidas sobre Precios de Transferencia, se puede definir al precio de transferencia como el importe que fija una entidad para un producto o servicio proporcionado. Una transacción económica efectuada entre partes coligadas da origen al uso de precios de transferencia. La localización de dichas partes en diferentes jurisdicciones tributarias establece la necesidad de instituir la atribución de las ganancias correspondientes a la transacción económica evaluable entre las partes relacionadas, función desempeñada entre otros aparatos la regulación tributaria de los precios de transferencia. (ONU, 2015).

Con relación a la naturaleza de los participantes, pueden diferenciarse entre relaciones intra-grupos o inter-grupos. Una relación intra-grupos ocurre cuando una actividad comercial se realiza entre partes disímiles de una misma corporación ubicadas en distintas administraciones tributarias, habitualmente, entre entidades permanentes del mismo establecimiento situados en distintas zonas, o entre la casa matriz y una entidad permanente de la dicho establecimiento (García, 2005).

Por otro lado una relación inter-grupo, se da cuando las actividades comerciales se realizan entre distintos establecimientos relacionados con diferentes personalidades jurídicas. Los precios de transferencia hacen referencia al método mediante el cual se establecen los precios de las actividades comerciales intra-grupos. En sí, establece un inconveniente que se origina en las operaciones de una empresa multinacional (EMN), lo que cede a la EMN emparejar por ejemplo, qué partes del grupo aprueban alcanzar beneficios o infringir en pérdidas. No obstante, si el procedimiento empleado para establecer el precio de las transacciones, no refleja el valor real podría generar que los beneficios a jurisdicciones con tributos altos, esto despoja a una nación de los ingresos obtenidos por tributos, disminuyendo de esta forma los presupuestos estatales. Por otra

parte, el deterioro de la base impositiva y traspaso de beneficios, puede producir doble tributación, lo que desmejoraría el clima de inversiones, teniendo un efecto negativo en la inversión extranjera directa. Op. Cit (ONU, 2015)

En el Art. 9 del Convenio Modelo ONU y OCDE se incorporó el principio de plena competencia, el cual permite establecer precios de transferencia admisibles. Según dicho principio, las transmisiones extrafronterizas dentro de una EMN se equiparan con operaciones entre establecimientos no relacionadas bajo condiciones semejantes y pueden realizarse cambios si se establece que los precios de transferencia contrastan de actividades comparables efectuadas bajo principio de plena competencia. (ONU, 2015)

Cuando los precios aplicados no se adecúan al horizonte internacional o al principio de plena competencia, en ese caso se denominan “errores de fijación de precios” o también como “precios injustificados”. En el manual práctico de la ONU, se menciona que “Para los gobiernos, la administración de precios de transferencia en los países en desarrollo a menudo no tienen fácil acceso a los recursos para administrar eficazmente sus regulaciones, además la manipulación de precios de transferencia reduce los ingresos disponibles para el desarrollo del país”. Op. Cit (ONU, 2015)

## **2.2 Análisis de Comparabilidad**

Todos los métodos que emplean el principio de plena competencia subyacen de la idea de que las firmas independientes estudian la condición de una posible operación, las contrastan con otras firmas de características de igual similitud de forma realista y en caso que no conste otra opción que sea más atractiva, serán partícipes con ella. Es decir, durante el análisis evalúan las incompatibilidades que puedan tener una afectación negativa en su valor de forma significativa. No obstante, la metodología empleada no será fiable si las particularidades de las actividades no vinculadas que intervienen de forma relevante en el precio atribuido entre firmas independientes no son comparables (OECD, 2014).

Al existir discrepancias entre los escenarios, lo más probable es que afecte la comparabilidad y sea estrictamente necesario efectuar modificaciones, que den fiabilidad. De este modo, no se podrá acordar las condiciones de plena competencia.

En el manual se detallan los factores que pueden ser relevantes para establecer la comparabilidad son: los rasgos de la propiedad o de los servicios transmitidos, las funciones que desempeñan las partes, las cláusulas contractuales, circunstancias económicas de las partes y por último las estrategias empresariales que persiguen.

Cuando se evalúan las discrepancias en las características de los bienes o de los servicios, se explica de forma parcial las diferencias en el valor de las firmas del mercado libre. Las características que podrían resultar favorables de analizar son: para el caso de difusiones de bienes intangibles, se podría evaluar las particularidades físicas, cualidades y fiabilidad, así como volumen de la oferta y disponibilidad; por el otro lado, para el caso de activos intangibles se recomienda evaluar la forma en que operan las firmas, la tipología del activo, su vida útil, nivel de protección y además los beneficios que surgirán a partir del uso del bien (OECD, 2014).

Discrepancias en las características de los bienes o servicios, tendrán menos relevancia para el caso de los procesos que se basan en resultados que en el de los métodos tradicionales. Datos empíricos han demostrado que el análisis de comparabilidad para los procesos que se basan en indicadores de beneficios netos o brutos hace más énfasis en las semejanzas que existen en las funciones que en la de los bienes o servicios.

Para determinar si se puede realizar una correcta comparación en operaciones vinculadas y no vinculadas se necesita efectuar un análisis funcional, evaluando la remuneración que ofrece cada firma dado que ésta es la que expresa cuáles son las funciones que desempeña cada una. Este análisis funcional busca determinar las actividades con: alcance económico, funciones realizadas, beneficio y riesgo asumido, y activos que producen este beneficio para poder compararlos con otras firmas. Para esto, es probable que resulte ventajoso entender la estructura y organización de cada firma, ver de qué forma

influye en el escenario en el que el contribuyente opera y sintetizar derechos y obligaciones jurídicas del contribuyente al ejercer sus funciones (OECD, 2014).

Dentro de las funciones que contribuyentes y administraciones tributarias tendrán que evaluar están: diseño, fabricación, montaje, investigación y desarrollo, prestación de servicios, compras, distribución, comercialización, publicidad, transporte, logística y financiación. Además es importante que la naturaleza de los activos utilizados sea correctamente valorada. Para ellos es necesario evaluar su antigüedad, valor de mercado, ubicación, existencia de derechos sobre la propiedad industrial, etc.

El análisis funcional resulta incompleto cuando las operaciones e instituciones vinculadas e independientes no son comparables entre sí dado que surgen discrepancias relevantes en el riesgo asumido y no se puede ejercer una modificación apropiada. Puede que resulte completo a menos que se asuma el riesgo por cada miembro y se pueda distribuir el riesgo para cada escenario de las empresas vinculadas.

Entre los riesgos que deben tenerse en cuenta están: los de mercado (fluctuaciones en los costes de los factores de producción y precios cargados de los productos); los de ganancias o pérdidas asociadas a la inversión en I&D; riesgos financieros (dados por la inestabilidad ocasionada por el tipo de cambio de moneda y tipos de interés); riesgos crediticios; etc. Para determinar la repartición de riesgo entre las partes consideran los activos utilizados y riesgos asumidos entonces se podrán efectuar en condiciones de plena competencia.

Es necesario tener en cuenta a la hora de evaluar la sustancia económica de la pretendida atribución de riesgos la consecuencia que asumiría dicha atribución en operaciones que se basan en principios de plena competencia. Es lógico que cada parte se apropie de mayores cuotas de riesgo en los aspectos que cuenta con un control mayor.

### **2.3 Comparabilidad en países en vías de desarrollo**

Es preciso que exista comparabilidad entre los precios de transferencia implantados entre los grupos relacionados con las empresas independientes en contextos de igual similitud para que los principios de plena competencia puedan ser equiparables. El Manual de Precios de Transferencia para países de economías emergentes indica que no se dispone de muchos datos para evaluar y comparar las actividades comerciales, por esto existe inconvenientes para su análisis.

Se detalla los argumentos que explican por qué existen conflictos al comparar los datos de las economías emergentes con las desarrolladas:

- Dificultad en el análisis de bases de datos por falta de recursos.
- Debido a la manipulación de información de países desarrollados, los datos obtenidos no son relevantes para analizarlos en economías emergentes.
- Existe poca organización por parte de los participantes del sector.
- En los países en vías de desarrollo existen muchos precursores de mercado y esto provoca que no existan suficientes recursos para realizar un exitoso análisis comparativo (OECD, 2014).

En la actualidad, los países se concentran en acrecentar su capacidad para hacer frente a los precios de transferencia y otros asuntos de carácter fiscal internacional, por lo cual el Comité Consultivo Empresarial e Industrial de la OCDE, BIAC por sus siglas en inglés (Business and Industry Advisory Committie) , propone que se debe centrar el estudio en dos grupos de interés: administraciones tributarias locales de los países en desarrollo y las EMN extranjeras, centralizándose en EMN locales; es decir empresas de base (OECD Publishing Paris, 2014).

La OCDE en su publicación titulada: Transfer Pricing Comparability Data and Developing Contries menciona ciertas soluciones para poder arreglar los inconvenientes mencionados anteriormente. Entre estas soluciones están:

- Incrementar el acceso a fuentes de datos por medio de proveedores, para poder realizar un análisis de comparabilidad con mejor calidad e idoneidad en los datos proporcionados.
- El APA (Acuerdo de precios por adelantado) disminuye la amenaza de gravar doble imposición mediante convenios bilaterales, contribuyendo con la administración fiscal.
- Utilizar eficazmente la información a través de programas de aprendizaje por organizaciones no gubernamentales dirigidos a países en vía de desarrollo, y así lograr que los organismos fiscales estén orientados a utilizar de manera óptima la base de datos.
- Disminuir la sujeción de forma directa sobre las variables equiparables, para que de esta manera se logre modificar las fallas que surgen al momento de aplicar los precios de transferencia. Además, se podrá emplear métodos de reparto del beneficio, evaluar guías contra la evasión, estudios relacionados a puertos seguros y cadenas de valor de las firmas asociadas, análisis de la afectación, en otros para lograr disminuir la dependencia de los comparables directos (OECD, 2014).

Márgenes Transaccionales de Utilidad Operacional según la OCDE podemos hacer uso de dos métodos para determinar el cumplimiento del Principio de Plena Competencia.

Estas clases de métodos se conocen como:

Métodos Tradicionales o Transaccionales (OCDE)

- Precio Comparable No Controlado
- Precio de Reventa
- Costo Adicionado
- Métodos Basados en Utilidades
  - Distribución de Utilidades
  - Residual de Distribución de Utilidades

Para el uso de estos métodos son necesarios datos comparables que involucren elementos internos como los costes de fabricación y de comercialización, costo de capital, política de marketing, política de precios, etc. Sin embargo la información financiera proporcionada por las bases de datos existentes no cumple con los requisitos necesarios para aplicar la ALP.

BIAC ha observado que el tema más complejo es encontrar un denominador común para adoptar información en una gran cantidad de países. Para ello, se requiere mayor divulgación de datos e implicaría publicación de mayor información. Y hasta en países desarrollados existe mayor resistencia de publicación de estos datos, incumplimiento de los requisitos legales, secretos comerciales, información de desempleo, de las cuentas estatutarias, etc (OECD Publishing Paris, 2014).

## **2.4 Teoría del Análisis Industrial**

Se puede delimitar como industria al grupo de compañías que ofertan bienes y servicios a individuos con necesidades similares. Cada sector tiene su competencia, ya que la mayoría de bienes o servicios pueden ser sustituidos o complementados, por lo que la competencia se encarga de ofrecerlos. Por ejemplo, la industria de manufactura de celulares no es la misma que la de celulares inteligentes y tampoco los son sus consumidores, debido a que los individuos tienen necesidades disímiles. En conclusión, se puede alegar que cada industria está conformada por distintas áreas que se complementan entre sí, conociéndose como participantes del mercado. (Cassadesus-Masanell, 2014)

Es preciso comprender de qué forma se distribuyen los ingresos entre las firmas que participan en el mercado. El beneficio de cada una depende del nivel de competencia que exista en la industria. Todos los participantes en el mercado conservan una lucha continua al compartir los ingresos de la industria.

En el artículo se menciona que el análisis industrial se fundamenta en uno de los principios de la economía, el cuál alega que cada persona que interviene en el mercado,

responde a incentivos. En caso de que existan oportunidades de obtener ingresos, los participantes desarrollarán estrategias para poder competir.

Los gerentes, emprendedores, inversionistas bancarios, proveedores de capital, analistas financieros y consultores, pueden hacer un análisis de industria siguiendo estos pasos:

- Distinguir oportunidades que logren acrecentar los ingresos.
- Discernir las dificultades que amenazan ingreso a la industria.
- Decidir si entrar o salir del mercado.
- Analizar la posición de la empresa en la industria.
- Estudiar las afectaciones que tienen ciertas cambio en el entorno como: Tecnológicos, demográficos, la regularización del mercado, complementos, entre otros.
- Valorar la forma en que se desarrolla la industria.

El beneficio de una industria se ve perjudicado por factores como: el poder de negociación de los proveedores, ayuda de agentes y los consumidores (Massanell, 2014). Existen seis pasos que son ineludibles para efectuar un análisis de la industria:

1. Definir la industria.
2. Identificar los jugadores (participantes en el mercado).
3. Analizar la influencia que tienen en la rentabilidad de los participantes en el mercado.
4. Evaluar el análisis.
5. Desarrollar la negociación en el ambiente industrial.
6. Analizar qué factores son influyentes en la rentabilidad que pueden causar cambios en la industria.

Adicional a esto, se expone cómo hacer una evaluación estratégica por medio del análisis de las cinco fuerzas de Porter. Permite analizar la posición de la compañía en la industria para una asesoría estratégica, también se considera a este análisis un instrumento significativo para el desarrollo de la industria.

## Marco referencial de las cinco fuerzas de Porter

Porter hace referencia a los jugadores del mercado; entrantes potenciales, compradores, proveedores, productos sustitutos, complementarios. Los encargados que no consideren todos estos agentes, pondrán en riesgo la empresa.

**Ilustración 1: Fuerzas de Porter**



**Fuente:** Industry Analysis Ramon Cassadessus- Masanell

**Elaborado por:** Zuly Calderón, Nicole Camino

El análisis de las cinco fuerzas de Porter muestra que la rentabilidad varía por industria. Esto documenta que, mientras la industria presenta menos rentabilidad quiere decir que los competidores tienen mayor influencia en el entorno.

Cuando se efectúa el análisis de las firmas entrantes se estudia previamente la rentabilidad en cada industria y de esta forma se puede evaluar la evolución de la misma en los últimos años (Masanell, 2014).

## Metodología de las cinco Fuerzas de Porter

**Amenaza de nuevos entrantes:** Uno de los problemas trascendentales que atraviesan las nuevas firmas es desafiarse a una industria que tenga fuertes competidores líderes en el mercado que utilizan economías de escala, es decir, que ganan por volumen de producción.

Adicionalmente, un factor externo que afecta a los nuevos entrantes, son las barreras de entrada como: los canales de distribución, regulaciones por parte de los gobiernos, etc. Otra amenaza que tiene repercusiones sobre los nuevos entrantes es la capitalización de la empresa, puesto que independientemente del tamaño, ésta tiene que contar con capital suficiente para poder operar en las mismas condiciones que las firmas rivales. Corporaciones que cuenten con amplio capital pueden inclusive efectuar cambios en el entorno de la industria. (Cassadesus-Masanell, 2014)

**Poder de negociación:** Tanto proveedores como compradores pueden tener poder de negociación dentro de una industria. Esto dependerá de los siguientes términos descritos a continuación:

- La concentración de la cuota del mercado, es decir si existen pocos compradores con una cuota significativa de mercado, serán estos quienes posean el poder de negociación en sus manos. Para el caso de los proveedores, aplica en el mismo contexto.
- Grado de diferenciación en los productos, dicho de otra forma, si los proveedores abastecen de suministros esenciales para la producción o ejecución de servicios a sus consumidores, entonces estos dispondrán del poder de negociación o en caso contrario aquellos compradores que demanden la mayor proporción de la producción del proveedor.
- Elevados costes para ejecutar un cambio de proveedor, es decir mientras más especializado sea el producto que ofrezca el proveedor, más difícil será para el

consumidor sustituirlo, por tanto éste tendrá el poder de negociación en sus manos.

- Integraciones entre proveedores y compradores, mientras más fácil sea la unificación para el proveedor o para el comprador, el poder de negociación es mayor (Cassadesus-Masanell, 2014).

**Amenaza de sustitutos:** Se define como productos sustitutos a aquellos que satisfacen una misma necesidad y pueden pertenecer o no a un mismo sector, por lo que son reconocidos como competidores en potencia, es así que el precio se ve afectado por una interacción entre ofertantes y demandantes y traen consigo la rentabilidad del sector.

Existen otros factores que impactan a la rentabilidad del sector, como por ejemplo cuando un producto carece de diferenciación, resulta más fácil para sus rivales competir en precios, lo cual puede medirse por medio de la elasticidad precio cruzada del producto. El coste del cambio para el comprador, pues en la medida en que implique mayores cambios para decidir entre un producto u otro, el consumidor se verá menos tentado al cambio. Por último la predilección del comprador a cambiar un producto de otro, dependerá en su mayoría del tipo del bien.

Los productos complementarios usualmente se consumen juntos, como por ejemplo computadoras operan con un software, un celular opera con una línea que ofrecen las empresas de telecomunicaciones, pan con mantequilla, etc.

Los complementos pueden llegar a convertirse en una influencia vigorosa en una industria y pueden llegar a ser observada como la “sexta fuerza”. Están en todos lados; financiamiento de autos, seguros, y automóviles son bienes complementarios. Los fabricantes de autos tienen un incentivo de ofrecer un financiamiento de autos. Los ipads, las tabletas de Samsung y de Microsoft necesitan aplicaciones para poder tener éxito (Cassadesus-Masanell, 2014).

Estrategias no deberían ignorar el impacto que ejercen los bienes complementarios en el entorno de la industria. Pankaj Ghemawat enumeró los factores que influyen a los complementos:

**Tabla 1 Factores que influyen en los complementos**

<b>Factor</b>	<b>Ejemplo/Justificación</b>
Concentración de los complementos	Un bien complementario dominante puede gozar de más poder en una industria, debido a la influencia que tiene sobre ella, que muchas empresas complementarias pequeñas.
Costos de intercambio relativos	Si es que resulta más fácil para los demandantes intercambiar bienes de la competencia por complementarios, se puede afirmar que los anteriormente mencionados tienen un peso significativo dentro de la industria.
Simplicidad de disociación	En caso de que resulte complicado desagregar un producto complementario, este tendrá una influencia mayor sobre los productos demandados.
Influencia en la demanda	Proveedores de contenidos como los partidos de fútbol de Europa, ejercen una poderosa influencia en la demanda sobre los servicios complementarios como los canales de cable.
Amenazas de asimetría	La facilidad que tenga un creador de complementos de introducirse en el mercado, que uno que no la tenga.
Tasa de oportunidad de crecimiento de la rentabilidad.	Industrias con una tasa de crecimiento inferior, pueden ser más influenciadas por bienes complementarios, ya que no hay muchas alternativas de incrementar beneficios.

