



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

**Proyecto de Investigación, previo a la obtención del Título de Licenciada en
Contabilidad y Auditoría C.P.A.**

Tema:

“NIIF 15 y el tratamiento contable de la fidelización de clientes en el sector turístico”

Autora: Masaquiza Sailema, Elena Sofía

Tutor: Dr. Coba Molina, Edison Marcelo

Ambato – Ecuador

2022

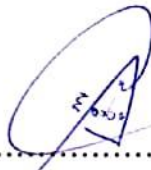
APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, Dr. Edison Marcelo Coba Molina con cédula de identidad No.180316150-2, en mi calidad de Tutor del proyecto de investigación sobre el tema: **“NIIF 15 Y EL TRATAMIENTO CONTABLE DE LA FIDELIZACIÓN DE CLIENTES EN EL SECTOR TURÍSTICO”**, desarrollado por Elena Sofia Masaquiza Sailema, de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, modalidad presencial, considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos, tanto técnicos como científicos y corresponde a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación de Pregrado, de la Universidad Técnica de Ambato en el normativo para la presentación de Trabajos de Graduación de la Facultad de Contabilidad y Auditoría.

Por lo tanto, autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por los profesores calificadores designados por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

. Ambato, mayo 2022

TUTOR



Dr. Edison Marcelo Coba Molina

C.I. 180316150-2

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Elena Sofia Masaquiza Sailema con cédula de identidad No. 185014143-1, tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el proyecto de investigación, bajo el tema: **“NIIF 15 Y EL TRATAMIENTO CONTABLE DE LA FIDELIZACIÓN DE CLIENTES EN EL SECTOR TURÍSTICO”**, así como también los contenidos presentados, ideas, análisis, síntesis de datos, conclusiones, son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este Proyecto de Investigación.

Ambato, mayo 2022

AUTORA



.....
Elena Sofia Masaquiza Sailema

C.I. 185014143-1

CESIÓN DE DERECHOS

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este proyecto de investigación, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto de investigación, con fines de difusión pública; además apruebo la reproducción de este proyecto de investigación, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica potencial; y se realice respetando mis derechos de autora.

Ambato, mayo 2022

AUTORA



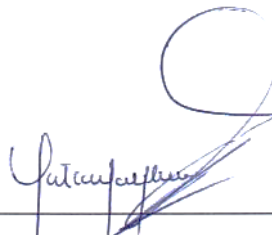
.....
Elena Sofia Masaquiza Sailema

C.I. 185014143-1

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

El Tribunal de Grado, aprueba el proyecto de investigación, sobre el tema: **“NIIF 15 Y EL TRATAMIENTO CONTABLE DE LA FIDELIZACIÓN DE CLIENTES EN EL SECTOR TURÍSTICO”**, elaborado por Elena Sofia Masaquiza Sailema, estudiante de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, mayo 2022



Dra. Mg. Tatiana Valle

PRESIDENTE



Dra. Rocío Cando

MIEMBRO CALIFICADOR



Dr. Jaime Díaz

MIEMBRO CALIFICADOR

DEDICATORIA

El presente trabajo lo dedicó especialmente a Dios, por siempre guiarme, cuidarme en cada proceso de mi vida y ayudarme a cumplir mis objetivos deseados.

A mis padres, Luis Ernesto Masaquiza y Elena Sailema, por ser ejemplo de perseverancia, esfuerzo y dedicación. Ellos son mi vida, quienes constantemente me han brindado su apoyo incondicional. Es y será siempre un orgullo ser su hija.

A mis hermanos, quienes me cuidaron y vieron crecer. En especial, a mi hermana mayor Mery porque es mi ejemplo a seguir, a quien he admirado por su amor y entrega. A mi cómplice, mi hermana menor Melanie, con quien he compartido momentos inolvidables, llenos de amor, risas y alegrías.

A mis sobrinos, por ser aquellas personitas traviesas que, con sus locuras, han logrado convertir mis tristezas en júbilo.

A todas aquellas personas que me compartieron su amistad, valores y grandes conocimientos, impulsándome a ser cada vez mejor.

Elena Sofía Masaquiza Sailema

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme dado vida, fortaleza y esperanza. Gracias al ser celestial por cuidarme en cada paso que doy.

Gracias infinitas a mis padres: Ernesto y Elena; por creer en mí, en mis anhelos y mis grandes sueños. Siempre estaré eternamente agradecida con ellos, por ser mi impulso, mi aliento y mis ganas de vivir.

Gracias a mis hermanos y sobrinos, por ser apoyo, amor y sustento familiar.

Agradezco a los docentes de la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato, por haberme impartido sus grandes conocimientos en el transcurso de mi preparación profesional. De forma especial, le doy gracias al Dr. Edison Coba, quien fue mi tutor de tesis, persona que, con su extraordinario entendimiento, me guió en la investigación, para que esta sea un aporte de saber.