**Fuente:** Industry Analysis Ramon Cassadessus- Masanell

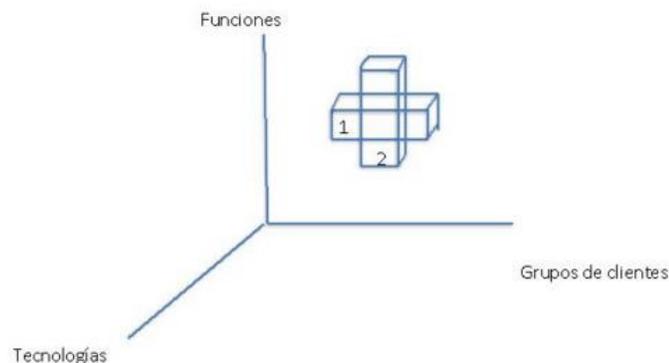
El paso número uno, podría parecer insignificante, pero no lo es. Por ejemplo, ¿Se conoce con exactitud en qué mercado participa Costco?. La empresa ofrece alimentos, cosas para el hogar, útiles escolares, etc., pero los supermercados y tiendas especializadas también lo hacen. Entonces surge la pregunta si, ¿Todos operan en la misma industria? Es

imprescindible conocer el análisis que ha efectuado cada industria, para poder realizar una correcta comparabilidad.

En un inicio, la definición se centraba en la oferta o demanda. No obstante, ésta mostraba limitaciones puesto que se pasaban por alto aspectos de gran valor para la empresa. Autores como Derek Abell y Jhon Hammond han planteado modelos para poder moldear la definición de una empresa.

Abell y Hammond segmentaron al mercado en tres dimensiones: grupo de clientes, funciones de los consumidores y dimensión tecnológica. Estas preguntas responden a: ¿quién está siendo satisfecho?, ¿qué es lo que está siendo satisfecho? y ¿cómo es que la necesidad está siendo satisfecha? En el siguiente gráfico se exponen dos empresas que presentan desigualdades en sus dimensiones (Mayorga, 2014).

**Ilustración 2 Representación gráfica modelo de Abell**



**Fuente:** <http://marketingestrategico.pe/la-definicion-del-negocio/>

El grupo de consumidores busca definir el perfil del mercado. Esta dimensión puede ser segmentada en urbano, suburbano, rural o doméstico e internacional. También puede ser segmentado por nivel de ingresos que tenga. La dimensión de funciones de los consumidores busca identificar las necesidades que están siendo satisfechas, mientras que las tecnologías se pueden distinguir por su precio, diversificación de productos y tiempos de entrega.

La forma más apropiada para poder definir una industria es: primero cerciorarse que la descripción no sea ambigua, segundo que sea útil para contar con una solución a la mano. El análisis de la industria debe ser lo suficientemente concreto como para poseer soluciones encaminadas a la acción.

Estas dimensiones explican el posicionamiento y son: Localización física, diversificación de productos, precios ofertados y tecnologías utilizadas.

Algunas consideraciones que se deberían tener en cuenta al momento que se define la industria es que jamás se puede confundir compañías con industrias, por más relevantes que estas sean en cada sector. Muchas corporaciones compiten en varias industrias. Por ejemplo Apple compite en el mercado de las computadoras personales, teléfonos inteligentes, reproductores de música portátiles, grabación de música y venta al por menor de películas, software de aplicaciones, etc (Cassadesus-Masanell, 2014).

Clasificaciones registradas por NAICS (North American Industry Classification System) o SIC (Standard Industry Classification), no son fiables. Estos sistemas fueron implementados para que los gobiernos puedan realizar estadísticas. Dividen a las industrias de acuerdo a la tecnología de producción que utiliza cada una de las firmas, mas no lo hacen de acuerdo a las necesidades de los consumidores y como se recalcó al inicio, esto era lo relevante.

El siguiente paso es identificar los jugadores de la industria. Comienza con la clasificación de Porter, dividiéndolo en: potenciales entrantes, proveedores, consumidores, productores, sustitutos y competidores de la industria. Es necesario reconocer que un simple negocio pueden jugar múltiples roles también. Por ejemplo Samsung hace teléfonos inteligentes así como accesorios y a la vez es un competidor y proveedor para Apple.

El marco de Porter suministra directrices específicas para la evaluación de las fuerzas que influyen en la rentabilidad. Esas directrices pueden ser utilizadas como una lista al momento de hacer un análisis sectorial. Por ejemplo, cuando se estudia la amenaza

de entrada, es necesario evaluar cada factor. ¿Son estas importantes economías de escala?, ¿Los clientes se enfrentan a costes de intercambio significativos? Y así.

La mejor forma de testear el análisis de una industria es comparar las predicciones que se han hecho con los grados de rentabilidad observados. Si una industria tiene una rentabilidad baja, el análisis debió haber identificado al menos una fuerza poderosa que tenga incidencia en este resultado. Debe ser posible interpretar niveles elevados de rentabilidad entre algunos participantes de la industria por la forma en que lidian con las fuerzas competitivas.

Es en el quinto paso cuando las personas que están tratando aplicar el análisis industrial por primera vez, llegan a sentirse frustradas. En la transición de entender la estructura de la industria a averiguar qué hacer al respecto, se empiezan a preguntar ¿cuál es el punto de analizar la industria? La primera advertencia es que hay que tener cuidado al declarar a una industria “atractiva” o “no atractiva”, lo que encamina a hacer preguntas como: Si la industria no es atractiva, ¿por qué debería molestarme en analizarla?, si la industria es atractiva es porque existen barreras a la entrada. Si no puedo entrar a la industria, ¿cuál es el punto de analizarla?

El punto del análisis de la industria es no declarar a una industria atractiva o no. Primero se debe detectar oportunidades de beneficio y desarrollar una estrategia para contrarrestar las amenazas. En vez de preguntarse si es que la industria es atractiva, estrategias deberían preguntarse: ¿Cómo hacer para encontrar una posición ventajosa? Y ¿Cómo hacer para moverse de la posición actual a la posición en donde gustaría estar? Identificar posiciones ventajosas requiere comprender la economía de la industria y los factores que influyen en la rentabilidad de la industria.

El último paso es buscar el cambio en la industria y su ambiente. Las compañías pueden explotar el cambio y hasta actuar de la forma de la industria y su entorno en su favor. Algunos cambios pueden ser influenciados por los participantes del mercado. Pero existen otros cambios sobre los cuales los participantes del mercado tienen algo de control. Estos pueden ocurrir de repente y de forma dramática y pueden llegar a ser barreras

de entrada, como nuevas regulaciones o el desarrollo de nuevas industrias. El análisis de una industria ayuda a las compañías a analizar cómo cambios pueden afectar la rentabilidad, desarrollar una estrategia para competir con él sobre tiempo y explorar oportunidades para poder cambiar la estructura de la industria (Cassadesus-Masanell, 2014).

## CAPITULO III

### 3 MARCO METODOLÓGICO

#### 3.1 Metodología de la investigación

Este capítulo presenta la metodología implementada en esta investigación, así como la técnica que se utilizó para la recolección de datos. Debido a la amplitud del tema se busca dar una visión focalizada de la problemática planteada; las limitaciones del análisis de comparabilidad de los servicios de alojamiento en el Ecuador con respecto al resto del mundo.

Por su nivel investigativo, el diseño es exploratorio; pues es el que más se ajusta a la realidad. Según Roberto Hernández Sampieri “Los estudios exploratorios se efectúan, normalmente, cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes”. (Sampieri, p. 59)

Además se utilizó el método descriptivo para especificar las propiedades relevantes del sector; servicio de alojamiento, (Dankhe, 1986), por otro lado se utilizó el método explicativo cuyo objetivo es exteriorizar por qué y en qué condiciones ocurre el fenómeno estudiado. Para complementar el análisis se utiliza la técnica estadística del análisis multivariado.

#### 3.1.1 Enfoque de la investigación

El enfoque de la investigación es cuali-cuantitativo pues integra las fortalezas y debilidades de cada método. El enfoque cualitativo describe las particularidades propias de un fenómeno en este caso, el sector de servicios de alojamiento, para obtener un profundo entendimiento del mismo. Mientras que el enfoque cuantitativo busca la exactitud de mediciones o indicadores para generalizar los resultados a poblaciones, en este estudio se lo realizará mediante un análisis multivariado.

La investigación se enfoca en determinar la comparabilidad entre los datos de las empresas que brindan servicios de alojamiento con operaciones en el Ecuador y las

internacionales a través de información financiera encontrada en el balance general y el estado de resultado de dichas empresas. Dado que todos los integrantes de la muestra no tienen el mismo tamaño es preferible se realizó el análisis mediante ratios.

Los ratios son excelentes indicadores de la situación económica que ofrece una compañía, por consiguiente se estimó necesario medir la rentabilidad, el apalancamiento, la gestión y liquidez de este sector dicho de otro modo con estos ratios se espera encontrar una tendencia del mismo.

### **3.1.2 Alcance de la Investigación**

La investigación busca mostrar una realidad tributaria en el país en uno de los sectores que tiene mayor potencial dentro de la economía del mismo con un método de corte transversal, pues se ha buscado atraer inversión extranjera a este sector, sin embargo no se ha considerado totalmente la forma en que va a medir la gestión de las operaciones de las mismas en un contexto de precios de transferencias, mismo que se lleva a cabo por medio de la comparación de empresas asentadas en el país con hoteles en las mismas circunstancias del resto del mundo tomando información ejercida durante el 2014.

### **3.1.3 Diseño de la investigación**

El diseño de la investigación es de tipo exploratoria, pues estamos frente a un tema poco estudiado y para esto dispone de un amplio espectro de medios y técnicas para recolectar datos mediante revisión bibliográfica, libros, documentos de investigación; es decir fuentes secundarias.

Por otro lado, se utilizó técnicas de análisis descriptivo y multivariado con el objetivo de profundizar la correlación existente entre las variables objeto de estudio. La investigación exploratoria culminó con un marco teórico fundamentado por las variables de estudio.

### **3.2 Recolección de datos**

La recolección de datos se suministró mediante fuentes secundarias, es decir, datos previamente recolectados por otros organismos con una alta confiabilidad como lo fue la Superintendencia de Compañías y la revista EKOS. La información encontrada fue tan extensa y dado que el fin era obtener una muestra realmente considerable para el análisis de precios de transferencia en el sector de servicios de alojamiento, se agrupó la información de empresas nacionales por el código CIIU 4.0.

La Clasificación Nacional de Actividades Económica (CIIU) 4.0 es una comparación ajustada a la realidad de nuestro país de la clasificación Industrial Internacional Uniforme. Esta clasificación tiene como objetivo principal parametrizar las actividades o unidades económicas de producción dentro de un mismo sector, mismo que esta subdividido en 6 categorías. En el caso del sector hotelero el código CIIU idóneo para el estudio fue I5511, en dónde se encuentran empresas que se dediquen a actividades de alojamiento para estancias cortas.

La superintendencia de compañías contiene una base con información de casi todas las empresas del país la misma que contiene la clasificación CIIU, sin embargo se encontró que hay empresas que se dedican a actividades tan especializadas que no existen una clasificación CIIU y lo añaden al que más se acerca. Para eliminar aquellas empresas que podrían estar mal clasificadas se recurrió al Servicio de Rentas Internas para tener claridad de la actividad en la que opera cada empresa.

Otra fuente importante fue la revista EKOS, que brinda servicios especializados e innovadores para el desarrollo empresarial entregando información diferenciada y de alto valor a los empresarios de Ecuador. (EKOS, 2015).

Para la recolección de datos de las empresas internacionales se partió de los 558 hoteles encontrados en la base de datos Standard & Poor's Company, que es conocida como como un proveedor de información mundial en los mercados financieros permitiendo

a sus clientes obtener calificaciones crediticias, índices, análisis de inversión, evaluaciones, etc.

### 3.3 Procesamiento de datos

Para el procesamiento de la información fue necesario descargar los estados financieros en la página web de la superintendencia de compañías de cada una de las empresas locales pertenecientes a la muestra, para con ellos formar ratios que buscan entender la tendencia en cuanto a rentabilidad, liquidez, apalancamiento así como medir la eficiencia en la gestión de operaciones del sector.

Los ratios utilizados en la muestra de empresas nacionales e internacionales fueron:

**Tabla 2: Ratios Financieros**

<b>Rentabilidad</b>	
<b>Costo de venta ÷ Ingresos</b>	Mide la capacidad que tiene la empresa de generar rentabilidad
<b>Publicidad ÷ Ventas</b>	Muestra el retorno que la publicidad trae sobre la venta.
<b>Liquidez</b>	
<b>(Cuentas por Cobrar ÷ Ventas) × 365</b>	El índice indica el tiempo promedio que tardan las cuentas por cobrar en convertirse a efectivo.
<b>(Inventario ÷ Costo de Ventas) × 365</b>	El índice indica el tiempo promedio que tardan los inventarios en convertirse a efectivo
<b>(Activo Corriente - Inventarios) ÷ Pasivo Corriente</b>	Este ratio mide el nivel de liquidez que tiene la empresa
<b>Cuentas por cobrar ÷ Ingresos</b>	Identifica el tipo de negocio, pues mide el porcentaje crediticio que tiene la empresa.
<b>Inventarios ÷ Ingresos</b>	Identifica si los ingresos son solo operacionales o si la empresa mantiene ingresos extras.
<b>Gestión</b>	

<b>Total Activo Corriente ÷ Ingresos</b>	Estima la gestión de la empresa, muestra el porcentaje que los activos corrientes aportan a los ingresos.
<b>Total Activo No Corriente ÷ Ingresos</b>	Estima el nivel de gestión de la empresa, muestra el porcentaje que los activos no corrientes aportan a los ingresos.
<b>Inventario ÷ Total Activo</b>	Mide la gestión de la empresa, muestra el porcentaje que los inventarios aportan al nivel de activos de la empresa.
<b>Intangibles ÷ Total Activos</b>	Estima el nivel gestión de la empresa, muestra el porcentaje que los intangibles aportan al nivel de activos de la empresa.
<b>Apalancamiento</b>	
<b>Cuentas por Pagar ÷ Ingresos</b>	Este ratio permite establecer el grado de participación de los proveedores, en los ingresos de la empresa.
<b>Total Pasivo Corriente ÷ Ingresos</b>	Este ratio permite establecer el grado de participación de los proveedores y acreedores, en los ingresos de la empresa.
<b>Total Pasivo No Corriente ÷ Ingresos</b>	Este ratio permite establecer el grado de participación de los acreedores, en los ingresos de la empresa.
<b>PPE ÷ Total Activos</b>	Estima la participación de los bienes materiales que tiene la empresa sobre los activos totales.
<b>Total Pasivo ÷ Total Activos</b>	Establece el grado de participación de los proveedores, en los activos de la empresa.
<b>Gastos Operacionales ÷ Ingresos</b>	Este ratio permite establecer el grado de participación de los gastos operacionales en los ingresos totales.

**Fuente:**

**Elaborado por:** Zuly Calderón, Nicole Camino

En el caso de las empresas internacionales, la información sobre los estados financieros de las compañías elegidas para la muestra, fue proporcionada por un funcionario del SRI, organismo que cuenta con bases autorizadas como lo es Standard & Poor's Company.

El sector de estudio mostró algunas complejidades cuando se analizó la información, puesto que no todas las empresas locales brindan los mismos servicios y esto implicó disminución de cuentas contables. Por ejemplo existen hoteles que manejan inventarios y otros que por el contrario tan solo brindan el servicio de alojamiento y esto no implica manejarlos, provocando que existan cuentas en cero, generando valores perdidos a la hora de calcular los ratios.

Otra apreciación importante es que no todas manejan una cuenta de costos de venta, y aquellas que la tienen es un rubro muy pequeño en comparación a los ingresos lo que genera datos perdidos o cero.

Las empresas internacionales, por el contrario, tenían ratios más uniformes a excepción de una que no presentaba información sobre su estado de resultados, por tanto aquellos ratios que estaban conformados con cuentas como ingresos y gastos dieron como resultados datos perdidos, sin embargo se estimó prudente dejar esta empresa dentro de la muestra porque nos brindaba información que implicaba cuentas de balance general, como activos.

Además, no existía una cuenta denominada activos no corrientes, como normalmente se ve en la contabilidad en español, sin embargo se estimó este rubro calculando la diferencia entre los activos totales y los activos corrientes, con el fin de no dejar esos valores en blanco. Pudiendo notar entonces que incluso en la forma de encontrar la información en cada uno de los estados financieros difiere de las empresas locales a las extranjeras.

Una vez arreglados todos los puntos antes mencionados, se obtuvo la base para trabajar con ella los análisis descriptivos como: Diagrama de caja y bigotes que proveen una impresión visual generalizada del acumulado de datos. Puntualiza algunas características relevantes de estos datos, tales como la media, la dispersión, identificación de observaciones atípicas y también mediante ellas se puede observar si existe simetría o asimetría en los datos proporcionados. Los diagramas personalizan los tres cuartiles, valores máximos y mínimo de los datos sobre un rectángulo, alineado de forma horizontal o

vertical. Este rectángulo representa el 50% de los datos que se encuentran exclusivamente ubicados en la zona de distribución central. El cuerpo de la distribución es representada mediante la caja mientras que las colas mediante sus bigotes (R., 2015)

Estos diagramas se realizaron con la ayuda de la herramienta de cálculo excel, dónde se describe por ratio la dispersión de las empresas locales vs las empresas extranjeras, sin embargo no fueron todos los ratios los considerados totalmente relevantes para demostrar comparabilidad, se escogió aquellos ratios que mostraban mayores diferencias entre una muestra y otra como: costo de venta/ ingresos; gastos administrativos/ingresos; activos/ pasivos, etc. ya que son ratios que complementados con información financiera muestran que la dificultad en la comparabilidad podría ir más allá del tamaño sino que se trata del valor agregado que cada empresa le puede dar al servicio. También se analizó los valores mínimos, máximos, media y desviación estándar que se genera la muestra total.