Elena Sofía Masaquiza Sailema

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TEMA: “NIIF 15 Y EL TRATAMIENTO CONTABLE DE LA FIDELIZACIÓN DE CLIENTES EN EL SECTOR TURÍSTICO”

AUTORA: Elena Sofía Masaquiza Sailema

TUTOR: Dr. Edisson Marcelo Coba Molina

FECHA: Mayo 2022

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de investigación analiza el impacto de la Norma Internacional de Información Financiera 15 Ingresos de actividades ordinarias procedentes de contratos con clientes en relación a la presentación de los Estados Financieros y la revelación en las notas explicativas antes y después de su adopción en las empresas del sector turístico del Ecuador. Asimismo, se estudió el tratamiento contable que surge de la fidelización de los clientes en dichas empresas. Es preciso señalar que se examinó 32 empresas de este sector conformadas por 19 empresas aéreas y 13 empresas hoteleras. Los datos recolectados fueron proporcionados de los Estados Financieros y de sus notas explicativas de los períodos 2016-2019, que se los encuentra en el portal de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. Mediante, el análisis de los indicadores financieros desarrollados en Excel y la prueba de Wilcoxon realizada en el software estadístico SPSS Statistics versión 26 se detalló y comparó en términos cuantitativos, cómo la adopción de esta NIIF influyó en los pasivos, ingresos, costos, gastos y rentabilidad. Finalmente, se concluyó que existe un ligero impacto en la presentación de los Estados Financieros con la aplicación de la NIIF 15, debido a que las partidas contables de ingresos, costos y gastos simplemente fueron reorganizadas con la nueva forma de contabilización.

PALABRAS DESCRIPTORAS: NIIF 15, INGRESOS DE ACTIVIDADES ORDINARIAS, SECTOR TURÍSTICO, FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES

TECHNICAL UNIVERSITY OF AMBATO
FACULTY OF ACCOUNTING AND AUDITING
ACCOUNTING AND AUDITING CAREER

TOPIC: “IFRS 15 AND THE ACCOUNTING TREATMENT OF CUSTOMER LOYALTY IN THE TOURISM SECTOR”

AUTHOR: Elena Sofía Masaquiza Sailema

TUTOR: Dr. Edisson Marcelo Coba Molina

DATE: May 2022

ABSTRACT

This research project analyzes the impact of the International Financial Reporting Standard 15 Income from ordinary activities from contracts with customers in relation to the presentation of the Financial Statements and the disclosure in the explanatory notes before and after its adoption in companies of the tourist sector of Ecuador. Likewise, the accounting treatment that arises from customer loyalty in these companies was studied. It should be noted that 32 companies in this sector were examined, made up of 19 airlines and 13 hotel companies. The data collected was provided from the Financial Statements and their explanatory notes for the periods 2016-2019, which can be found on the portal of the Superintendence of Companies, Securities and Insurance. Through the analysis of the financial indicators developed in Excel and the Wilcoxon test carried out in the statistical software SPSS Statistics version 26, it was detailed and compared in quantitative terms, how the adoption of this IFRS influenced the liabilities, income, costs, expenses and profitability. Finally, it was concluded that there is a slight impact on the presentation of the Financial Statements with the application of IFRS 15, because the accounting items of income, costs and expenses were simply reorganized with the new accounting method.

KEYWORDS: IFRS 15, INCOME FROM ORDINARY ACTIVITIES, TOURISM SECTOR, CUSTOMER LOYALTY

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	PÁGINA
PÁGINAS PRELIMINARES	
PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	iii
CESIÓN DE DERECHOS.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
RESUMEN EJECUTIVO	viii
ABSTRACT.....	ix
ÍNDICE GENERAL	x
ÍNDICE DE TABLAS	xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xv
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xvi
CAPÍTULO I.....	1
INTRODUCCIÓN	1
1.1 Justificación.....	1
1.1.1 Justificación teórica.....	1
1.1.2 Justificación metodológica (viabilidad).....	4
1.1.3 Justificación práctica.....	5
1.1.4 Formulación del problema de investigación	5
1.2 Objetivos	5
1.2.1 Objetivo general.....	5

1.2.2	Objetivos específicos	6
CAPÍTULO II		7
MARCO TEÓRICO		7
2.1.	Revisión de literatura.....	7
2.1.1	Antecedentes investigativos.....	7
2.1.1.1.	Adopción de las Normas Internacionales de Información Financiera.....	7
2.1.1.2.	Las Normas Internacionales de Información Financiera en Ecuador.....	8
2.1.1.3.	Análisis de la Norma Internacional de Contabilidad 18: Ingresos de actividades ordinarias	8
2.1.1.4.	Análisis de la Norma Internacional de Información Financiera 15: Ingresos de actividades ordinarias procedentes de contratos con clientes	9
2.1.1.5.	La NIIF 15 en el sector turístico	10
2.1.2	Fundamentos teóricos	11
2.1.2.1	NIC 18: Ingresos de actividades ordinarias.....	11
2.1.2.2	NIIF 15: Ingresos de actividades ordinarias procedentes de contratos con clientes	13
2.1.2.3	Diferencias entre la NIC 18 y NIIF 15	17
2.1.2.4	Fidelización de clientes.....	18
2.2	Hipótesis de investigación.....	19
CAPÍTULO III.....		20
METODOLOGÍA.....		20
3.1	Recolección de la información	20
3.1.1	Población y muestra.....	20
3.1.2	Fuentes secundarias	21
3.1.3	Instrumentos y métodos para recolectar información.....	21
3.2	Tratamiento de la información	24
3.3	Operacionalización de las variables	26

CAPÍTULO IV	28
RESULTADOS.....	28
4.1 Resultados y discusión	28
4.1.1 Análisis financiero del sector turístico del Ecuador	29
4.1.1.1 Indicador de solvencia	29
4.1.1.2 Indicador de gestión	30
4.1.1.3 Indicadores de rentabilidad	32
4.2 Verificación de la hipótesis o fundamentación de las preguntas de investigación.....	37
4.2.1. Comprobación de la hipótesis mediante Prueba de Wilcoxon	37
4.2.2. Tratamiento contable de la fidelización de clientes	40
4.2.2.1. Caso A: Empresas aéreas	40
4.2.2.2. Caso B: Empresas hoteleras	43
4.3 Limitaciones del estudio.....	46
CAPÍTULO V.....	47
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	47
5.1 Conclusiones	47
5.2 Recomendaciones.....	48
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	49
ANEXOS.....	53