### **3.4 Identificación y selección de empresas locales y extranjeras**

El procedimiento para determinar la muestra de empresas locales fue en primera instancia depurar la información otorgada por la Superintendencia de Compañías seleccionando sólo aquellas empresas que pertenecían al código I5511 de la Clasificación Nacional de Actividades Económica 4.0, obteniendo 335 empresas. Sin embargo en medio de esta clasificación no se encontraron todas las empresas representativas de este sector, por lo cual se complementó con la información otorgada por la revista EKOS.

A partir de allí se utilizó la ley de Pareto, principio de 80/20, tomando en cuenta al PIB hotelero<sup>1</sup> como referencia, se consideró aquellas empresas que sumaban el 80% del total del mismo, quedando una muestra de 164 empresas. Por último se revisó una a una la actividad económica principal a través de la página web del Servicio de Rentas Interna,

---

<sup>1</sup> Dentro de este rubro están consideradas la clasificación de grupos hoteleros

donde se encontró que dentro de esta clasificación CIIU habían empresas que se dedican a actividades relacionadas netamente a la venta de comida, inmobiliaria e incluso servicios de hospitalización obteniendo como muestra para este análisis una cantidad de 54 empresas.

En el caso de los hoteles internacionales, se partió de una base de datos tomada del Standard & Poor's Company, con el código 7011 del Standard Industrial Classification (SIC) previamente identificado, de las cuales se obtuvo un número de 558 empresas. Para la depuración se tomó en cuenta la descripción de sus actividades. La mayor parte de esta base eran hoteles, moteles y resorts, así como empresas que manejan inversiones dentro del sector hotelero, o empresas que tan sólo administran hoteles, por ende sus rubros van en función de sus ingresos por administración. No obstante, existían empresas que no son comparables debido a sus dimensiones, pues hacía referencia a información de cadenas de hoteles asentados en más de un país.

Para definir la muestra de empresas extranjeras además de todo lo antes mencionado, se buscó tener una muestra semejante a la ya establecida para las empresas locales, dónde las partícipes fueron hoteles de características similares en cuanto a tamaño y servicios brindados. Para ello se revisó la página web de cada uno de estos hoteles; tomando en cuenta que mantenían operaciones en un solo país para que de esta forma, la información proporcionada logre ser comparable.

Cuando se tomó la muestra de empresas locales e internacionales que se dedican a ofrecer el servicio de alojamiento, se analizó profundamente la operación de cada una de ellas y se escogió aquellas que tienen varias filiales en distintas zonas geográficas dentro de un mismo país. Por ejemplo en el caso de la muestra de empresas locales, se escogió a la empresa Éxtasis puesto que es considerada como una empresa grande y a la vez tiene filiales en distintas regiones del país, como Costa y Sierra. Por el lado de las empresas extranjeras se escogió a una empresa que al analizar la dimensión de la misma, era similar a la de la empresa local y su operación se efectuaba también en distintas zonas del país.

Al final de todos los análisis antes mencionados la muestra para las empresas internacionales quedó en 25 empresas.

### **3.5 Consideraciones para el análisis de comparabilidad**

Como se ha mencionado con anterioridad, esta investigación dentro del país tiene varias limitaciones, entre otras cosas debido a la escasa información que se ha logrado recabar por medio de organismo gubernamentales, sin embargo se escapan aquellos hoteles que de una u otra forma laboran de manera informal.

Por otro lado, al momento de obtener la información de empresas internacionales se puede mencionar que la principal limitación fue el número de empresas escogidas para la muestra, ya que fue solicitado un número máximo de 25 empresas de las cuales sólo logramos obtener los estados financieros de 15.

### **3.6 Análisis Multivariante**

El análisis multivariante es un conjunto de métodos estadísticos y matemáticos que consideran simultáneamente varias variables dependientes, que están relacionadas entre sí. Se utiliza en situaciones en las que la muestra total está dividida en varios grupos, basados en una o varias variables independientes, factores no métricas, mientras que las dependientes son métricas. Su objetivo principal es averiguar si hay diferencias significativas entre dichos grupos en cuanto a las variables dependientes se refiere. (Antonio Humberto Closas)

En este estudio debido a su diseño se utilizó el método de Componentes Principales y de Clúster

#### **3.6.1 Componentes Principales**

El análisis de componentes principales es una técnica estadística de síntesis información, o reducción de la dimensión o número de variables. Es decir, ante un banco de

datos con muchas variables, el objetivo será reducirlas a un menor número perdiendo la más mínima de información posible. Los nuevos componentes principales o factores serán una combinación lineal de las variables originales y además serán independientes entre sí. (Guerra)

Para determinar el uso de este método fue necesario analizar la matriz de correlación entre todas las variables a usar, en dónde tuvo sentido hacer uso de este método dado que existan altas correlaciones entre las variables, pues nos indica que existe información redundante y por lo tanto pocos factores explicarán la variabilidad.

Los factores resultantes de este proceso obtendrán la mayor información posible de variabilidad original en diferentes medidas, el primer debería recoger la mayor proporción y los siguientes la no obtenida en el que precede y así sucesivamente. (Guerra)

Rotación Varimax

El proceso de rotación varimax facilita la interpretación de los factores, puesto elimina a los coeficientes pequeños y hace crecer a los más grandes de manera que sea más fácil asociarse a un subconjunto concreto de variables. (Gil, 2014)

### **3.6.2 Análisis de Correspondencias**

El análisis de correspondencia es una técnica estadística que busca representar la relación existente entre las categorías de dos variables no métricas en un espacio multidimensional reducido. En este análisis, el mapa perceptual que se obtiene muestra la distancia entre los distintos niveles de dos variables, por lo que suele decirse que este análisis sirve para visualizar tablas de contingencias. (Antonio Humberto Closas)

### **3.6.3 Análisis de Clústers**

El análisis de conglomerados, al que también se denomina análisis clúster, es un método diseñado para clasificar distintas observaciones en grupos, diferentes del análisis factorial, debido a que la finalidad de éste radica en agrupar variables, de tal forma que:

Cada grupo o clúster sea homogéneo respecto a las variables utilizadas para caracterizarlos; es decir, que cada observación contenida en él sea percibida a todas las que estén incluidas en ese grupo y que los grupos sean lo más distintos posibles unos de otros respecto a las variables consideradas. (Antonio Humberto Closas)

Para analizar este método es necesario tener clara la medida de distancia, pues esta opción determina cómo se calcula la similaridad entre dos clústeres. Existen dos tipos de medida de distancia:

- Log-verosimilitud. Esta medida realiza una distribución de probabilidad entre las variables y supone que todas las variables son independientes.
- Euclídea. Esta medida es la distancia según una “línea recta” entre dos clústeres. Sólo se puede usar cuando las variables son continuas.

Para el análisis de este estudio se ejecutó la distancia euclidiana al cuadrado. En algunos casos, la información requiere de la conformación de tantos clúster que no es estéticamente visible ni entendible para el lector, para esos casos es necesario el escalamiento óptimo. Este proceso asigna cuantificaciones numéricas a las categorías de cada variable, lo que permite utilizar los procedimientos estándar para obtener una solución con las variables cuantificadas. Los valores de escala dependen del criterio métrico pueden ser de 0 a 1, de 1 a 100, etc. (IBM KNOWLEDGE CENTER)

### **Método de Ward**

Este método nace como una medida para cuantificar la pérdida de información que se genera al integrar en clúster a los individuos, la cual se puede obtener sumando los cuadrados de las desviaciones entre cada dato y la media del clúster en el que se integra. Con este paso se obtiene todas las ventajas del método de media y suele ser más discriminativo en la determinación de los niveles de agrupación. (Universidad de Valencia)

## CAPITULO IV

### 4 RESULTADOS Y DISCUSIÓN

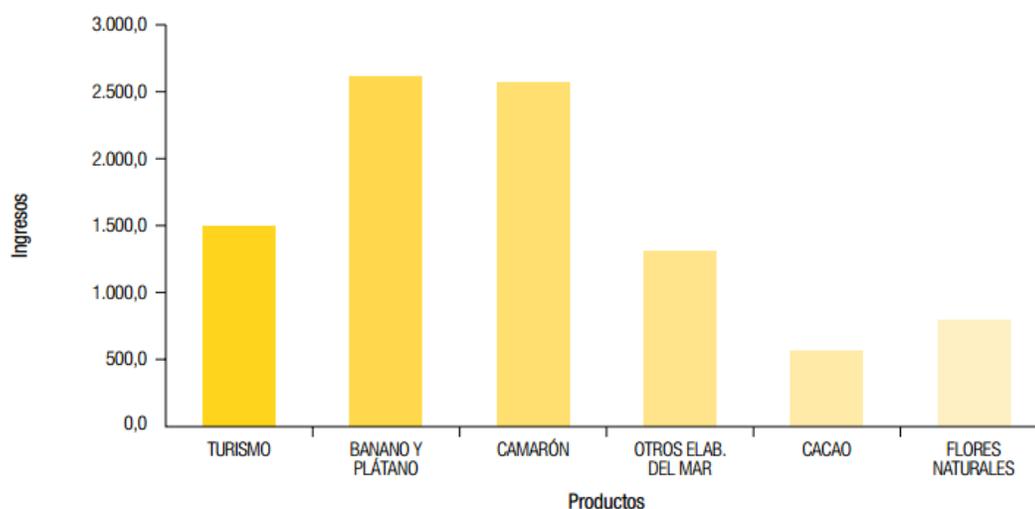
#### 4.1 Análisis Sectorial

##### 4.1.1 Análisis Sectorial Interno

Se entiende que el sector hotelero tiene una relación directa y positiva con el turismo, es decir a medida que crece el uno, genera un aumento relativo en el otro por lo que se empezará analizando al sector turístico en general. Es remarcable que el turismo como fenómeno social y como actividad económica es, desde hace unos años, una realidad asumida. Se puede afirmar que el sector turístico está viviendo una etapa de desarrollo y crecimiento destacables en el país pues ofrece alternativas de reactivación económica y de generación de empleo; de igual manera, incentiva tanto a la inversión local como extranjera para la creación de infraestructura a nivel de hoteles, restaurantes, resorts, etc. (Zapata, 2007).

Hoy en día el turismo se ubica como el tercer rubro de mayor aportación al PIB dentro de las exportaciones no petroleras<sup>2</sup> como se visualiza en la ilustración No. 3.

**Ilustración 3 Ingresos por Turismo y por exportaciones de productos principales**

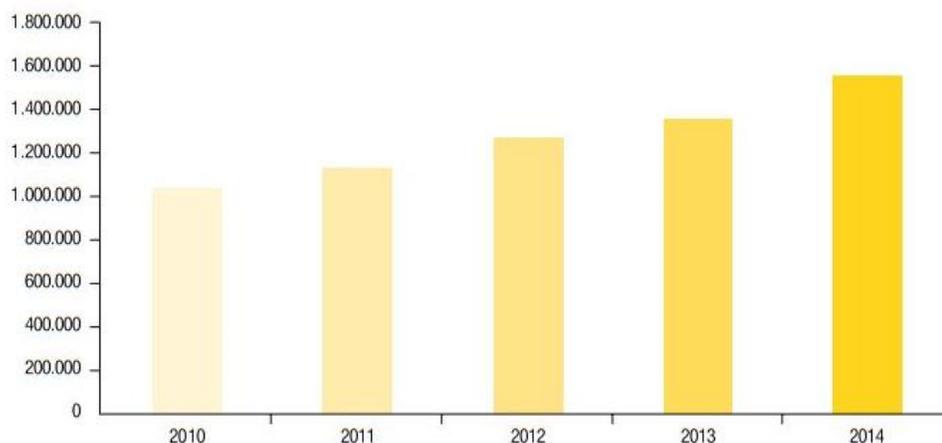


**Fuente:** (Ministerio de Turismo, 2015)

<sup>2</sup> Es comparado con las exportaciones, puesto que se trata de la venta de un servicio a extranjeros obteniendo de esa forma ingresos al país.

Prueba de lo mencionado con anterioridad, es que durante el 2014 llegaron alrededor de 1'557.006 extranjeros al país, representando esto un incremento del 14,4% obteniendo además una balanza migratoria positiva de 278.525 personas o sea que fueron más los turistas que decidieron visitar nuestro país que aquellos que salieron. (Revista América Economía, 2015)

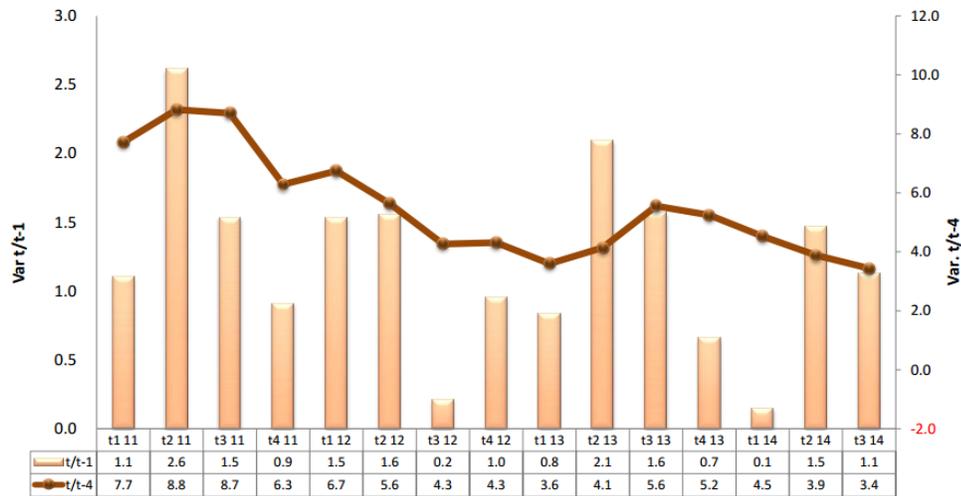
**Ilustración 4 Entrada de extranjeros al Ecuador**



**Fuente:** (Ministerio de Turismo, 2015)

Hablando en términos generales durante el tercer trimestre del 2014, el país conserva una tendencia de crecimiento económico positivo de 3.4% en variación interanual (t/t-4) y en 1.1% en relación con respecto al tercer trimestre (t/t-1), ubicando al PIB (a precios constantes) en \$17,542 millones. (Ecuador, 2015)

**Ilustración 5 PIB a precios constantes**



**Fuente:** Banco Central del Ecuador

Con respecto a la variación que existió en el PIB del 2014, las actividades que aportaron una mayor contribución al crecimiento del PIB fueron: Construcción, aportando un 0.9%; Actividades profesionales, técnicas y administrativas fue del 0.58% y Petróleo y minas con un 0.57%, mientras que el sector de Alojamiento y servicio, objeto de estudio es del 0.05%.

**Ilustración 6 Contribuciones al crecimiento de PIB 2014 por sector**



**Fuente:** Banco Central del Ecuador

Actualmente, el gobierno en su Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017 menciona como una de sus metas destinadas a la transformación de la matriz productiva el aumentar a 64% los ingresos por turismo sobre las exportaciones de servicios totales y para ello el Ministerio de Turismo está encabezando una serie de proyectos a corto - mediano plazo, así como campañas publicitarias con gran impacto. (Turismo, Informe del Sector Turismo, 2014). Además durante los últimos años se ha podido evidenciar el incremento de divisas a por concepto de turismo en la balanza de pagos

**Ilustración 7 Balanza Turística Anual**

AÑO	INGRESOS	% Var.	EGRESOS	% Var.
2013	1.251,2	20,5	987,1	4,6
2012	1.038,8	22,3	943,6	3,0
2011	849,7	8,0	916,5	6,2
2010	786,6	-	863,4	-

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

Y es necesario resaltar que el crecimiento del nivel turístico en el país, se relaciona de forma conjunta con la oferta hotelera que este brinda, pues de un alto nivel de bienestar durante su estancia, dependerá que el visitante regrese y refiera, concediendo de esta forma un progreso a la economía del país. (Melendéz, 2015).

Sobre la base de las ideas antes expuestas, en abril de 2014 el Ministerio del Turismo (MINTUR) constituyó la Subsecretaría de Inversión y Fomento Turístico, la misma que promueve tácticas con el fin de posicionar al Ecuador como un destino líder para invertir a nivel global. Transfiere a los empresarios ciertas facilidades cuyo propósito es motivarlos a que apuesten a invertir el país. Las autoridades pertinentes estiman que hasta el 2020 haya una inversión de cerca de \$ 2.160 millones en infraestructura hotelera en el Ecuador, esto debido a que se ha visto el interés de cadenas como: Ibis, Eurobuilding, Swissôtel, Marriott, Oro Verde. (Melendéz, 2015)

#### **4.1.1.1 Descripción del Sector**

##### **4.1.1.1.1 Características Generales del sector hotelero Ecuatoriano**

Varios rincones del Ecuador han sido declarados por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) como Patrimonio Cultural de la Humanidad debido a por su ubicación privilegiada, su infraestructura, su arqueología, sus producciones artísticas, su tradición oral, sus producciones literarias y por una diversidad de factores intangibles como: artes culinarias, fiestas, identidad, cultivos, aires coloniales, etc.

Existen cuatro regiones en el país, lo que lo ubica en una posición de ventaja sobre los demás países. Estas regiones parten desde la pluralidad topográfica de la Amazonía a nevados de los Andes; la región Insular con las distinguidas Islas Galápagos; las extensas playas de la región Costa que se extienden por el Pacífico.

De las 24 provincias del país, el 53% de participación del sector dedicado al servicio de alojamiento como se observa en la tabla a continuación, se encuentra

concentrado en las provincias de Pichincha, Manabí, Guayas, Esmeraldas y Tungurahua, pero esto no quiere decir que no existan similares actividades en el resto de provincias, sino por el contrario cada rincón del Ecuador es rico en biodiversidad y atractivos naturales que atraen turistas tanto internos como externos diariamente.