ÍNDICE DE TABLAS

CONTENIDO	PÁGINA
Tabla 1. Excepciones de aplicabilidad de la NIIF 15.....	14
Tabla 2. Ejemplo de asignación de obligaciones de desempeño.....	16
Tabla 3. Diferencias entre NIC 18 y NIIF 15.....	18
Tabla 4. Cuentas Contables de las empresas del sector turístico del Ecuador de los años 2016-2017-2018-2019	22
Tabla 5. Cálculo de indicadores financieros de los años 2016-2017-2018-2019.....	22
Tabla 6. Promedio y resumen de los indicadores financieros antes (2016-2017) y después (2018-2019).....	23
Tabla 7. Promedios de antes (2016-2017) y después (2018-2019) de la adopción de NIIF 15 para comprobación de las hipótesis.....	23
Tabla 8. Variable independiente NIIF 15: Ingresos de actividades ordinarias procedentes de contratos con clientes	26
Tabla 9. Variable dependiente fidelización de clientes.....	27
Tabla 10. Medidas de tendencia central y dispersión con los indicadores financieros	36
Tabla 11. Resultados de Prueba de Wilcoxon.....	37
Tabla 12. Resultado de la cuenta de pasivos	38
Tabla 13. Resultado de la cuenta de costos y gastos	38
Tabla 14. Resultado de la cuenta de ingresos.....	39
Tabla 15. Resultado de rentabilidad neta del activo (ROA)	39
Tabla 16. Resultado de rentabilidad neta de ventas o margen neto	39
Tabla 17. Ejemplo empresa aérea	40
Tabla 18. Precio de las obligaciones de desempeño empresa aérea.....	41
Tabla 19. Asignación de precio empresa aérea (boleto Orlando)	42
Tabla 20. Asignación de precio empresa aérea (boleto España).....	42
Tabla 21. Asientos contables empresa aérea.....	42
Tabla 22. Asientos contables de fidelización de los clientes empresa aérea.....	43
Tabla 23. Ejemplo empresa hotelera	43
Tabla 24. Precio de las obligaciones de desempeño empresa hotelera	44
Tabla 25. Asignación de precio empresa hotelera por primera reserva	44

Tabla 26. Asignación de precio empresa hotelera por segunda reserva.....	45
Tabla 27. Asientos contables empresa hotelera	45
Tabla 28. Asientos contables de fidelización de los clientes empresa hotelera	46

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CONTENIDO	PÁGINA
Gráfico 1. Pasos para el reconocimiento de ingresos ordinarios.....	14
Gráfico 2. Endeudamiento del activo	29
Gráfico 3. Impacto de gastos.....	31
Gráfico 4. Rentabilidad neta del activo (ROA).....	32
Gráfico 5. Margen neto	34

ÍNDICE DE ANEXOS

CONTENIDO	PÁGINA
Anexo 1. Formulario 101 - Estado de situación financiera y resultado integral 2017	53
Anexo 2. Formulario 101 - Estado de situación financiera y resultado integral 2019	54
Anexo 3. Notas a los Estados Financieros 2018	55
Anexo 4. Cuentas contables a investigación por NIIF 15.....	56
Anexo 5. Cálculo de indicadores financieros años 2016-2017-2018-2019	57
Anexo 6. Promedios de los indicadores financieros antes y después de la adopción de la NIIF 15	58
Anexo 7. Promedios para comprobación de la hipótesis	59

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1 Justificación

1.1.1 *Justificación teórica*

La presente investigación se fundamentó en la aplicación de la NIIF 15: Ingresos de actividades ordinarias procedentes de contratos con clientes en empresas del sector turístico de Ecuador, enfocándose concretamente en analizar el impacto que esta NIIF tiene con respecto a la presentación de sus estados financieros y la revelación en sus notas explicativas antes y después de su adopción. Adicionalmente, se trató las obligaciones de desempeño que se dan a causa de los puntos de fidelización o millas que otorgan respectivamente mencionadas empresas a sus clientes.

La NIIF 15 entró en vigencia a partir del 01 de enero de 2018 en Ecuador, y fue revelada por el IASB (International Accounting Standard Board) con el fin de sustituir a la Norma Internacional de Contabilidad (NIC) 11 que trata sobre los Contratos de construcción, y a la NIC 18, designada Ingresos de actividades ordinarias, las cuales empleaban las empresas desde por lo menos los años noventa del siglo pasado (Ramírez Torres et al., 2018).

De igual manera, Romano (2019) manifiesta que esta norma detalla de forma minuciosa lo descrito en la NIC 18, asimismo se adapta a todos los contratos que se establecen con los clientes, sin embargo, esta no puede aplicarse para contratos dentro de la NIC 17 que aborda Arrendamientos y la NIIF 4 que trata a los Contratos de seguros.

La aplicación de la NIIF 15 tiene como finalidad principal brindar a los usuarios información financiera útil acerca de los ingresos de actividades ordinarias, la cual involucra a todas aquellas actividades y contemplaciones antes de su registro. Para ello, en esta norma se facilita el reconocimiento de los ingresos, a través del principio fundamental que se basa en el cumplimiento de las obligaciones de desempeño ante los clientes (Carvajal Salgado, 2021).

La Norma Internacional de Información Financiera 15 (2014) expresa que su objetivo es:

Establecer los principios que aplicará una entidad para presentar información útil a los usuarios de los estados financieros sobre la naturaleza, importe, calendario e incertidumbre de los ingresos de actividades ordinarias y flujos de efectivo que surgen de un contrato con un cliente (p. 6).

Con lo descrito anteriormente, se establece que esta norma ayuda en el reconocimiento de los ingresos ordinarios que se produjeron a través de contratos con los clientes y, por ende, la contabilización de los mismos.

En concordancia con los autores Ecobici y Dina Ionela (2014) para el empleo de la NIIF 15 es necesario utilizar cinco pasos esenciales como un nuevo prototipo de reconocimiento de los ingresos ordinarios y estos son:

- Paso 1. Identificación del contrato.
- Paso 2. Identificación de las obligaciones de desempeño en el contrato.
- Paso 3. Determinación del precio de la transacción.
- Paso 4. Asignación del precio de la transacción por cumplimiento de las obligaciones de desempeño.
- Paso 5. Reconocimiento del ingreso ordinario, cuando o en la medida en que se satisfagan las obligaciones de desempeño.

Cada uno de los pasos expuestos anteriormente están definidos en la NIIF 15, a continuación, un breve resumen de lo que contienen:

- **Paso 1. Identificación del contrato** expone cómo una empresa debe contabilizar un contrato con los clientes, siempre y cuando se cumpla con ciertos criterios.
- **Paso 2. Identificación de las obligaciones de desempeño en el contrato** comprende la evaluación que una entidad posee en relación a los bienes o servicios que están comprometidos en un contrato con un cliente, los cuales se reconocerán como un compromiso u obligación que tienen que transferirse.

- **Paso 3. Determinación del precio de la transacción** define la cuantía de la contraprestación a la que la empresa espera obtener a cambio de la transferencia de bienes y servicios estipulados en el contrato con el cliente.
- **Paso 4. Asignación del precio de la transacción por cumplimiento de las obligaciones de desempeño** explica cómo se debe distribuir el precio de la transacción referente a las diferentes obligaciones de desempeño que se ocasionan por cada uno de los bienes y servicios que están implicados en el contrato.
- **Paso 5. Reconocimiento del ingreso ordinario, cuando o en la medida en que se satisfagan las obligaciones de desempeño** especifica que los ingresos se contabilizarán, una vez que las obligaciones de desempeño sean transferidas mediante un bien o servicio que ya fueron estipulados en el contrato con el cliente.

Como consecuencia de la correcta utilización de la NIIF 15 se obtiene que existen adecuados procesos para el reconocimiento de los ingresos, los cuales contribuyen para la presentación de una confiable y fidedigna información financiera.

Ahora bien, una vez explicado lo referente a la NIIF15, se recalca que entre las empresas que pertenecen al sector turístico están las hoteleras, de restauración y transporte (áreas o marítimas), las mismas que rigen sus operaciones o actividades mediante contratos con los clientes.

Para las empresas hoteleras es imprescindible conocer el momento exacto para la contabilización de sus ingresos, identificando fechas de reservación, facturación y a la vez, puntos de fidelización que dificultan la medición, reconocimiento y contabilización de estos (Condo Cajas, 2019). Y en lo que concierne a las empresas aéreas cabe mencionar que, para el registro de los ingresos, de igual manera como en el sector hotelero hay que percatarse del tiempo exacto en el que ocurre la transacción, determinando tanto las fechas de la reserva de los boletos o pasajes aéreos como los de su pago y también las millas acumuladas que se ganan los clientes al viajar de manera constante.

Bajo lo descrito en el párrafo anterior, la identificación de los ingresos mediante la NIIF 15 produce un efecto significativo dentro de los Estados Financieros de las empresas, específicamente en las cuentas que involucran a los pasivos a corto y largo plazo, utilidad o rentabilidad, ingresos o ventas, costos y gastos (Díaz Lozano & Montaña Jiménez, 2018).

Finalmente, el estudio de investigación tiene como eje principal dar a conocer la Norma Internacional de Información Financiera 15, su fundamentación, su aplicación precisamente en el sector turístico del Ecuador y cómo su adopción influyó en los Estados Financieros. De igual manera, esta investigación se enfoca en la verificación de la correcta contabilización en cuanto a los puntos de fidelización que se otorgan a los clientes en las cadenas hoteleras y a las millas que conceden las aerolíneas por los viajes realizados a los diferentes destinos.

1.1.2 Justificación metodológica (viabilidad)

Esta investigación tiene viabilidad porque para su desarrollo se aplicó diferentes tipos de investigación, entre ellas, la investigación documental. Por consiguiente, se recolectó información de fuentes secundarias, que se encuentran en formato digital. Estas fueron tomadas exclusivamente de páginas web como Scopus, Redalyc, Dialnet o Scielo, las cuales se caracterizan por tener una amplia base de artículos científicos, que sirvieron de apoyo en los antecedentes y fundamentos investigativos.

Para la aplicación de los indicadores y comprobación de la hipótesis se empleó la información financiera de las 13 empresas hoteleras y 19 aéreas tomada de los formularios 101 que se encuentran en el sitio web de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (SUPERCIAS) en el periodo 2016-2019.

Otra investigación que se utilizó es la cuantitativa, puesto que, se recolectó y examinó los datos de las cuentas de activo, pasivo, ingresos, costos y gastos. Estos datos monetarios fueron descritos en fichas de observación. Posteriormente, se aplicaron indicadores financieros realizados en Excel que ayudaron al cumplimiento de los objetivos de investigación.

Y finalmente, para la comprobación de la hipótesis, se aplicó la investigación correlacional, a través de la Prueba de Wilcoxon. Esta se ejecutó en SPSS Statistics versión 26, permitiendo comparar el grupo antes (2016-2017) y después (2018-2019).

Con lo expuesto anteriormente, se detalló y comparó en términos cuantitativos, cómo la aplicación de la NIIF 15 ha influido en la rentabilidad, los pasivos, los ingresos, gastos y costos en las empresas del sector turístico del Ecuador.