**Tabla 3 Participación de aportación al sector de alojamiento en Ecuador por provincias**

<b>Provincia</b>	<b>Participación en el Sector por provincia</b>
<b>Pichincha</b>	17%
<b>Manabí</b>	12%
<b>Guayas</b>	9%
<b>Esmeraldas</b>	8%
<b>Tungurahua</b>	7%
<b>Santa Elena</b>	5%
<b>Imbabura</b>	5%
<b>Loja</b>	4%
<b>Azuay</b>	4%
<b>Chimborazo</b>	3%
<b>Napo</b>	3%
<b>El Oro</b>	3%
<b>Los Ríos</b>	3%
<b>Santo Domingo de los Tsáchilas</b>	3%
<b>Galápagos</b>	2%
<b>Sucumbíos</b>	2%
<b>Cotopaxi</b>	2%
<b>Orellana</b>	2%
<b>Pastaza</b>	2%
<b>Morona Santiago</b>	2%

<b>Cañar</b>	1%
<b>Zamora Chinchipe</b>	1%
<b>Carchi</b>	1%
<b>Bolívar</b>	1%

**Fuente:** Ministerio de Turismo- Establecimientos turísticos de alojamiento

**Elaborado por:** Zuly Calderón, Nicole Camino

Por otro lado, según un estudio realizado por Despegar.com los destinos más demandados por el servicio de alojamiento son: Quito, Guayaquil, Galápagos, Montañita y Salinas, dónde en promedio optan por estadías de 2,6 días generalmente fines de semana, feriados y vacaciones, mientras que los extranjeros prefieren alojamientos en promedio de 3,5 días. (Melendéz, 2015)

#### **4.1.1.1.2 Clasificación y categorización del sector**

La clasificación de los alojamientos en Ecuador según el Reglamento General de Actividades es la siguiente:

#### **Grupo 1.- Alojamientos Hoteleros.**

##### **Subgrupo 1.1. Hoteles.**

- 1.1.1. Hotel (de 5 a 1 estrellas doradas).
- 1.1.2. Hotel Residencia (de 4 a 1 estrellas doradas).
- 1.1.3. Hotel Apartamento (de 4 a 1 estrellas doradas).

##### **Subgrupo 1.2. Hostales y Pensiones.**

- 1.2.1. Hostales (de 3 a 1 estrellas plateadas).
- 1.2.2. Hostales Residencias (de 3 a 1 estrellas plateadas).
- 1.2.3. Pensiones (de 3 a 1 estrellas plateadas).

##### **Subgrupo 1.3. Hosterías, Moteles, Refugios y Cabañas.**

- 1.3.1. Hosterías (de 3 a 1 estrellas plateadas).
- 1.3.2. Moteles (de 3 a 1 estrellas plateadas).
- 1.3.3. Refugios (de 3 a 1 estrellas plateadas).

1.3.4. Cabañas (de 3 a 1 estrellas plateadas).

### **Grupo 2.- Alojamientos Extrahoteleros.**

Subgrupo 2.1. Complejos vacacionales (de 3 a 1 estrellas plateadas).

Subgrupo 2.2. Campamentos (de 3 a 1 estrellas plateadas).

Subgrupo 2.3. Apartamentos (de 3 a 1 estrellas plateadas). (Gob, 2011)

El presente estudio se enfocará en los hoteles, hostales, moteles y complejos vacacionales debido a la alta presencia de establecimientos en el sector. Para poder efectuar un correcto diagnóstico a la metodología del análisis de comparabilidad del sector hotelero, es necesario tener claro las definiciones anteriormente citadas, mismas que se encontrarán disponibles en la definición del sector.

Adicionalmente también es necesario conocer la categorización de las mismas: La categoría de los establecimientos hoteleros será fijada por el Ministerio de Turismo por medio del distintivo de la estrella, en cinco, cuatro, tres, dos y una estrella, correspondientes a lujo, primera, segunda, tercera y cuarta categorías misma que dependerá de las características y calidad de las instalaciones y a los servicios que presten. (Gob, 2011)<sup>3</sup>

#### **4.1.1.1.3 Mercado Relevante**

El sector de servicios de alojamiento, hotelero, cuenta con una amplia clasificación, sin embargo para delimitar este estudio se ha considerado las clasificaciones más representativas por número de habitaciones e ingresos en sus operaciones como lo son: Los hoteles, moteles y complejos vacacionales del Ecuador. En el Reglamento General de Actividades existen claras definiciones de estos tipos de negocios encontrados en los artículos 8, 25, y 31. (Gob, 2011)

---

<sup>3</sup> Este Reglamento rige desde el 2011, sin embargo desde el 2014 se empezó a trabajar en la actualización del mismo que rige a partir del 2015. <http://www.turismo.gob.ec/ministerio-de-turismo-desarrolla-nuevo-reglamento-para-alojamiento-y-hoteleria/>

**Art. 8.- Hotel.-** Es hotel todo establecimiento que de modo habitual, mediante precio, preste al público en general servicios de alojamiento, comidas y bebidas y que reúna, además de las condiciones necesarias para la categoría que le corresponde, las siguientes: a) Ocupar la totalidad de un edificio o parte del mismo, siempre que ésta sea completamente independiente, debiendo constituir sus dependencias un todo homogéneo, con entradas, escaleras y ascensores de uso exclusivo; b) Facilitar al público tanto el servicio de alojamiento como de comidas, a excepción de los hoteles residencias y hoteles apartamentos; y, c) Disponer de un mínimo de treinta habitaciones. (Gob, 2011)

**Art. 25.- Motel.-** Es motel todo establecimiento hotelero situado fuera de los núcleos urbanos y próximo a las carreteras, en el que mediante precio, se preste servicios de alojamiento en departamentos con entradas y garajes independientes desde el exterior, con una capacidad no menor de seis departamentos. Deberá prestar servicio de cafetería las veinticuatro horas del día.

**Art. 31.- Complejos vacacionales.-** Son complejos vacacionales todos los alojamientos ubicados fuera de los núcleos urbanos, cuya situación, instalaciones y servicios permitan a los clientes el disfrute de sus vacaciones en contacto directo con la naturaleza, facilitando hospedaje en régimen de pensión completa, junto con la posibilidad de practicar deportes y participar en diversiones colectivas por un precio especial. (Gob, 2011)

#### 4.1.1.2 Evolución del Sector

En Ecuador los primeros hoteles aparecen a principios del siglo XIX; 4 en Quito y 3 en Guayaquil.

#### Ilustración 8 Primeros Hoteles en Ecuador

Primer Hotel en Guayaquil



Primer Hotel en Quito



**Fuente:** Diario El Comercio-Quito; Revista “Primeros anuncios publicitarios 1880-1930”-Guayaquil

Sin embargo se puede observar en la tabla No.4 que la capacidad de establecimientos del sector hotelero en el Ecuador hasta el 2014 era de 5189 establecimientos inscritos en el

Ministerio de Turismo. Esta suma de establecimientos cuenta con 98.177 habitaciones y 223.140 plazas. El 54,10% de establecimientos está registrado en la categoría Tercera, el 30,76% en Segunda, y el 13,20% en Primera; entre otras registradas en menor proporción.

**Tabla 4 Establecimientos dedicados al servicio de alojamiento por categoría**

Provincia	Categoría																				
	Lujo			Primera			Segunda			Tercera			Cuarta			Unica			Total		
	Estableci mientos	Habitacio nes	Plazas	Estableci mientos	Habitacio nes	Plazas	Estableci mientos	Habitacio nes	Plazas	Estableci mientos	Habitacio nes	Plazas									
Azuay	2	119	220	65	1,504	2,899	57	1,044	2,014	56	925	1,755							180	3,592	6,888
Bolívar				6	110	231	9	119	268	35	590	1,262	1	32	54	1	9	25	52	860	1,840
Cañar				2	61	128	24	436	786	34	553	875							60	1,050	1,789
Carchi				6	106	203	18	331	723	27	389	812							51	826	1,738
Cotopaxi				16	281	629	33	453	905	98	1,322	2,627	3	90	176	1	-	-	151	2,146	4,337
Chimborazo	1	12	31	33	689	1,857	44	723	1,673	80	1,190	2,528	2	60	126	2	15	40	162	2,689	6,255
El Oro	2	206	366	27	801	1,547	46	1,039	2,016	67	1,455	2,662							142	3,501	6,591
Esmeraldas				43	1,350	4,092	194	3,378	10,793	169	2,340	6,791				2	29	84	408	7,097	21,760
Guayas	14	1,894	4,236	46	1,716	3,781	137	4,335	10,021	220	6,378	13,651	10	410	813	1	15	40	428	14,748	32,542
Imbabura				38	850	1,774	96	1,604	3,690	100	1,459	2,992	1	33	104				235	3,946	8,560
Loja	2	114	178	26	586	1,107	73	1,184	2,190	106	1,752	3,135	2	138	257				209	3,774	6,867
Los Ríos	1	35	100	7	212	490	33	560	1,201	84	1,357	2,596	1	36	73				126	2,200	4,460
Manabí	2	182	369	53	1,234	3,130	150	2,497	7,070	419	6,004	15,057	3	99	278				627	10,016	25,904
Morona Santiago				4	57	122	23	454	877	52	902	1,742	1	31	65				80	1,444	2,806
Napo				18	377	1,091	54	924	2,406	92	1,166	2,758	1	32	91	5	41	49	170	2,540	6,395
Pastaza				6	97	231	31	485	1,251	58	828	1,920	2	62	115	1	6	12	98	1,478	3,529
Pichincha	9	1,837	4,350	143	3,227	7,054	275	4,502	9,826	409	5,932	12,264	3	98	175				839	15,596	33,669
Tungurahua	1	30	78	45	952	2,193	47	871	2,011	239	3,583	8,221	1	35	74	1	6	22	334	5,477	12,599
Zamora Chinchipe				5	65	130	14	207	469	36	486	889	1	32	72				56	790	1,560
Galápagos				39	582	1,193	46	641	1,475	23	207	429							108	1,430	3,097
Sucumbíos				5	179	334	29	589	1,213	98	1,743	3,296	5	160	271	1	11	84	138	2,682	5,198
Orellana				6	229	403	14	349	761	81	1,479	2,957	5	197	333	4	39	61	110	2,293	4,515
Sto. Domingo de los Tsáchilas				14	376	752	48	1,108	2,022	70	1,382	2,339							132	2,866	5,113
Santa Elena	1	100	364	32	776	2,795	101	1,887	5,514	154	2,183	6,092	4	190	363	1	-	-	293	5,136	15,128
<b>TOTAL</b>	<b>35</b>	<b>4,529</b>	<b>10,292</b>	<b>685</b>	<b>16,417</b>	<b>38,166</b>	<b>1,596</b>	<b>29,720</b>	<b>71,175</b>	<b>2,807</b>	<b>45,605</b>	<b>99,650</b>	<b>46</b>	<b>1,735</b>	<b>3,440</b>	<b>20</b>	<b>171</b>	<b>417</b>	<b>5,189</b>	<b>98,177</b>	<b>223,140</b>

Fuente: MINTUR-Catastro turístico consolidado nacional 2014.

#### **4.1.1.3 Estructura del sector**

Debido a que en el caso de Ecuador la estructura del sector hotelero es extensa, el estudio se enfocará en los hoteles de 5 estrellas. Se analizará la cadena de valor del establecimiento antes mencionado, así como todas las partes relacionadas y todo aquello que termina generando. La cadena de valor está dividida en actividades primarias y actividades de apoyo en donde las actividades primarias son aquellas que están directamente relacionadas con la entrega del servicio, mientras que las de apoyo hacen posible que estas se realicen mediante pasos previos.

Logística Interna: Dentro de esta clasificación encontramos aquellas actividades relacionadas con la recepción y contacto con el cliente como lo son;

Atracción y reservas del cliente; donde se atiende personalmente, telefónicamente o vía email al cliente y se informa sobre las ofertas, servicios y tarifas. Previo a esta actividad, se debió realizar un trabajo de publicidad y marketing, sin embargo también se puede hacer uso de socios estratégicos como agencias de viaje y empresas online especialistas en reservas de alojamiento online como lo son BOOKING.COM o DESPEGAR.COM.

Check in, entrega de habitaciones, control de habitaciones; es vital realizar estas actividades, pues al final del día, es su producto estrella y es necesario saber con cuanto inventario disponible existe. Las áreas de soporte en este caso sería RRHH, con el personal capacitado para mantener en orden las habitaciones. Y de ser el caso se puede hacer uso de servicios prestados para la limpieza del hotel.

Operaciones: Dentro de esta clasificación encontramos actividades relacionadas con la ejecución del servicio de alojamiento, enfocados a que el cliente se sienta tan a gusto que desee no irse, esto involucra a áreas de aprovisionamiento como restaurante, spa, gimnasio, piscina, etc. Para esto se hace de varios tipos de proveedores; de alimentos, bienes muebles, transportación e instalaciones técnicas.

La cadena de valor se puede ver fundamentada en la siguiente imagen



En cada una de estas actividades se encuentran intermediarios externos que hacen más valioso este sector ya que genera empleo e incentiva el crecimiento de la economía mediante el uso de proveedores, y socios estratégicos.

#### **4.1.1.3. Participantes en el Sector**

Para poder definir cuáles son los participantes en el mercado es necesario realizar un análisis de las cinco fuerzas de Porter descritas en el capítulo 2.

## **Amenaza de entrada de competidores potenciales**

En la actualidad, el gobierno está incentivando la inversión extranjera en este sector, por lo cual las barreras de entrada son cada vez menores, por ello 21 proyectos hoteleros se encuentran en proceso en el país, la inversión se sitúa alrededor de USD\$650 millones. Diez de estos están siendo construidos y se espera que 5 inicien sus operaciones en el transcurso de este año, según el MINTUR. La cifra estimada para planes turísticos en Quito y Guayaquil es de aproximadamente UDS \$700 millones para el 2015 y 2016. Hilton Colón, Wyndham, Accor, e Intercontinental, cadenas hoteleras de gran prestigio arriesgan por invertir en Ecuador. (Ojeda, Pacific Credit Rating, 2014).

La cadena Accor junto al aliado andino Ecuaresort S.A., planean edificar 10 hoteles de bajo coste en Ecuador. La inversión estimada gira alrededor de USD\$ 100 millones, según dio a conocer Franck Pruvost, director general de Accor para **Suramérica**. Se prevé que las operaciones en los hoteles que se construirán en las ciudades de Guayaquil y Quito inicien entre el 2016 y 2017. Por el otro lado, en las ciudades de Machala y Santo Domingo se estima que inicien en el 2019. (LATAM, 2014)

## **Demandantes**

Entre los demandantes del sector hotelero tenemos a los turistas internos y a los externos. En el turismo interior el número de viajes que una familia promedio realiza por año se sitúa de 2 a 3. Estos viajes se realizan el 50% de ellos en fines de semana, 32% en feriados y 18% entre semana. El número de personas en promedio por viaje es de 3-4 personas. 0.66% de estos viajes se realizan en avión, 43.49% con vehículo propio, 48.34% en bus y el 7.5% en otros. El 71% se aloja en una vivienda de familiares o amigos, 19% en un hotel y el 11% en otros. El tiempo de estadía del 35% de los turistas internos es de 0 noches, del 22% es de 1 noche, del 23% es de 2 noches, del 10% es de 3 noches y 10% de 3 noches en adelante. El gasto por persona por noche va desde los \$10 a los \$95. El 22% de turistas tiene como destino final el Guayas, 15% Manabí, 14% Azuay, 5% Pichincha y 43% el resto del país.

Por el otro lado tenemos a los turistas externos, entre los países que más visitan Ecuador están Colombia, Estados Unidos, Perú, Venezuela, España, Argentina, Chile, Cuba y

Alemania. A continuación se presentará una tabla con datos obtenidos de la página del Mintur en donde se aprecia la participación de mercado de las llegadas de visitantes de los 10 países mencionados anteriormente sobre el total de visitas de extranjeros durante el año 2014.

**Tabla 5 Participación de visitantes extranjeros al Ecuador por nacionalidad**

País	
COLOMBIA	23,79
ESTADOS UNIDOS	16,62
PERÚ	11,52
VENEZUELA	7,47
ESPAÑA	4,43
ARGENTINA	3,80
CHILE	2,83
CUBA	2,53
ALEMANIA	2,19

**Fuente:** Ministerio de Turismo, Origen de Visitantes Internacionales

La empresa Despegar.com, mencionó en uno de sus reportes realizados en base a su análisis de ventas al cierre del año 2014 que las reservas de hoteles crecieron en un 37% respecto al año pasado. Y espera que exista un incremento aún más significativo en la demanda de productos turísticos, exclusivamente en servicios de hotelería, entre otros. (Melendéz, 2015)

#### Productos complementarios

En el grupo de servicios complementarios al de alojamiento y que incluso se pueden manejar como socios estratégicos están los operadores turísticos, ministerios relacionados y empresas que provean servicio de transporte, y agencias de viajes. En Ecuador la operación turística está liderada por OPTUR (Asociación Nacional de Operadores de Turismo Receptivo del Ecuador), la misma que se establece con el fin de robustecer el progreso integral del turismo. Entre sus socios están Equateur Voyages Passion, Latin Trails, Ecole Travel Ecuador, Biking Dutchman ,Ecosportour, Isla Montana Travel, Magic Ecuador, seguidos de una gran lista. (OPTUR, 2015)

Optur cuenta con socios que trabajan con altos estándares de calidad con el fin de brindarle al turista satisfacción en su estadía por el país, incluyendo personal, guías turísticos, infraestructura, etc. A la vez Optur usa una voz colectiva para propagar leyes a favor de la conservación y ecología.

Según el MINTUR, existen 780 agencias en el mundo Andes, de un universo total de 1.264 agencias de viajes que fueron registradas a fines del 2007, concierne a un 61.71% del total de agencias del Ecuador. 44 de ellas son firmas mayoristas, 245 internacionales, 308 operadores de receptivo. Por el lado de las empresas encargadas al servicio de transporte turístico terrestre existen 230 compañías según el Ministerio de Turismo, tienen una capacidad para 11.244 pasajeros. Con respecto a embarcaciones para transporte fluvial y marítimo en el mundo Andes, no se cuenta con ninguna según el MINTUR.

#### Proveedores

Dentro de los proveedores del sector, se encuentran varios puesto que pueden ser proveedores de alimentos en caso de ser alojamientos que ofrezcan servicio de alimentos, mueblería, tecnología, servicios básicos, etc. Se considera a los de financiamiento uno de los más importantes, dado que sin contar con la inversión correspondiente no se podría efectuar ninguna actividad, inclusive no se podría contar con la infraestructura adecuada. En el transcurso del año 2012, la Corporación Financiera Nacional (CFN) creó un distrito de asesoría de turismo, con el fin de aportar al crecimiento de inversiones en actividades de hospedaje, agencias de viajes, alimentos, transporte, etc. El sector hotelero es el rubro al que más fondos se le han destinado.