1.1.3 Justificación práctica

Esta investigación es fundamental, debido a que constituye una fuente de información fidedigna y verídica que ayuda a adquirir conocimiento acerca de la NIIF 15 Ingresos procedentes de contratos con los clientes. Cabe destacar que esta investigación está dirigida a la sociedad, los estudiantes, profesionales y especialmente a las empresas del sector turístico. Pues, esta propone casos prácticos para la contabilización de la fidelización de los clientes en empresas aéreas y hoteleras.

Adicionalmente, con este estudio se intenta que tanto los estudiantes como los profesionales profundicen en la materia acerca de la Norma Internacional de Información Financiera 15 que aborda los Ingresos procedentes de contratos con los clientes, en virtud de que esta normativa es compleja y necesita un profundo análisis.

1.1.4 Formulación del problema de investigación

¿Cómo afecta la aplicación de la NIIF 15 al tratamiento contable de la fidelización de clientes en el sector turístico del Ecuador?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general

Evaluar la aplicación de la NIIF 15 y el tratamiento contable de la fidelización de clientes en la presentación de los estados financieros y la revelación en sus notas explicativas en las empresas del sector turístico del Ecuador.

1.2.2 Objetivos específicos

- Identificar las características principales y cambios normativos de la NIC 18 a la NIIF 15 Ingresos procedentes de contratos con los clientes.
- Analizar las partidas de los estados financieros de las empresas del sector turístico que afectaron la adopción de la NIIF 15 Ingresos procedentes de contratos con los clientes.
- Determinar el impacto en la presentación de los estados financieros de la NIIF 15 antes (2016) y después de la adopción (2019).

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Revisión de literatura

2.1.1 Antecedentes investigativos

El sector turístico abarca un sinnúmero de actividades económicas. Por tal motivo, es importante que las empresas que engloban estas actividades posean un adecuado tratamiento contable de sus hechos económicos. Vale mencionar, que la información financiera que se revela debe ser comparable, transparente y oportuna para facilitar la comprensión de los usuarios (Santamaria y Bayas Vásquez, 2018).

La información financiera que brinda el sector turístico es resultado de una excelente y quisquillosa contabilidad financiera. La cual, además de proporcionar datos monetarios exactos acerca de su patrimonio y evolución, logra que las empresas de este sector tomen decisiones de inversión y financiamiento. Por lo tanto, se cumple con las metas y objetivos propuestos que son parte del crecimiento de todo negocio. De esta forma, se beneficia a las personas que trabajan y consumen del sector, mejorando la calidad de vida y bienestar tanto económico como social de los demandantes (Espinoza Cume, 2020).

Para este análisis se revisó distintos artículos científicos a nivel nacional e internacional, donde se encuentran las variables de investigación. A continuación, se detalla las siguientes investigaciones por apartados que son base de este estudio:

2.1.1.1. Adopción de las Normas Internacionales de Información Financiera

La globalización económica abre las puertas al mundo. Por esto, la contabilidad se adapta a nuevas normas que sirven para la comparabilidad de los Estados Financieros entre empresas. En el año 2001, la Junta de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB) crea las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) que estandarizan los procesos contables de manera obligatoria en todo el mundo, logrando así, homogenizar la información financiera (Díaz Becerra, 2010).

En el artículo científico publicado por Espinoza Cume (2020) se expone que las Normas Internacionales de Información Financiera NIIF juegan un papel fundamental en la presentación de los estados financieros de todo tipo de empresas. Estas transparentan las operaciones económicas y proveen información financiera equiparable, veraz y concisa, convirtiéndose de esta manera en herramientas claves que apoyan en la toma de decisiones para inversión, crédito o financiamiento de cualquier actividad empresarial.

2.1.1.2. Las Normas Internacionales de Información Financiera en Ecuador

En Ecuador, las NIIF son una materia muy compleja y amplia de entender. Su adopción se alude al año 2006 mediante la resolución N°06.Q.ICE 004 difundida por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (SUPERCIAS) el 21 de agosto de 2006 y publicada en el Registro Oficial N.º 348 del 4 de septiembre de 2006. Pero por varias causas que surgieron en el momento de la divulgación en nuestro país, ya sea de capacitación o económicas, la aplicación de estos estándares se postergó para el año 2009. Finalmente, su adopción se determinó obligatoria para el ejercicio económico y fiscal 2010 ((Madrid Cárdenas et al., 2016).

Así mismo, en el artículo científico publicado por Celi Sánchez et al. (2018) se menciona que la implementación de las NIIF en Ecuador empezó en el año 2009 y finalizó en el 2012, produciendo cambios significativos en el patrimonio de algunas empresas. Sin embargo, con el pasar del tiempo las NIIF han tenido modificaciones y actualizaciones con respecto a su adopción inicial que todas las empresas ecuatorianas han tenido que acogerse.

2.1.1.3. Análisis de la Norma Internacional de Contabilidad 18: Ingresos de actividades ordinarias

La Norma Internacional de Contabilidad 18 es un instrumento primordial para el registro oportuno de los ingresos. Su finalidad está basada en la contabilización de los ingresos por concepto de venta de bienes, prestación de servicios y el uso, de activos por parte de terceros que den como resultado intereses, regalías o dividendos. Los últimos mencionados deben ser reconocidos siempre y cuando generen beneficios futuros en una entidad. De igual manera, especifica cómo se establece el precio de la

transacción y determina con fiabilidad, los costos a incurrir en las transacciones (Castro et al., 2016)

Bajo la misma perspectiva, en el trabajo de investigación tomado de Ramírez Torres et al. (2018) se manifiesta que la NIC 18 fue creada en diciembre de 1982 por el Comité de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB) bajo la denominación Ingresos de Actividades Ordinarias. Su objetivo era contabilizar los ingresos procedentes de ventas de bienes, prestación de servicios e interés, regalías y dividendos. Esta norma es muy limitada, pues esta sólo distingue las promesas que se ejecutan con el cliente en un momento dado, a la vez de centrarse en el riesgo y los beneficios, más no en el control de los mismo. Como consecuencia de ello, nace la NIIF 15 Ingresos de actividades ordinarias procedentes de contratos con clientes en el año 2014 para reemplazar esta y fijar a través de cinco pasos un mejor reconocimiento de los ingresos. Estos se basan en obligaciones de desempeño que pueden definirse como productos o servicios que una entidad se compromete a satisfacer mediante un contrato con el cliente.

2.1.1.4. Análisis de la Norma Internacional de Información Financiera 15: Ingresos de actividades ordinarias procedentes de contratos con clientes

Ahora bien, con respecto a la Norma Internacional de Información Financiera 15 que está sujeta a estudio, se acentúa que dicho estándar fue creado para implementar un reconocimiento y medición uniforme de los ingresos ocasionados por cualquier actividad ordinaria que provienen de los contratos que se originan con los clientes en las empresas. Es decir, que este estándar es un modelo único que busca contabilizar los ingresos que se producen a causa de la venta de bienes, prestación de servicios y contratos de construcción con los clientes (Ramírez Torres et al., 2018).

En concordancia con Carvajal Salgado (2021) en su análisis investigativo se afirma que la NIIF 15 para el reconocimiento de los ingresos por contratos con clientes se basa en 5 pasos claves; identificación del contrato, reconocimiento de las obligaciones de desempeño en el contrato, determinación del precio de la transacción, asignación del precio de la transacción por cumplimiento de las obligaciones de desempeño y verificación del ingreso ordinario, cuando o en la medida en que se satisfagan las obligaciones de desempeño. Aquellos suministran información contable que mejoran

la presentación de los estados financieros y a la vez, ayuda para acotejar los ingresos entre las empresas.

En Ecuador, la NIIF 15 entró en vigencia a partir del 01 de enero del 2018 reemplazando a la Norma Internacional de Contabilidad 18 nominada Ingresos de Actividades Ordinarias. Esta normativa detalla de manera exhaustiva el reconocimiento de los ingresos, ya sea por concepto de productos o servicios que se encuentran estipulados en un contrato con los clientes. Para ello, se debe identificar las obligaciones de desempeño (Condo Cajas, 2019).

La NIIF 15 sustituye a la Norma Internacional de Contabilidad N° 11 nominada Contratos de Construcción y tiene vigencia a partir del 2018 en todas las empresas que se dedican a actividades de edificación o cimentación.

Desde el punto de vista de Goyes Rizzo (2021) en su investigación se expone que cuando se utilizaba la NIC 11 sólo se registraban los ingresos y costos recurrentes sobre un porcentaje de avance de la obra de construcción contratada. Pero, con la adopción de la NIIF 15 se comienza a diferenciar ciertos criterios para que los ingresos sean medidos con exactitud y que cumplan con las obligaciones de desempeño en un momento determinado o a lo largo del tiempo. Adicionalmente, revela que en las empresas constructoras existe un impacto significativo en los Estados Financieros. Esto es resultado del incremento en las cuentas de ingresos y egresos, efecto que se produjo al identificar las obligaciones de desempeño con la aplicación de la NIIF 15.

2.1.1.5. La NIIF 15 en el sector turístico

Según Guerrón Tobar (2021) en su estudio de investigación manifiesta que el sector turístico constituye una fuente económica considerable porque genera la tercera parte de ingresos no petroleros en el Ecuador. Con la aplicación de la NIIF 15 en este sector se permitió reconocer los ingresos de manera razonable e identificando las obligaciones de desempeño. A través, del método de múltiplos se comprobó una variación que existe entre las empresas hoteleras sin NIIF versus las que incluyen las NIIF. Se obtuvo como resultado que el sector hotelero con NIIF tiene valores superiores en relación con las que no las incluyen. Esto se debe a que la metodología

empleada en el reconocimiento de las ventas ordinarias genera una disminución en el importe de los ingresos y utilidades.

En la investigación dada por Gavidia Zumba y Florencia Calderón (2021) se comprobó cómo las empresas promotoras del turismo registran sus ingresos. De hecho, estas entidades ofertan paquetes turísticos, que se contabilizaron como una sola obligación de desempeño, puesto que los productos o servicios ofertados siguen un mismo patrón. Esto es producto del reconocimiento de los ingresos que se especifican en cinco pasos en la NIIF 15, originando de esta forma una mejor contemplación de los ingresos en los Estados Financieros y en sus notas explicativas.

De la misma manera, en el estudio realizado por Condo Cajas (2019) se asevera que la utilización de la NIIF 15 en la contabilización de los ingresos en el sector hotelero generó efectos tanto en los ratios financieros como en el cálculo de los impuestos. Efectivamente, el empleo de la normativa merma los indicadores económicos en el sector hotelero, puesto que, al momento de reconocer los ingresos se redujo aquellos que están por concepto de prestación de servicios en el Estado de Pérdidas y Ganancias. Y en relación con los impuestos, se creó las diferencias temporales, estableciendo de esta manera los impuestos diferidos, los cuales se deben tener en cuenta en el régimen tributario del Ecuador.

2.1.2 Fundamentos teóricos

2.1.2.1 NIC 18: Ingresos de actividades ordinarias

Objetivo

De conformidad con la NIC 18 Ingresos de actividades ordinarias (2009) se establece que el objetivo primordial de esta norma es constituir un procedimiento contable adecuado para los ingresos de actividades ordinarias que son resultado de varios tipos de transacciones económicas.