#### **Competidores Potenciales**

Según la Revista Gestión en base a los datos encontrados en la Superintendencia de Compañías las 10 empresas más importantes dentro del sector de alojamiento en el Ecuador son:

**Tabla 6 Ranking de las 10 compañías más importantes del sector alojamiento**

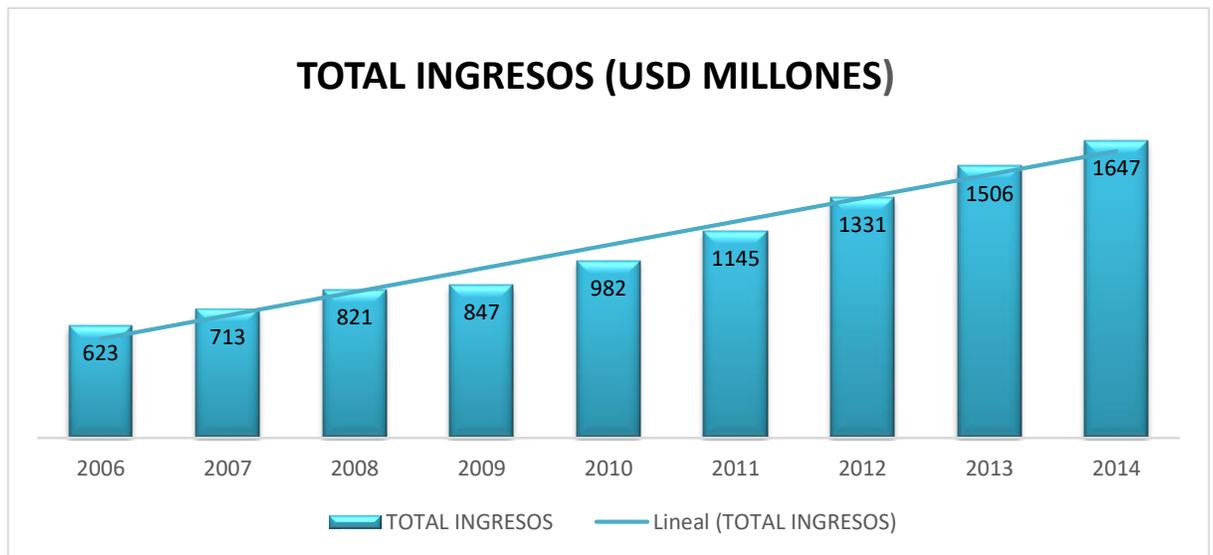
1	H. O. V. Hotelera Quito S. A.
2	Hotel Colón Guayaquil S. A.
3	Deli Internacional S. A.
4	Hotel Colón Internacional C. A.
5	Tecfood Servicios de Alimentación S. A.
6	Amazonashot (Hotelería, organizaciones y turismo) S. A.
7	Hotel Oro Verde S. A. Hotver
8	Quitolindo Quito Lindo S. A.
9	Sihama Servicios Integrales de Hotelería Alimentación y Mantenimiento C. L.
10	Shemlon S. A.

**Fuente:** Superintendencia de Compañías

#### **4.1.1.4 Situación Actual del Sector**

Desde el 2014 la hotelería ecuatoriana ha logrado un desarrollo destacable durante el 2014 en comparación con 2013, y ha venido con una tendencia positiva desde el 2006 como lo podemos ver en la ilustración No.11, dónde se visualiza una línea de tendencia positiva para los ingresos de los establecimientos dedicados a brindar el servicio de alojamiento del, esta información fue tomada desde la aplicación electrónica del SRI denominada Estadísticas Multidimensionales.

**Ilustración 9 Ingresos Totales en el servicio de alojamiento**

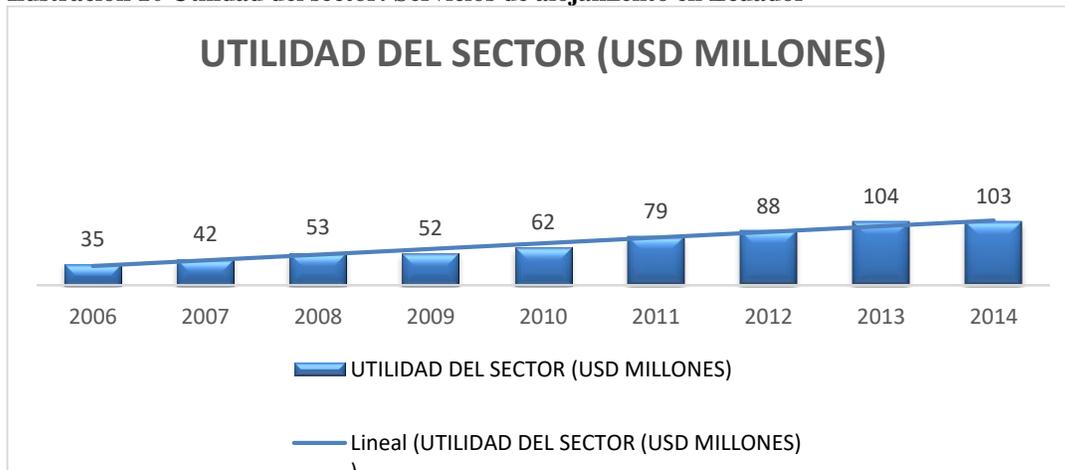


**Fuente:** Servicio de Rentas Internas

**Elaborado por:** Zuly Calderón, Nicole Camino

De igual forma se generó información sobre la rentabilidad monetaria que está dejando este sector.

**Ilustración 10 Utilidad del sector: Servicios de alojamiento en Ecuador**



**Fuente:** Servicio de Rentas Internas

**Elaborado por:** Zuly Calderón, Nicole Camino

#### **4.1.2 Análisis Sectorial Externo**

Cabe recalcar que el este estudio guarda mucha relación con el turismo motivo por el cual se considera necesario describir la situación de esta industria a nivel mundial; es así

que es considerado un gran aporte en las economías del mundo, en Estados Unidos por ejemplo: forma parte del 9% del PIB mundial, 1 de cada 11 empleos (directos e indirectos) provienen de este sector, suman aproximadamente 1,5 millones en exportaciones logrando convertirse en el 6% de las exportaciones mundiales. Como resultado de este auge turístico se obtiene ingresos derivados del gasto de los visitantes internacionales en alojamiento, comida y bebida, entretenimiento, compras y otros bienes y servicios (Organización Mundial del Turismo, 2015)

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), los países con mayor afluencia de turistas son en su mayoría países de primer mundo, con grandes infraestructuras hoteleras como los que se detalla a continuación:

**Ilustración 11 Llegada de Turistas Internacionales**

Llegadas de Turistas Internacionales (millones de personas)				
Ranking 2014	2012	2013	2014	Var % 14/13
<b>Mundial</b>	<b>1,039</b>	<b>1,087</b>	<b>1,133</b>	<b>4.2%</b>
1 Francia	82	83.6	83.8	0.2%
2 EE. UU.	66.7	70	74.8	6.8%
3 España	57.5	60.7	65	7.1%
4 China	57.7	55.7	55.6	-0.1%
5 Italia	46.4	47.7	48.6	1.8%
6 Turquía	35.7	37.8	39.8	5.3%
7 Alemania	30.4	31.5	33	4.6%
8 Reino Unido	29.3	31.1	32.6	5.0%
9 Rusia	25.7	28.4	29.8	5.3%
10 México	23.4	24.2	29.3	21.5%
11 Hong Kong	23.8	25.7	27.8	8.2%

**Fuente:** Organización Mundial del Turismo

Además este organismo ha diseñado una serie de planes, con vistas al 2030 basado en una serie de factores de tipo económicos, social, cultural, medio ambiental, etc. Y los resultados esperados son de gran impacto para los países emergentes.

**Tabla 7 Turismo al 2030**

El turismo hacia 2030: Turismo internacional por región de destino												
	Llegadas de turistas internacionales (millones)					Crecimiento medio anual (%)					Cuota (%)	
	Datos registrados		Proyecciones			Datos registrados		Proyecciones			2010	2030
	1980	1995	2010	2020	2030	1980-'95	'95-2010	2010-'30, de los cuales				
								2010-'20	2020-'30			
<b>Mundo</b>	<b>277</b>	<b>528</b>	<b>940</b>	<b>1.360</b>	<b>1.809</b>	<b>4,4</b>	<b>3,9</b>	<b>3,3</b>	<b>3,8</b>	<b>2,9</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
Economías avanzadas <sup>1</sup>	194	334	498	643	772	3,7	2,7	2,2	2,6	1,8	53	43
Economías emergentes <sup>1</sup>	83	193	442	717	1.037	5,8	5,7	4,4	4,9	3,8	47	57

**Fuente:** Panorama OMT del Turismo Internacional

#### 4.1.2.1 Descripción del Sector

##### 4.1.2.1.1 Características sector hotelero a nivel mundial

El sector hotelero a nivel mundial ha venido desarrollándose con el pasar del tiempo, el mismo que incluye cambios tecnológicos en sus plataformas. Sus orígenes vienen desde las olimpiadas en Olimpus, donde los convidados buscaban un lugar donde terminar la noche. Las ruinas arquitectónicas de la vieja Roma, o las pinturas que aún se conservan, son pruebas de la existencia de las hosterías conocidas como “Mansiones”. Distintos tipos de establecimientos alocados a lo largo de las poblaciones como posadas, tabernas que tenían como fin satisfacer las necesidades de los transeúntes. A raíz de la caída del imperio Romano, dejaron de ser útiles las posadas y debido a esto el negocio se extinguió, la demanda y oferta se paralizó. Esto da una idea de cómo se manejaba el servicio de alojamiento desde sus inicios (Valdivieso, 2011).

Identificar las características que guardan en común los hoteles a nivel mundial es un trabajo difícil, dado que cada país tiene una estructura del sector diferente. No es un sector de características homogéneas a nivel mundial, sino que existen variaciones considerables a nivel de tamaño de establecimiento, tipo de establecimiento y algunos otros factores.

#### 4.1.2.2 Evolución

La industria hotelera data desde el siglo VI A.C. dónde se encuentra la necesidad del trueque entre diferentes civilizaciones por lo cual los negociantes debían viajar de un lugar a otro. En un principio este servicio era gratuito, debido a que los reyes crearon refugios para los mercaderes, después de la caída del imperio romano paso a manos de los monasterios bajo la misma modalidad.

Fue a partir del siglo XII-XVIII en dónde ya se podían ver ferrocarriles, y demás medios que facilitaban la transportación y la comunicación en dónde empieza a comercializar este servicio en las denominadas posadas, siendo Francia quien ejerció mayor influencia, seguido por Estados Unidos con sus hoteles gigantes de más de 500 habitaciones. Hoy en día la industria hotelera es una de las industrias del billón de dólares y en muchos países europeos ocupa el primer puesto de la industria nacional.

En los últimos doce años, el sector hotelero ha tenido un crecimiento a nivel mundial del 1.6% anual, el mismo liderado por Asia/Pacífico, aportando un incremento del 2.7%, seguido de Medio Oriente y África aportando un 2.5%. América del Norte es la zona que cuenta con mayor cantidad de habitaciones de hoteles, representando un 41.1% de la oferta mundial de habitaciones de hoteles. Al hablar de Europa, el incremento anual fue de 1.1%, tomando el compound annual growth rate (CAGR), el cual mide la variación media interanual (Hosteltur).

En Febrero del 2012, STR Global efectuó un censo a nivel mundial el cual dio como resultado que a nivel mundial existían 13'443.014 habitaciones de hoteles. El incremento más elevado que ha existido está en los hoteles de categoría superior y primea categoría, pues representan 39% del 41% del total (Hosteltur).

Pese a la crisis económica que se atraviesa en varios países del mundo, se espera que el número de viajeros mundiales siga incrementando y esto tiene una afectación positiva en el sector hotelero

#### **4.1.2.3 Clasificación del sector**

Actualmente no existe un reglamento estándar a nivel mundial para la clasificación de entidades dedicadas a proveer el servicio de alojamiento, este es uno de los puntos más relevantes al momento de considerar la comparabilidad. Cada país ajusta esta clasificación a su realidad por ejemplo: Chile tiene su reglamento de clasificación, calificación y registro de establecimientos que prestan el servicio de alojamiento turístico, dónde menciona.

**Artículo 3°: Los establecimientos que presten el servicio de alojamiento turístico se clasificarán en: 1. Albergue (refugio); 2. Apart-hotel; 3. Hospedaje familiar (alojamiento y desayuno; bed & breakfast); 4. Hostal; 5. Hostería; 6. Hotel; 7. Lodge; 8. Motel; 9. Recinto de campamento (camping), y 10. Resort. (Chile, 2003)**

**Artículo 5°: Los hoteles se calificarán en categorías de 1 a 5 estrellas y los moteles y apart-hoteles, en categorías de 3 a 5 estrellas. (Chile, 2003)**

También existen países como España dónde hay más de un reglamento interno, pues este tema no es de tinte nacional sino que cada gobierno autónomo tiene su propia legislación.

Lo que nos hace caer en cuenta que la comparabilidad con algún país de América Europa llega a ser muy difícil pues normalmente la información está en función de estas clasificaciones.

#### **4.1.2.4 Participantes del sector hotelero mundial.**

##### **Competidores**

A nivel mundial la competencia es muy reñida y está influenciada por elementos diferenciadores como: Innovación en sus servicios, infraestructura, y tecnología. Por otro lado, son aquellas empresas especialistas en el tema, las que han podido crecer llegando a formar cadenas hoteleras a nivel mundial. Según información presentada por la Revista Gestión las cadenas hoteleras más importantes de este sector son:

**Tabla 8 Ranking Mundial de empresas en el Sector de Alojamiento**

Rk 2013	Rk 2012	Compañía	Sede principal	N° habitaciones 2013	N° hoteles 2013
1	1	Inter Continental Hotels Group (IHG)	Denham, Inglaterra	679.050	4.653
2	3	Hilton Worldwide	McLean, Virginia	678.630	4.115
3	2	Mariott International	Bethesda, Maryland	675.623	3.916
4	4	Wyndham Hotel Group	Parsippany, New Jersey	645.423	7.485
5	5	Choice Hotels International	Rockville, Maryland	506.058	6.340
6	6	Accor	Courcouronnes, Francia	461.719	3.576
7	7	Starwood Hotels & Resorts Worldwide	Stamford, Connecticut	346.819	1.175
8	8	Best Western International	Phoenix, Arizona	317.838	4.097
9	10	Home Inns & Hotels Management	Shanghái, China	262.321	2.241
10	9	Shanghai Jin Jiang International Hotel Group Co.	Shanghái, China	235.461	1.566
11	12	Carlson Rezidor Hotel Group	Minnetonka, Minnesota	168.927	1.079
12	14	Plateno Hotels Group	Guangzhou, China	166.446	1.726
13	16	China Lodging Group	Shanghái, China	152.879	1.425
14	13	Hyatt Hotels Corp.	Chicago, Illinois	147.388	548
15	11	Magnuson Hotels	Spokane, Washington	142.500	1.865

Fuente: <http://www.hotelsmag.com>

#### 4.1.2.5 Situación actual de sector a nivel mundial

La industria hotelera mundial continúa incrementando sus ganancias y a la vez se somete a serie de transformaciones e innovaciones, tal y como lo han comprobado asistentes de la Conferencia de Inversión Hotelera de la Universidad de Nueva York. (Hosteltur.com, 2015)

El sector hotelero y turístico son sectores de la economía mundial que han experimentado un desarrollo vertiginoso. Por su elevado coeficiente de mano de obra y formidable efecto multiplicador en el empleo y en distintos sectores involucrados, se lo toma en cuenta dentro de los sectores que mayores empleos han generado a nivel internacional. No obstante, el sector objeto de estudio tiene la popularidad de brindar malas condiciones de trabajo por muchos factores, como por ejemplo: bajos salarios y bajos niveles de requisitos en materia de calificaciones, trabajo por turnos, por las jornadas

nocturnas que son las más agotadoras y también por la estacionalidad. (Organización Internacional del Trabajo)

Se escucha de forma frecuente que el poder está a cargo de pocas personas. El sector hotelero no está muy alejado a esta frase. Según datos proporcionados por STR Global existen más de 187.000 hoteles a nivel mundial con 13.5 millones de habitaciones alrededor, como se mencionó anteriormente. Si equiparamos esta información con los de una reciente investigación de las grandes cadenas hoteleras, efectuada por MKG Group, se observa que los 10 primeros grupos de hoteles se racionan 37.315 hoteles, cerca del 20% del universo total. Por otra parte comparten alrededor del 34% de habitaciones, es decir 4.5 millones del universo total (MKG Group, 2013).

## CAPITULO IV

### 4.2 ANÁLISIS ESTADISTICO

#### 4.2.1 Análisis Descriptivo

La estadística descriptiva se ocupa de la representación y análisis de hechos y cosas, explicando sus diferentes partes, pero sin extraer conclusiones que puedan generalizarse a un todo. Esta rama de la estadística para cumplir con los objetivos que le son propios utiliza el siguiente método. (Chavez, 2013)

Recolección de datos. Consiste en la obtención de los datos relacionados con el problema motivo de estudio, utilizando instrumentos tales como: Cuestionarios, informes, memorias, etc.

- Análisis de Datos. Se lo hace tomando en cuenta factores, tales como: indagación y estudio de cada observación, para luego anotar el valor de cada aspecto.

Por medio de la media, mediana, desviación estándar, máximo, mínimo, varianza, coeficiente de asimetría, se evaluó el comportamiento de modo integral de los ratios financieros utilizados en el siguiente estudio

**Tabla 9 Análisis Descriptivo de ratios financieros XLSTAT**

Variable	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típica
Costo de Ventas/Ingresos	0	0.924	0.151	0.183
Gastos Operacionales / Ingresos	0	1.046	0.333	0.288
Inventario/Ingresos	0	0.277	0.029	0.04
Total Activo Corriente/Ingresos	0	3.3	0.43	0.556
Total Activo No corriente/Ingresos	0	5.378	1.135	1.214
Cuentas por Pagar/Ingresos	0	2.194	0.167	0.358
Total Pasivo Corriente/Ingresos	0	6.031	0.556	0.99
Total Pasivo No Corriente/Ingresos	0	2.065	0.271	0.451
PPE/Total Activos	0	0.138	0.021	0.033
(CtasxCobrar/Ventas)*365	0	393.217	42.281	56.651
(Inventario/Csto Ventas)*365	0	101.16	12.243	15.862
(CtasxCobrar/Csto Ventas)*365	0	393.217	42.281	56.651
Inventario/Total Activo	0	0.363	0.026	0.055
Total Pasivo/Total Activo	0	1.104	0.412	0.286

**Elaborado por:** Nicole Camino y Zuly Calderón

Se examinó la estadística descriptiva en base a los datos obtenidos durante el estudio. Este análisis proporcionó una media que pauta el promedio aritmético de los datos implicados. La media más baja fue de 0.021 y la proporcionó el ratio de PPE/ Total de Activos, el cuál mide el mantenimiento de la empresa, es decir mientras más bajo sea mejor. El segundo ratio con la media más baja es el ratio de Inventario/ Ingresos, con una media de 0.026.

Se esperaba obtener una media baja en este ratio puesto que cuando se trata de una industria que se dedique a proporcionar un servicio, las firmas no cuentan con inventarios de mercadería o inventarios de productos en procesos y tan sólo cuentan con inventarios que sirven para satisfacer necesidades de los huéspedes. Por el otro lado, el ratio de mayor media lo proporciona el de Total de Activos no corrientes/ Total de Ingresos con un valor de 1.135, es decir gran parte de los pagos de esta industria son efectuados por

adelantado. No obstante es el que muestra la desviación estándar más alta entre sus pares, es decir expresa una variación esperada bastante significativa entre las empresas dentro del sector, lo que podría tener una afectación considerable en el promedio real.

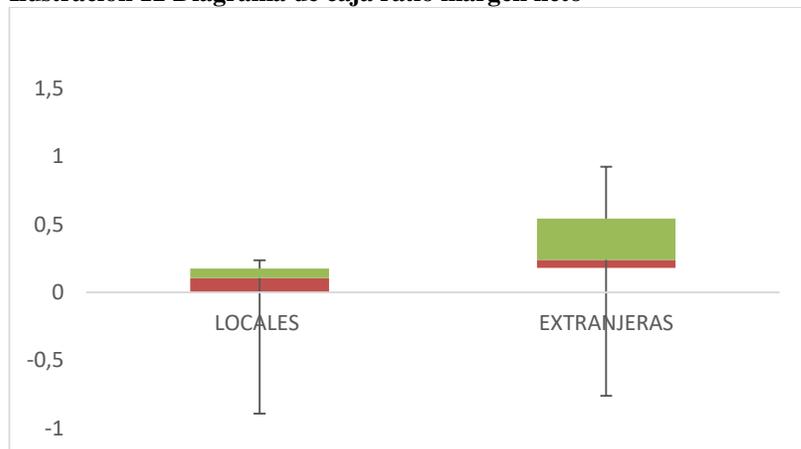
Efectuando un análisis general de los ratios del estudio, el mínimo valor es de 0 y el máximo valor es de 1.104, esto se puede esclarecer debido a la distancia que consta entre los datos de activos, ingresos, pasivos, inventarios, en sí, cuentas de mayor relevancia dentro de los balances y estados de resultado de las firmas y distintos fragmentos geográficos

Información presentada por la revista Ekos muestra que el promedio de rentabilidad dentro del sector hoteles y restaurantes es de 6.4%, con que podemos hacer inferencia para comparar con el evolutivo de las empresas nacionales analizadas. El ratio costo de venta/ ingresos podría

El ratio margen neto, no es representativo en este sector, puesto que si vemos el comportamiento del mismo en nuestra muestra, no hay una línea de tendencia. Esto debido a que este sector brinda servicios no productos, y no tiene un costo de venta, no maneja inventarios representativos, ni ingresos dependientes de éstos.

Para complementar esta información haremos uso de diagramas de caja con el fin de comparar el comportamiento de las empresas locales vs las extranjeras.

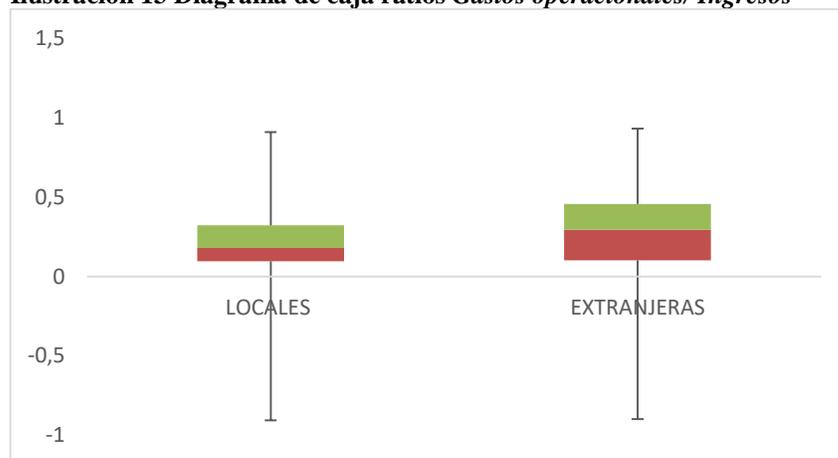
**Ilustración 12 Diagrama de caja ratio margen neto**



**Elaborado por:** Zuly Calderón, Nicole Camino

Al analizar este diagrama se obtiene que la distribución de los Costos de venta/Ingresos tanto para empresas locales como para extranjeras es asimétrica. La asimetría que existe en el mercado extranjero está mucho más acentuada que en el local, pues existe deformación horizontal en las distribuciones de frecuencia. En el caso de las empresas locales, la mayor parte de información está ubicada por debajo del primer cuartil y existe una diferenciación grande con respecto a la información ubicada por encima del tercero. Asimismo, es evidente que la mitad de los Costos de Venta/Ingresos para el caso de las locales, correspondiente a la parte central de la distribución se encuentran en un valor de 0.1, a diferencia del mercado extranjero que el valor se encuentra cercano a 0.2 tal y como se observa en el diagrama de cajas. Con esto se puede afirmar que el sector externo invierte en mayor cantidad de implementos que el sector interno, con el fin de ofrecer un servicio de alojamiento de mayor calidad, puesto que el hecho de que los costos de venta sean mayores implica que el sector extranjero da servicios adicionales a los huéspedes durante su estadía, dándole un valor agregado al servicio ofertado

**Ilustración 13** Diagrama de caja ratios *Gastos operacionales/ Ingresos*

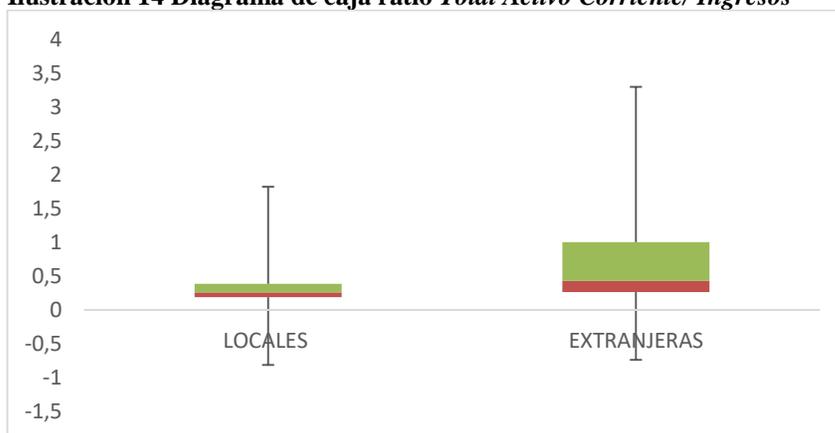


**Elaborado por:** Zuly Calderón, Nicole Camino

Mencionamos anteriormente que el ratio Gastos Operacionales/Ingresos permite establecer el grado de participación de los gastos operacionales en los ingresos totales, por lo que se espera que mientras más bajo sea el valor más eficiente sea el sector. Este diagrama revela que la participación de los gastos operacionales sobre los ingresos para el

caso de las empresas extranjeras tiende a ser mayor que el de las locales. Esto podría referirse a los distintos tipos de operación que existen entre las mismas. Las operaciones en las empresas extranjeras son mucho más grandes, lo que implica mayores gastos operacionales. No obstante, la variabilidad que existe en la parte central de la distribución de estos datos para el caso de ambos sectores tanto interno como externo es bastante similar. La media se sitúa alrededor de 0.1. En el caso de las empresas locales, la mayor parte de los datos se encuentran ubicados en el primer cuartil, a diferencia de las empresas extranjeras que se encuentra en el tercer cuartil.

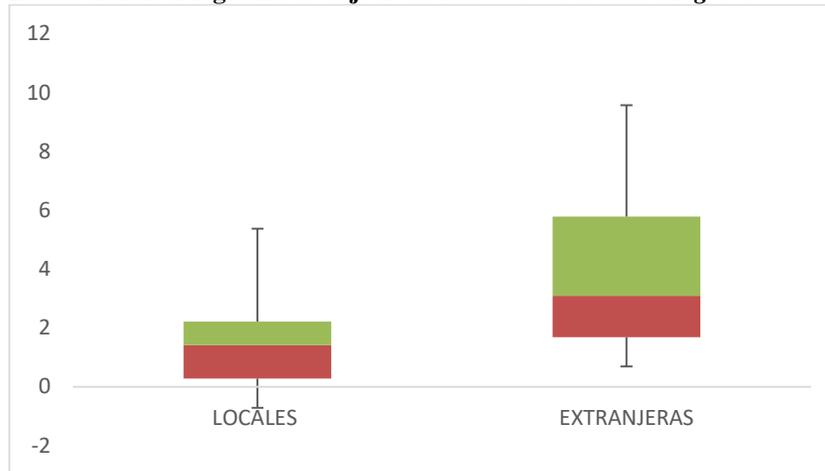
**Ilustración 14** Diagrama de caja ratio *Total Activo Corriente/ Ingresos*



**Elaborado por:** Zuly Calderón, Nicole Camino

A pesar de que no existe mayor variabilidad en la parte central de la distribución de los datos para el caso de empresas locales y extranjeras, es evidente que existe una gestión superior por parte de empresas extranjeras, puesto que el porcentaje que los activos corrientes aportan a los ingresos es mayor que en el caso de las locales, existe mayor liquidez en las empresas del sector extranjero pues la mayor cantidad de datos se encuentran en el tercer cuartil, por encima de la media y giran alrededor de 0.5 a 1 a diferencia del sector interno que va desde 0.1 a 0.5.

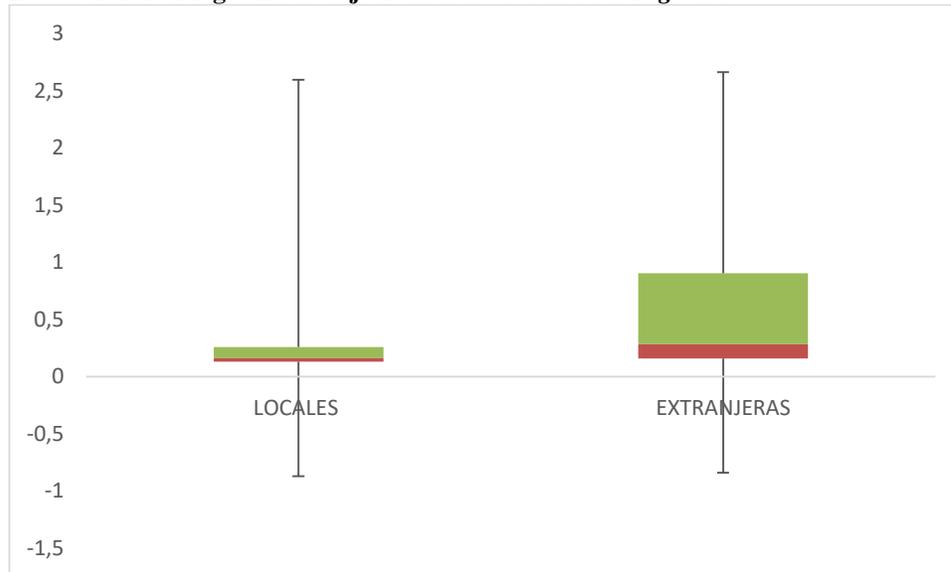
**Ilustración 15** Diagrama de caja *Total Activo No Corriente/Ingresos*



**Elaborado por:** Zuly Calderón, Nicole Camino

En este escenario, existe mayor variabilidad en la parte central de la distribución de los datos si es que comparamos al sector local y al extranjero. La media del sector local se sitúa alrededor de 1.7, mientras que para el caso del sector extranjero se sitúa alrededor de 2. El tercer cuartil, es decir la mediana de la mitad mayor de los datos para el caso de las empresas extranjeras es mayor que para el de las empresas locales, esto puede explicar que las infraestructuras de las empresas que brindan el servicio de alojamiento en el exterior son superiores a las del sector local y el hecho de que exista una infraestructura superior también deriva a una operación mayor.

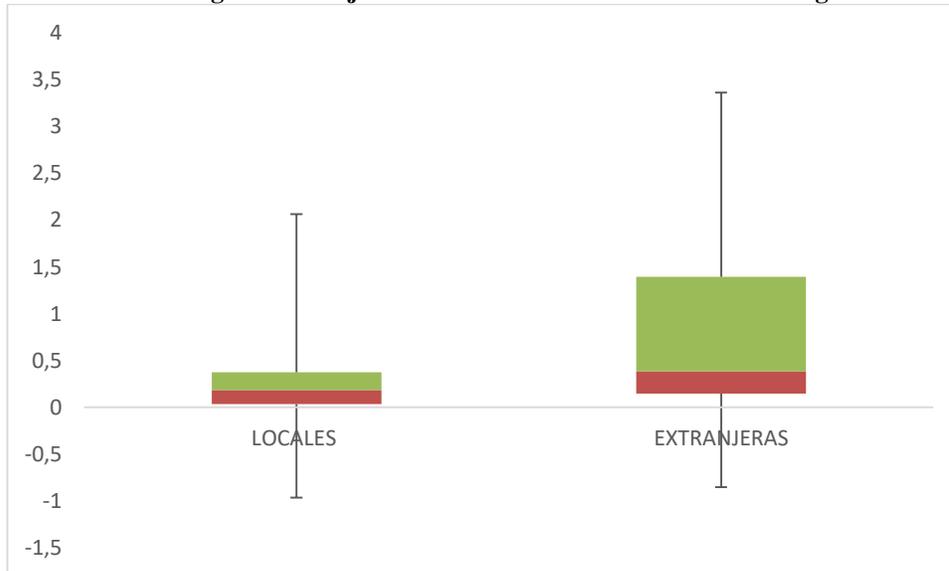
**Ilustración 16** Diagrama de caja *Total Pasivo Corriente/Ingresos*



**Elaborado por:** Zuly Calderón, Nicole Camino

Dado que el ratio Total Pasivo Corriente/Ingresos mide el grado de participación de los proveedores y acreedores en los ingresos de las empresas, podemos notar que para el caso de las empresas extranjeras es mucho mayor que para el sector interno. A pesar de que no existe mayor variabilidad en la parte central de la distribución de los datos para el caso de empresas locales y extranjeras, es evidente que existe una mayor participación de los proveedores en el caso de las empresas extranjeras y esto puede responder a por qué existe mayor liquidez en las empresas del sector extranjero tal y como se observó en el análisis previo del ratio Total de Activo Corriente/Ingresos. Que exista una mayor participación de proveedores significa que existen mayor cantidad de cuentas por pagar a corto plazo. La mayor cantidad de datos para el caso de las empresas extranjeras se encuentra ubicada en el tercer cuartil y este va desde 0.1 a 0.9 a diferencia del sector interno que va desde 0.1 a 0.2. En ambos sectores existe asimetría de información, pero es mucho más notorio en el sector extranjero.

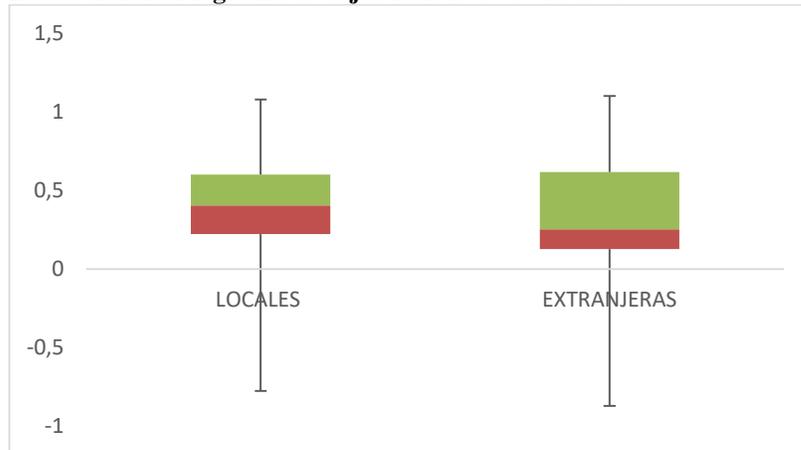
**Ilustración 17 Diagrama de caja del ratio Total Pasivo No Corriente/ Ingresos**



**Elaborado por:** Zuly Calderón, Nicole Camino

Tal y como en el análisis anterior, el grado de participación de los proveedores y acreedores en los ingresos de la empresa es mayor por parte de las empresas extranjeras que de las empresas locales. No existe tampoco mayor variabilidad en la parte central de la distribución de los datos para el caso de empresas locales y extranjeras, ésta se sitúa alrededor de 0.1. Existe mayor participación de los proveedores y acreedores en el sector externo, pues existen mayor cantidad de cuentas por pagar a largo plazo, al igual que en el análisis anterior, se puede alegar a que esto provoca mayor liquidez en la empresa, así como financiación. Existe también mayor asimetría de información para el caso de las empresas internacionales. El primer cuartil de las empresas extranjeras no difiere tanto al de las locales, al contrario del tercer cuartil, el cuál denota las diferencias que pueden existir a materia de operación, tamaño, etc.

**Ilustración 18** Diagrama de cajas ratio *Pasivos/ Activos*



**Elaborado por:** Nicole Camino, Zuly Calderón

El grado de participación de los proveedores sobre los activos de la empresa para el caso de las empresas extranjeras es tentativamente menor que para el caso de las empresas locales. La parte central de la distribución de los datos para el caso de las empresas locales se sitúa alrededor de 0,4, está por encima de las empresas locales, la cual se sitúa alrededor de 0,2. Existe mayor simetría de información en el sector interno que en el sector externo. La mayor concentración de datos en el caso de las empresas extranjeras está ubicada en el tercer cuartil. No obstante, mayor endeudamiento existe en el sector local.