Alcance

La NIC 18 (2009) especifica que sólo será aplicada cuando se produzca transacciones o hechos económicos en:

- venta de bienes
- la prestación de servicios
- el uso, por parte de terceros, de activos de la entidad que produzcan intereses, regalías y dividendos

Contabilización de los ingresos de actividades ordinarias

1. Medición de los ingresos de actividades ordinarias

Para la medición de los ingresos de actividades ordinarias, la NIC 18 (2009) sugiere que “debe hacerse utilizando el valor razonable de la contrapartida, recibida o por recibir, derivada de los mismos” (p. 1189).

2. Identificación de la transacción

Según hecho económico que se ejecute se aplica diferentes criterios para el reconocimiento, como se señala a continuación:

Venta de bienes

En concordancia con la NIC 18 (2009) la venta de bienes se registra, cuando cumplen las siguientes condiciones:

- El comprador posee los riesgos y ventajas de los bienes adquiridos por parte de la empresa.
- La empresa no tiene el control efectivo de los bienes.
- El precio de la transacción, así como los costos incurridos pueden medirse con fiabilidad.
- La empresa recibe los beneficios económicos al efectuarse la transacción.

Prestación de servicios

Cuando el efecto de un hecho económico es la prestación de servicios, según la NIC 18 (2009), esta es reconocida al cumplirse estos requisitos:

- El precio y los costos incurridos pueden medirse con fiabilidad.

- La entidad obtenga beneficios económicos al prestar sus servicios.
- El nivel de realización de la transacción es medido con fiabilidad al final del periodo.

Uso, por parte de terceros, de activos de la entidad que produzcan intereses, regalías y dividendos

Tal como lo determina la NIC 18 (2009), para la contabilización de estos se debe satisfacer los siguientes requerimientos:

- Los intereses se deberán registrar empleando el método del tipo de interés efectivo, como se indica en la NIC 39.
- Las regalías se registrarán utilizando la base de acumulación (o devengo).
- Los dividendos se reconocerán cuando se fija el derecho a cobrarlos por parte del accionista.

Definiciones generales de la norma

Estos son los términos que se trata en la norma:

Ingresos de actividades ordinarias son las entradas de beneficios monetarios, que surgen por concepto de actividades ordinarias durante el periodo, las cuales aumentan el patrimonio de la empresa (Fundación del Comité de Normas Internacionales de Contabilidad, 2009).

Valor razonable es el coste por el cual se transfiere un activo, o liquidado un pasivo, entre el comprador y el vendedor, quienes realizan una libre transacción (Fundación del Comité de Normas Internacionales de Contabilidad, 2009).

2.1.2.2 NIIF 15: Ingresos de actividades ordinarias procedentes de contratos con clientes

Objetivo

Tal como lo estipula la NIIF 15 Ingresos de Actividades Ordinarias Procedentes de Contratos con Clientes (2014) su objetivo en resumen es establecer patrones contables

que una empresa suministrará para el reconocimiento de ingresos por actividades ordinarias. Esto significa, que se contabilizará el valor monetario que la entidad recibe o tiene derecho a recibir en el momento de la transferencia de un bien o servicio (obligación de desempeño) comprometido en un contrato con los clientes.

Alcance

La NIIF 15 tiene aplicabilidad a todos los contratos con clientes, excepto a aquellos que no se considera en la misma, como se señala en la siguiente tabla:

Tabla 1. Excepciones de aplicabilidad de la NIIF 15

Contratos	Alcance
Arrendamiento	NIIF 16 Arrendamientos
Seguros	NIIF 17 Contratos de Seguros
Instrumentos financieros y otros derechos u obligaciones contractuales	NIIF 9 Instrumentos Financieros NIIF 10 Estados Financieros Consolidados NIIF 11 Acuerdos Conjuntos NIC 27 Estados Financieros Separados NIC 28 Inversiones en Asociadas y Negocios Conjuntos

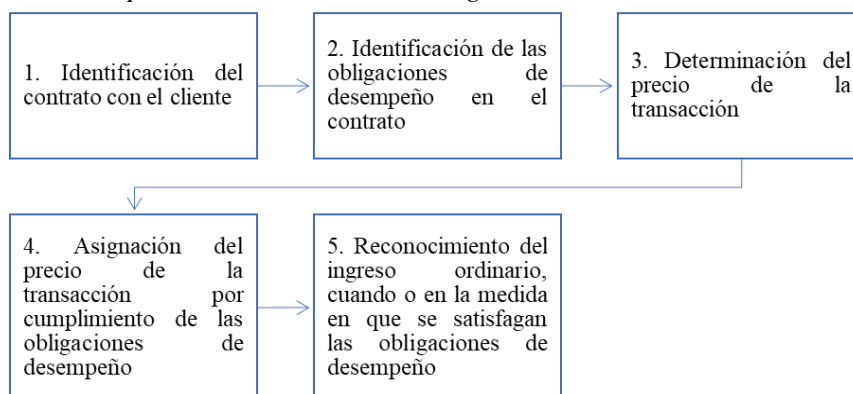
Fuente: NIIF 15 (2014, pp. 798–799)

Elaborado por: Masaquiza, E (2022)

Los cinco pasos del modelo de reconocimiento de ingresos ordinarios

En el gráfico 1, se muestra cómo la empresa auditora Deloitte detalla los cinco pasos que facilitan la contabilización de los ingresos por actividades ordinarias.