#### **4.2.2 Análisis Multivariante**

Para el análisis multivariante es requisito indispensable entender la correlación que tienen las variables entre sí, con el fin de hacer uso de los métodos correctos y que presenten resultados válidos

#### 4.2.2.1. Matriz de Correlación

La matriz de correlación es prudente analizarla con el fin de estar seguros en cuanto a los modelos estadísticos que se deben utilizar.

**Tabla 10 Matriz de Correlación**

Variables	Costo de Ventas/Ingresos	Gastos Operacionales / Ingresos	Total Activo Corriente/Ingresos	Total Activo No corriente/Ingresos	Cuentas por Pagar/Ingresos	Total Pasivo Corriente/Ingresos	Total Pasivo No corriente/Ingresos	PPE/Total Activos	(CtasxCobrar/Ventas)*365	(Inventario/Csto Ventas)*365	(CtasxCobrar/Csto Ventas)*365	Inventario/Total Activo	Total Pasivo/Total Activo	(Activo Corriente-Inventario)/Pasivo Corriente	Intangibles/Total Activos	Publicidad/Ventas
Costo de Ventas/Ingresos	1	-0.229	0.029	0.294	-0.066	0.198	0.264	0.157	0.246	-0.159	-0.123	-0.098	-0.052	-0.130	0.387	-0.163
Gastos Operacionales / Ingresos	-0.229	1	0.069	0.193	0.233	0.313	0.174	0.037	-0.123	-0.108	-0.145	0.112	0.138	-0.032	-0.175	0.279
Total Activo Corriente/Ingresos	0.029	0.069	1	0.628	0.089	0.254	0.043	-0.095	0.180	-0.100	-0.036	-0.094	-0.215	0.685	-0.056	-0.013
Total Activo No corriente/Ingresos	0.294	0.193	0.628	1	0.208	0.565	0.456	0.407	0.080	-0.229	-0.131	-0.289	-0.186	0.263	-0.004	0.051
Cuentas por Pagar/Ingresos	-0.066	0.233	0.089	0.208	1	0.703	0.064	0.046	0.224	-0.062	0.113	-0.061	0.223	-0.163	0.095	0.572
Total Pasivo Corriente/Ingresos	0.198	0.313	0.254	0.565	0.703	1	0.413	0.202	0.304	-0.126	-0.017	-0.121	0.242	-0.192	0.114	0.370
Total Pasivo No corriente/Ingresos	0.264	0.174	0.043	0.456	0.064	0.413	1	0.243	0.317	-0.175	0.019	-0.146	0.496	-0.217	0.120	-0.132
PPE/Total Activos	0.157	0.037	-0.095	0.407	0.046	0.202	0.243	1	-0.092	-0.166	-0.258	-0.267	-0.091	-0.210	-0.186	0.116
(CtasxCobrar/Ventas)*365	0.246	-0.123	0.180	0.080	0.224	0.304	0.317	-0.092	1	-0.037	0.235	-0.034	0.255	-0.100	0.171	-0.069
(Inventario/Csto Ventas)*365	-0.159	-0.108	-0.100	-0.229	-0.062	-0.126	-0.175	-0.166	-0.037	1	0.765	0.392	0.083	-0.074	-0.120	0.046
(CtasxCobrar/Csto Ventas)*365	-0.123	-0.145	-0.036	-0.131	0.113	-0.017	0.019	-0.258	0.235	0.765	1	0.071	0.203	-0.052	-0.028	-0.074
Inventario/Total Activo	-0.098	0.112	-0.094	-0.289	-0.061	-0.121	-0.146	-0.267	-0.034	0.392	0.071	1	0.249	-0.113	0.003	0.165
Total Pasivo/Total Activo	-0.052	0.138	-0.215	-0.186	0.223	0.242	0.496	-0.091	0.255	0.083	0.203	0.249	1	-0.396	0.206	0.086
(Activo Corriente-Inventario)/Pasivo Corriente	-0.130	-0.032	0.685	0.263	-0.163	-0.192	-0.217	-0.210	-0.100	-0.074	-0.052	-0.113	-0.396	1	-0.062	-0.175
Intangibles/Total Activos	0.387	-0.175	-0.056	-0.004	0.095	0.114	0.120	-0.186	0.171	-0.120	-0.028	0.003	0.206	-0.062	1	-0.112
Publicidad/Ventas	-0.163	0.279	-0.013	0.051	0.572	0.370	-0.132	0.116	-0.069	0.046	-0.074	0.165	0.086	-0.175	-0.112	1

Los valores en negrita son diferentes de 0 con un nivel de significación alfa=0,1

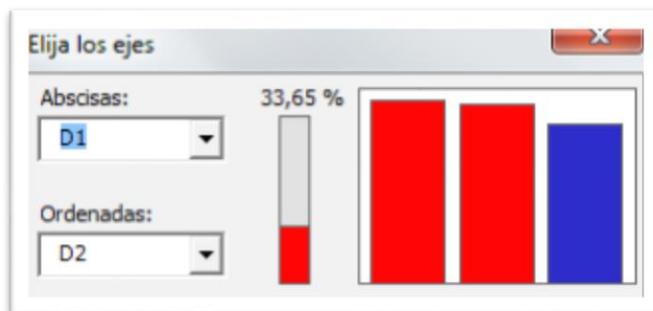
**Elaborado por:** Zuly Calderón, Nicole Camino

La matriz de correlación muestra que existe correlación tanto positiva como negativa entre las variables designadas para el estudio, como ya era de esperarse, debido a que estos ratios, fueron determinados en función de algunas variables en común y otras variables dependientes entre sí. Hay que destacar especialmente aquellas correlaciones que sean mayores a 0.50 que es el nivel de significancia utilizado. Dada la infraestructura del sector que estamos estudiando; sector de servicios de alojamiento encontramos alta correlación en ratios relacionadas con cuentas de pasivo, gastos operacionales y activos totales. Adicionalmente en esta industria el costo de venta es casi nulo, por lo cual encontramos una alta correlación positiva entre los ingresos totales y el costo de venta.

#### 4.2.2.2 Análisis de Componentes Principales

Para la ejecución del análisis multivariado del sector de servicios de alojamiento, utilizando la técnica de componentes principales fue necesario hacer uso de la herramienta estadística de XLSTAT, de dónde se obtuvo dos factores principales en base a las variables seleccionadas como idóneas para el estudio. Sin embargo, el % de variabilidad de éstos es de 33.65% lo cual indica que no es lo suficientemente representativo como para aseverar alguna conclusión más adelante.

**Ilustración 19** Variabilidad de factores

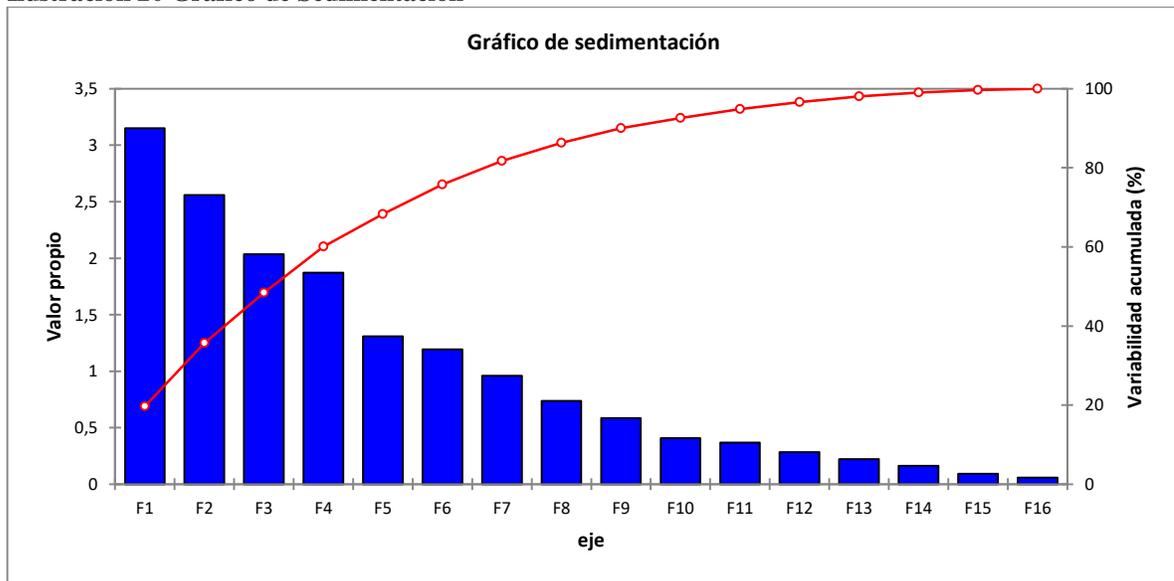


**Elaborado por:** Zuly Calderón, Nicole Camino

Con la finalidad de entender mejor el comportamiento de los factores, revisaremos el aporte que tiene cada uno de ellos en la explicación del sector. Como se puede visualizar

en la ilustración No. 20 los dos primeros factores explican casi el 33.65%, y a partir del séptimo factor existe aproximadamente el 80%, lo que es considerado una variación apropiada para este tipo de análisis, pero dado que es muy complicado explicar estos fenómenos en 7 dimensiones haremos solo uso de los cuatro primeros factores que como explican aproximadamente el 60% de la variabilidad.

**Ilustración 20 Gráfico de Sedimentación**



**Elaborado por:** Zuly Calderón, Nicole Camino.

Como prueba de lo anteriormente expresado, contamos con la tabla de porcentajes de la varianza tras rotación Varimax.

**Tabla 11 Porcentaje de la varianza tras rotación Varimax**

	D1	D2	D3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	F10	F11	F12	F13	F14	F15	F16
Variabilidad (%)	16.889	16.762	14.748	11.705	8.186	7.463	5.999	4.602	3.666	2.548	2.302	1.774	1.387	1.019	0.587	0.362
% acumulado	16.889	33.651	48.399	60.104	68.290	75.753	81.751	86.354	90.020	92.568	94.870	96.644	98.031	99.050	99.638	100.000

**Elaborado por:** Zuly Calderón, Nicole Camino

Estos factores son una combinación lineal de todas las variables de estudio, sin embargo hay variables más representativas que otras dentro de cada factor. En este estudio el primer factor está representado principalmente por los indicadores Total Activo No corriente/Ingresos en 18.67%, Cuentas por Pagar/Ingresos por el 10.40%, Total Pasivo Corriente/Ingresos por el 22.83% y Total Pasivo No Corriente/Ingresos por el 12%.

En el segundo factor encontramos mayor aportación en las variables Total Pasivo/Total Activo, (Activo Corriente-Inventario)/Pasivo Corriente e Total Activo Corriente/Ingresos con el 20.07%, 18.17% y 10.38% respectivamente. En el tercer factor encontramos información de Costo de Ventas/Ingresos, en un 19.38% Publicidad/Ventas con el 19.45%; Intangibles/Total Activos con un 13.41% y Gastos Operacionales / Ingresos con un 12.90%.

El cuarto factor contiene mayor información de (CtasxCobrar/Csto Ventas)\*365 en un 22.37%; Total Activo Corriente/Ingresos en 20.87%; (Activo Corriente-Inventario)/Pasivo Corriente en 14% (Inventario/Csto Ventas)\*365 en 12.37%. Mientras que el quinto factor nos brinda información esencialmente de PPE/Total Activos en 23.79%; Intangibles/Total Activo en 24%; (Inventario/Csto Ventas)\*365 y (CtasxCobrar/Csto Ventas)\*365 en 13.09% y 12.27% cada una.

**Tabla 12 Participación de variables por sector**

	<b>F1</b>	<b>F2</b>	<b>F3</b>	<b>F4</b>	<b>F5</b>
<b>Costo de Ventas/Ingresos</b>	3.806	0.429	19.379	0.036	0.461
<b>Gastos Operacionales / Ingresos</b>	3.353	0.699	12.902	1.769	0.054
<b>Total Activo Corriente/Ingresos</b>	4.453	10.378	3.074	20.873	0.714
<b>Total Activo No corriente/Ingresos</b>	18.669	6.268	0.249	2.557	4.904
<b>Cuentas por Pagar/Ingresos</b>	10.398	6.635	7.922	0.317	4.218
<b>Total Pasivo Corriente/Ingresos</b>	22.828	2.813	1.441	0.613	0.095
<b>Total Pasivo No Corriente/Ingresos</b>	11.991	1.631	7.793	0.027	6.890
<b>PPE/Total Activos</b>	5.248	0.978	0.031	11.818	23.786
<b>(CtasxCobrar/Ventas)*365</b>	3.905	2.807	6.274	9.929	0.626
<b>(Inventario/Csto Ventas)*365</b>	5.778	7.976	1.381	12.370	13.090
<b>(CtasxCobrar/Csto Ventas)*365</b>	1.686	8.829	0.000	22.369	12.265
<b>Inventario/Total Activo</b>	3.186	6.978	1.778	0.614	3.847
<b>Total Pasivo/Total Activo</b>	1.210	20.069	1.994	0.007	0.299
<b>(Activo Corriente-Inventario)/Pasivo Corriente</b>	0.185	18.174	2.928	13.977	2.023
<b>Intangibles/Total Activos</b>	0.759	0.791	13.406	0.782	23.996
<b>Publicidad/Ventas</b>	2.545	4.545	19.447	1.944	2.732

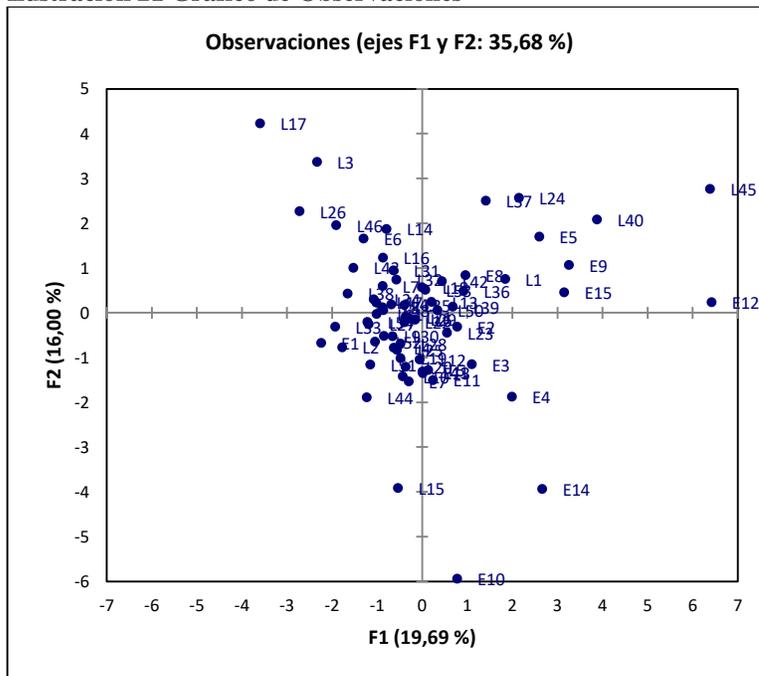
**Elaborado por:** Zuly Calderón, Nicole Camino

Los datos antes mencionados y el análisis de componentes como tal es mejor interpretado con el gráfico de observaciones, pues este nos muestra la comparabilidad que

podrían tener las empresas entre sí; especialmente si se trata de empresas nacionales con extranjeras, mientras más cercanas se encuentren estas, significa que son más comparables. El siguiente gráfico muestra que a partir de los ratios financieros utilizados estas empresas tienden a dar una visión de compatibilidad, sin embargo la mayoría se encuentran cerca a cero lo que nos da indicios de que existe una varianza alta.

Sin embargo también se encontró con empresas muy lejanas de cero y de otras empresas como lo es el caso de la empresa E10 y L17 lo que significa que no tiene ningún tipo de comparación con las demás empresas

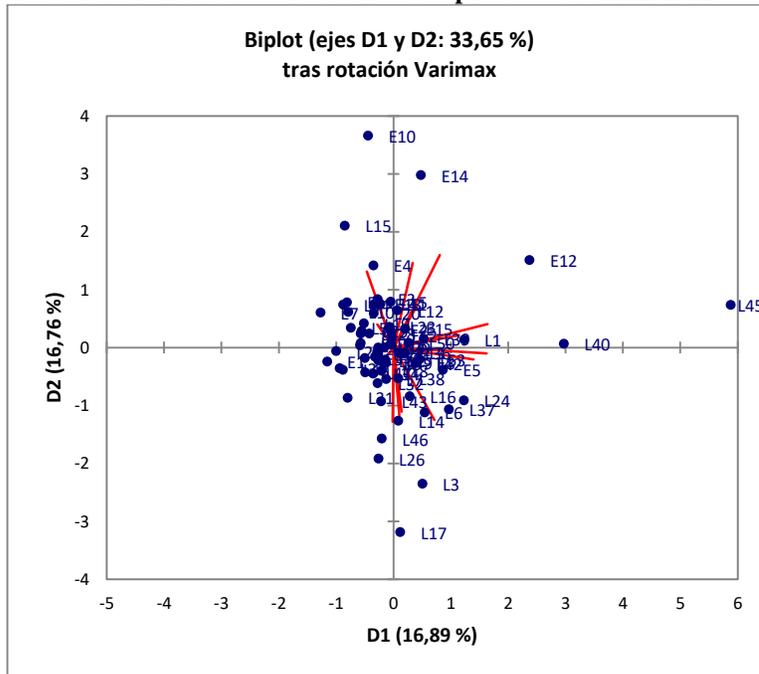
**Ilustración 21 Grafico de Observaciones**



**Elaborado por:** Zuly Calderón, Nicole Camino

Tras el proceso de Varimax, realmente no se ve un cambio en la posición de cada una de las empresas; es decir siguen estando la mayoría cerca a cero, pues no hay evidencia suficiente para hacer algún tipo de conclusión a los objetivos antes planeados. Por lo cual se realizó el análisis de clúster.

Tabla 13 Grafico de observaciones tras proceso de VARIMAX



Elaborado por: Zuly Calderón, Nicole Camino

#### 4.2.2.3. Análisis de Clusters

Dado que el análisis de componente principal no ha logrado demostrar totalmente la comparabilidad entre las empresas locales y las extranjeras, se procede a plantear un análisis de conglomerado.

Para llevar a cabo este análisis se considerará cada uno de los niveles presentados en la ilustración No. 22 en dónde las empresas locales y extranjeras se ven claramente divididas en tres clúster. Dentro del clúster color verde se puede visualizar que la empresa E6 esta agrupada dentro del mismo clúster que la empresa L52, así mismo se observa que la empresa E1 es débilmente comparable con las empresas L2 y L33.

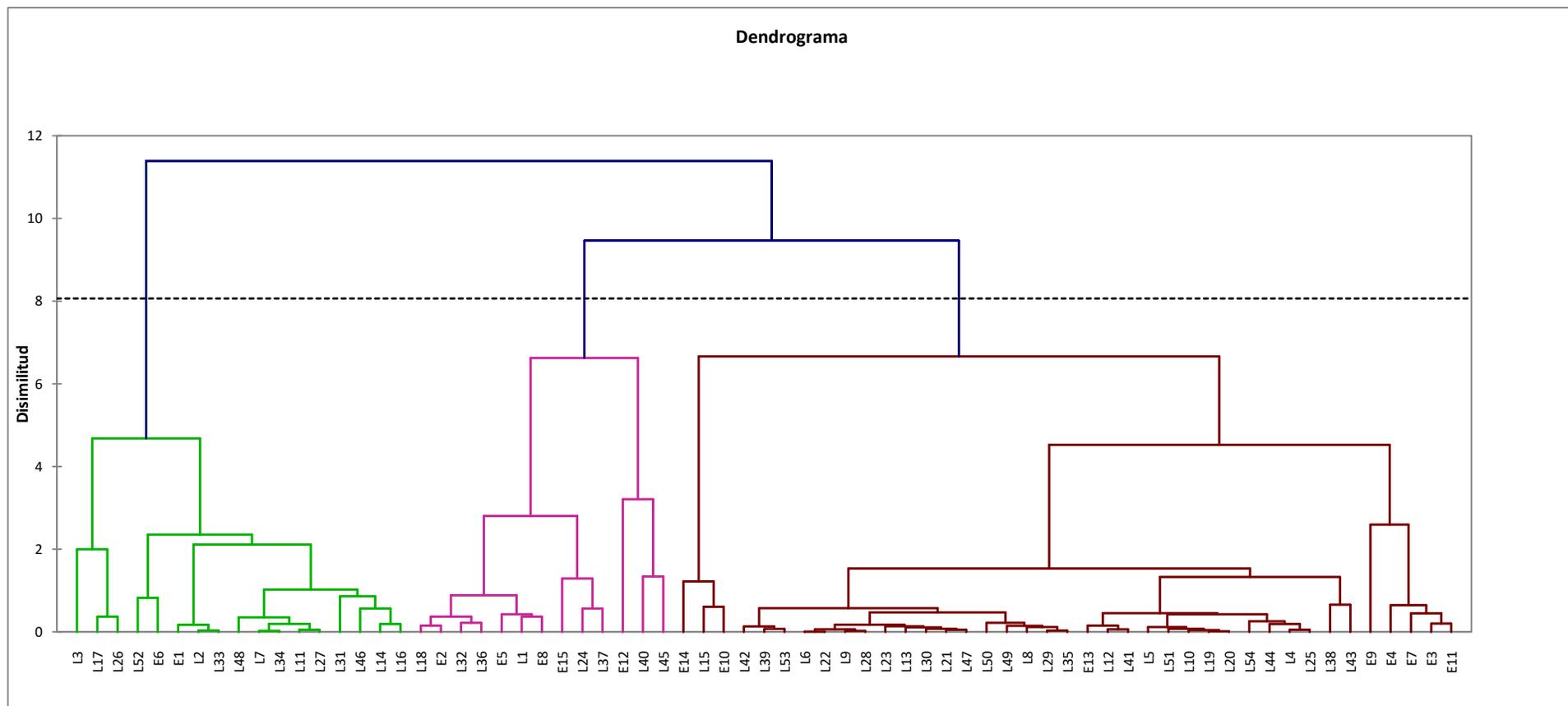
En el clúster color rosado se observa que las empresas E2 y L18 se encuentran agrupadas en un mismo conjunto, además las empresas E5, E8 y L11 también se comportan de la misma manera, es decir que podrían considerarse comparables.

Sin embargo el clúster más amplio, con mayor información muestra una realidad totalmente distinta, puesto que la mayoría de sus integrantes son empresas locales y las

empresas extranjeras que están dentro del mismo, lo están en las posiciones más alejadas denotando que tienen un comportamiento similar entre sí, pero diferente de las empresas locales, lo que se explica a mayor detalle cuando se analiza el comportamiento de los ratios en las empresas locales vs las empresas extranjeras en el análisis descriptivo de este proyecto.

Con todo lo antes mencionado, se puede alegar que no existe evidencia suficiente para afirmar la comparabilidad del sector hotelero entre la muestra para empresas locales y extranjeras, aunque podemos rescatar que existe un débil nivel de comparabilidad entre ciertas empresas.

**Ilustración 22 Clúster sector hotelero**



**Elaborado por:** Zuly Calderón, Nicole Camino

## CAPITULO V

### 5.1 Conclusiones

- Construir una muestra en base a información obtenida por las clasificaciones SIC y CIU resulta complejo dado que existen empresas con una codificación incorrecta y si no se analiza detenidamente la actividad principal de cada empresa se puede llegar a comparar empresas que no entran dentro de la estructura que se está comparando.
- No es una tarea fácil identificar las características que guardan en común los hoteles a nivel mundial, dado que cada país tiene una clasificación y estructura del sector diferente. Las características del sector hotelero a nivel mundial no son homogéneas puesto que existen variaciones considerables a nivel de tamaño, tipo de establecimiento y algunos otros factores intrínsecos de la economía.
- En base a los resultados obtenidos en el análisis descriptivo, se puede concluir que existe demasiada dispersión entre los datos financieros analizados tanto en las empresas locales como extranjeras. Por ejemplo: las empresas nacionales cuentan con menor liquidez y mayor endeudamiento a largo plazo ya que dependen de la inversión extranjera, mientras que las empresas internacionales cuentan con mayor financiamiento propio y la participación de proveedores en sus operaciones es mayor.
- Los análisis descriptivos también demuestra que incluso entre las mismas empresas del sector interno, existen asimetrías de información.
- En base a los resultados obtenidos en el análisis de conglomerado o clúster, se puede concluir que la información con la que se dispuso no fue suficiente para determinar si existe o no comparabilidad entre los establecimientos que brindan servicios de alojamiento en el Ecuador con respecto al del resto del mundo.

## 5.2 Recomendaciones

- Es recomendable solicitar información a organizaciones o comités de empresas que pertenecen al sector, si lo hubiera, puesto que cuentan con la homogeneidad que se requiere en el análisis.
- Analizar y establecer detenidamente las características que definen al sector objeto de estudio, con el fin de que la actividad principal de los integrantes de la muestra sea similar y de esta forma sean comparables.
- Delimitar la zona geográfica objeto de estudio con la que se pretende realizar la comparación, basado en un análisis de variables económicas que determinen que puedan ser comparables. De no existir una delimitación apropiada, el análisis se vuelve mucho más complejo como en este estudio, que al comparar el sector hotelero interno con el del resto del mundo no se pudieron añadir variables de tipo económicas que podrían complementar la investigación.
- Trabajar en conjunto con organismos internacionales para el aprovisionamiento de bases de datos de países emergentes con el fin de disponer mayor información para un futuro análisis.

## **Bibliografía**

Ministerio de Turismo. (2014). *Informe del Sector Turismo*. Guayaquil.

*EROSKI CONSUMER, el diario del consumidor*. (2006). Obtenido de [http://www.consumer.es/web/es/viajes/derechos\\_del\\_viajero/2006/11/10/157154.php](http://www.consumer.es/web/es/viajes/derechos_del_viajero/2006/11/10/157154.php)

Andes. (31 de Diciembre de 2015). *Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica*. Recuperado el 28 de Enero de 2016, de <http://www.andes.info.ec/es/noticias/ingresos-turisticos-ecuador-registran-crecimiento-anual-13.html>

Antonio Humberto Closas, E. A. (s.f.). *SCIELO ARGENTINA*. Obtenido de SCIELO ARGENTINA: <http://www.scielo.org.ar/pdf/enfoques/v25n1/v25n1a05.pdf>

Cassadesus-Masanell, R. (2014). *Industry Analysis*. Harvard Bussiness Publishing.

Chavez, A. J. (2013). *Matematicas Primero*. Obtenido de Matematicas Primero: <http://cpdiacmatematicasprimero.blogspot.com/p/desarrollo-teorico-del-2-quimestre.html>

Chile, S. N.-G. (2003). *SENATUR*. Obtenido de Servicio Nacional de Turismo: <http://www.sernatur.cl/transparencia/archivos/marco-normativo/marco-norm-aplic/NORMATIVA-D-S-N-227-REGLAMENTO-CLASIFICACION-HOTEL-MOTEL-Y-APARTHOTEL.pdf>

Coordinación General de Estadística e Investigación. (2015). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de Ministerio de Turismo: [www.quito-turismo.gob.ec/index.php/es/estadisticas/quito-en-cifras](http://www.quito-turismo.gob.ec/index.php/es/estadisticas/quito-en-cifras)

Dankhe. (1986).

ECUADOR SOSTENIBLE. (31 de 12 de 2015). *ECUADOR SOSTENIBLE*. Obtenido de ECUADOR SOSTENIBLE: <http://www.ecuadorsostenible.com/turismo-resultados-del-2015-ano-de-la-calidad-turistica-en-ecuador/>

Ecuador, B. C. (Marzo de 2015). *Estadísticas Macro 2015*. Obtenido de <http://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/EstMacro032015.pdf>

EKOS. (2015). QUIENES SOMOS. *EKOS*.

García, F. A. (Septiembre de 2005). *Los precios de transferencia: su tratamiento tributario desde una perspectiva Europea*. Recuperado el 29 de Enero de 2016, de

[http://www.ief.es/documentos/recursos/publicaciones/documentos\\_trabajo/2005\\_09.pdf](http://www.ief.es/documentos/recursos/publicaciones/documentos_trabajo/2005_09.pdf)

Gil, C. J. (2 de ABRIL de 2014). *DATANALYTICS*. Obtenido de DATANALYTICS:

<http://www.datanalytics.com/2014/04/02/varimax-lo-que-se-gana-lo-que-se-pierde/>

Gob, T. (Septiembre de 2011). *Reglamento General de Actividades Turísticas Ecuador*. Obtenido de

<http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-GENERAL-DE-ACTIVIDADES-TUR%C3%8DSTICAS.pdf>

Guerra, M. T. (s.f.). *Universitat Oberta de Catalunya*. Obtenido de Universitat Oberta de Catalunya:

[http://www.uoc.edu/in3/emath/docs/Componentes\\_principales.pdf](http://www.uoc.edu/in3/emath/docs/Componentes_principales.pdf)

Hosteltur. (s.f.). *Hosteltur*. Obtenido de <http://www.pordescubrir.com/mundo-hay-mas-13-millones-habitaciones-hotel.html>

Hosteltur.com. (10 de Junio de 2015). *Conferencia de Inversión Hotelera de la Universidad de*

*Nueva York*. Obtenido de [http://www.hosteltur.com/111461\\_tres-cambios-estan-transformando-sector-hoteler-mundial.html](http://www.hosteltur.com/111461_tres-cambios-estan-transformando-sector-hoteler-mundial.html)

IBM KNOWLEDGE CENTER. (s.f.). *IBM KNOWLEDGE CENTER*. Obtenido de IBM KNOWLEDGE

CENTER: [http://www-](http://www-01.ibm.com/support/knowledgecenter/SSLVMB_22.0.0/com.ibm.spss.statistics.help/spss/categories/optimal_scaling_whatish.htm?lang=es)

[01.ibm.com/support/knowledgecenter/SSLVMB\\_22.0.0/com.ibm.spss.statistics.help/spss/categories/optimal\\_scaling\\_whatish.htm?lang=es](http://www-01.ibm.com/support/knowledgecenter/SSLVMB_22.0.0/com.ibm.spss.statistics.help/spss/categories/optimal_scaling_whatish.htm?lang=es)

LATAM, H. (Junio de 2014). *Hosteltur LATAM*. Obtenido de 05:

[http://www.hosteltur.com.uy/135820\\_accor-proyector-construir-10-hoteles-economicos-ecuador.html](http://www.hosteltur.com.uy/135820_accor-proyector-construir-10-hoteles-economicos-ecuador.html)

Loor, F. D. (Junio de 2015). *SMS Latinoamérica*. Obtenido de SMS Ecuador:

<http://www.smsecuador.ec/wp-content/uploads/2015/06/Precios-de-Transferencia-en-Ecuador.pdf>

Masanell, R. C. (2014). *Industry Analysis*. Harvard Business Publishing.

Massanell, C. (2014). *Industry Analysis*. Harvard Business Publishing.

Mayorga, D. (Julio 14 de 2014). *Marketing Estratégico*. Obtenido de

<http://marketingestrategico.pe/la-definicion-del-negocio/>

Meléndez, Á. (2015). El Despunte (¿o no?) de la Industria Hotelera. *Revista Gestión*, 12.

Meléndez, Á. (4 de 2015). *Revista Gestión*. Recuperado el 24 de 1 de 2016, de Revista Gestión:

<http://www.revistagestion.ec/wp-content/uploads/2015/04/Tema-Central-250.pdf>

- Ministerio de Turismo. (2015). *Boletín de Estadísticas Turísticas*. Obtenido de Boletín de Estadísticas Turísticas: <http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/BoletinesEstadisticos/Anuario/Boletin-Estadisticas-Turisticas-2010-2014.pdf>
- MKG Group. (2013). *Los apuntes del Viajero.com*. Obtenido de <http://www.losapuntesdelviajero.com/2013/04/cadenas-hoteles-mas-grandes-mundo-2013.html>
- OCDE. (s.f.). *DIRECTRICES APLICABLES EN MATERIA DE PRECIOS DE TRANSFERENCIA*. Obtenido de [http://descargas.sri.gov.ec/download/pdf/guia\\_ocde.pdf](http://descargas.sri.gov.ec/download/pdf/guia_ocde.pdf)
- OECD. (2014). *DIRECTRICES APLICABLES EN MATERIA DE PRECIOS DE TRANSFERENCIA*. Obtenido de [http://descargas.sri.gov.ec/download/pdf/guia\\_ocde.pdf](http://descargas.sri.gov.ec/download/pdf/guia_ocde.pdf)
- OECD. (2014). *Transfer Pricing Comparability Data and Developing Countries*. Obtenido de <http://www.oecd.org/ctp/transfer-pricing/transfer-pricing-comparability-data-developing-countries.pdf>
- OECD Publishing Paris. (2014). Obtenido de <http://www.oecd.org/ctp/transfer-pricing/transfer-pricing-comparability-data-developing-countries.pdf>
- Ojeda, A. G. (Noviembre de 2014). *Pacific Credit Rating*. Recuperado el 4 de Diciembre de 2015, de Pacific Credit Rating: [http://www.ratingspcr.com/uploads/2/5/8/5/25856651/sectorial\\_hotelero.pdf](http://www.ratingspcr.com/uploads/2/5/8/5/25856651/sectorial_hotelero.pdf)
- Ojeda, A. G. (Noviembre de 2014). *Pacific Credit Rating*. Obtenido de [http://www.ratingspcr.com/uploads/2/5/8/5/25856651/sectorial\\_hotelero.pdf](http://www.ratingspcr.com/uploads/2/5/8/5/25856651/sectorial_hotelero.pdf)
- ONU. (2013). *Practical Manual on Transfer Pricing*. Recuperado el 6 de Diciembre de 2015, de Practical Manual on Transfer Pricing: [http://www.un.org/esa/ffd/documents/UN\\_Manual\\_TransferPricing.pdf](http://www.un.org/esa/ffd/documents/UN_Manual_TransferPricing.pdf)
- ONU. (28 de Agosto de 2015). *Curso de las Naciones Unidas sobre Precios de Transferencia*. Obtenido de <http://www.un.org/esa/ffd/wp-content/uploads/2015/08/2015TPNota.pdf>
- ONU. (28 de Agosto de 2015). *Curso de Naciones Unidas sobre Precios de transferencias*. Obtenido de <http://www.un.org/esa/ffd/wp-content/uploads/2015/08/2015TPNota.pdf>
- OPTUR. (2015). *optur*. Obtenido de <http://www.optur.org/operadores-turismo-ecuador.html>
- Organización Internacional del Trabajo. (s.f.). *OIT*. Obtenido de <http://www.ilo.org/global/industries-and-sectors/hotels-catering-tourism/lang-es/index.htm>

- Organizacion Mundial del Turismo. (2015). *Organizacion Mundial del Turismo*. Obtenido de Organizacion Mundial del Turismo: <http://www2.unwto.org/es/content/acerca-de-la-omt>
- R., P. G. (2015). *Apuntes de Métodos Estadísticos I*. Recuperado el 2016, de [http://webdelprofesor.ula.ve/economia/gudberto/materias/metodos\\_estadisticos1/guias\\_apuntes/diagramas\\_de\\_caja.pdf](http://webdelprofesor.ula.ve/economia/gudberto/materias/metodos_estadisticos1/guias_apuntes/diagramas_de_caja.pdf)
- Revista América Economía. (marzo de 2015). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de Ministerio de Turismo: <http://www.turismo.gob.ec/la-revista-america-economia-destaca-inversiones-en-el-sector-hotelero-ecuatoriano/>
- Sampieri, R. H. (s.f.). Metodología de la Investigación. En R. H. Sampieri, *Metodología de la Investigación* (pág. 59).
- Turismo, M. d. (2014). *Informe del Sector Turismo*. Guayaquil.
- Turismo, M. d. (2015). *Ecuador Potencia Turística*. Obtenido de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras>
- Universidad de Valencia. (s.f.). *Universidad de Valencia*. Obtenido de Universidad de Valencia: [https://www.uv.es/ceaces/multivari/cluster/met\\_ward.htm](https://www.uv.es/ceaces/multivari/cluster/met_ward.htm)
- Valdivieso, J. R. (2011). *La Industria Hotelera*. Cuenca: Universidad de Cuenca.
- Zapata, M. (2007). *FLACSO*. Obtenido de <https://www.flacso.edu.ec/portal/pnTemp/PageMaster/hsbazo76dbvb0873wkb44e8150dwqs.pdf>