Gráfico 1. Pasos para el reconocimiento de ingresos ordinarios



Fuente: Deloitte (2019, p. 6)

Elaborado por: Masaquiza, E (2022)

1. Identificación del contrato

Para las empresas del sector turístico, la identificación del contrato puede ser un trabajo completamente sencillo, debido a que este se puede dar de manera escrita o verbal, cuando se realizan las reservas, los ingresos y salidas de los clientes. Sin embargo, también debe tomarse en cuenta los descuentos y beneficios no monetarios que se ofrece al cliente para su fidelización (Guerrón Tobar, 2021).

2. Identificación de las obligaciones de desempeño en el contrato

Las empresas del sector turístico en su mayoría suministran varios productos o servicios dentro de un solo contrato. Un ejemplo claro de esto es un paquete de safari que dentro de este hay un conjunto de bienes o servicios distintos como comida, estadía, transporte, entre otros. A medida que estas obligaciones de desempeño comprometidas con el cliente se transfieren pueden contabilizarse como una sola o separadas. Igualmente, cuando la empresa carga alguna retribución por concepto de administración o el pago con tarjeta de crédito de los clientes que realizan sus reservas a través de su página web, se debe determinar si estas actividades dan origen a obligaciones de desempeño separadas o se pueden contabilizar como una sola (Deloitte, 2019).

3. Determinación del precio de la transacción

El precio de transacción en este sector depende de la probabilidad que tiene el cliente para pagar, pero en la gran mayoría los precios de venta los impone el mercado. Además, muchas empresas de este sector pueden recibir pagos por anticipado que no son reembolsables con relación a bienes o servicios futuros. Por ejemplo, pagos prepagados por vuelos en un paquete de días festivos, cuando sucede este caso, las empresas como estrategia de fidelización de los clientes otorgan puntos de lealtad que serán recompensados en un futuro. Para la contabilización de los ingresos se crea las cuentas contables por servicios y otra por puntos de fidelización o millas acumuladas, con su respectiva contrapartida anticipo clientes (Deloitte, 2019).

4. Asignación del precio de la transacción por cumplimiento de las obligaciones de desempeño

En un contrato puede existir dos o más obligaciones de desempeño, en este caso, es preciso asignar precio a cada obligación de desempeño. Por ejemplo, un hotel ofrece un paquete de alojamiento de 5 días y 4 noches de estadía, comida tres veces al día, sala de juegos y diversión la última noche. Esta entidad identifica cuatro obligaciones de desempeño y el precio de venta estipulado en el contrato es de 2.000 dólares. Los precios de venta independientes de estas obligaciones de desempeño son \$ 1.250,00 por la estadía; \$250,00 por concepto de comida; \$500,00 por los juegos y \$ 200,00 por las actividades de diversión, que dan una totalidad de \$2.200,00. Pero como en paquete que se pactó con el cliente tiene un valor de \$2.000,00 se procede a asignar los precios dependiendo la obligación de desempeño de la siguiente manera:

Tabla 2. *Ejemplo de asignación de obligaciones de desempeño*

Obligación de desempeño	Cálculo de asignación	Valor de asignación
1. Estadía	$\left(\frac{\$1.250,00}{\$2.200,00}\right) * \$ 2.000,00$	\$1.136,36
2. Comida	$\left(\frac{\$250,00}{\$2.200,00}\right) * \$ 2.000,00$	\$227,27
3. Juegos	$\left(\frac{\$500,00}{\$2.200,00}\right) * \$ 2.000,00$	\$454,54
4. Actividades de diversión	$\left(\frac{\$200,00}{\$2.200,00}\right) * \$ 2.000,00$	\$181,81
Total del paquete		\$1.999,98 \approx \$2.000,00

Fuente: Deloitte (2019, p. 18)

Elaborado por: Masaquiza, E (2022)

5. Reconocimiento del ingreso ordinario, cuando o en la medida en que se satisfagan las obligaciones de desempeño

Finalmente se contabiliza los ingresos que corresponden al giro del negocio, pero esto resulta del cumplimiento de las obligaciones de desempeño, es decir, se registran aquellas que se satisficieron a lo largo del tiempo o en un tiempo determinado. Ejemplo, el pago del alojamiento de 4 días en un hotel, al momento de la reservación o cuando finaliza el contrato u hospedaje del cliente (Deloitte, 2019).

Definiciones generales de la norma

Contrato: Compromiso entre dos o más partes que instauran derechos y obligaciones (International Accounting Standards Board [IASB], 2014).

Activo del contrato (contract asset): El derecho de una empresa a una compensación por el intercambio de bienes o servicios con el cliente, cuando está restringido por algo diferente al paso del tiempo (International Accounting Standards Board [IASB], 2014).

Pasivo del contrato: Obligación de una empresa de entregar bienes o servicios a un cliente, debido a que la misma ya ha recibido la compensación estipulada en el contrato (International Accounting Standards Board [IASB], 2014).

Cliente (customer): Persona natural o jurídica que ha contratado la adquisición de bienes o servicios correspondientes a actividades ordinarias a cambio de una compensación (International Accounting Standards Board [IASB], 2014).

Ingresos: Incrementos o entradas de dinero que aumentan el patrimonio y disminuyen el pasivo, producidos en el transcurso del ejercicio económico (International Accounting Standards Board [IASB], 2014).

Obligación de desempeño: Compromiso con un cliente mediante un contrato para transferirle un bien o servicio que pueden ser distintos o semejantes (International Accounting Standards Board [IASB], 2014).

Ingreso de actividades ordinarias: Ingresos que son producto de actividades ordinarias de una empresa (International Accounting Standards Board [IASB], 2014).

Precio de venta independiente (de un bien o servicio): Importe que la empresa ofrece vender un bien o servicio que están implicados de manera separada en un contrato para el cliente (International Accounting Standards Board [IASB], 2014).

Precio de transacción (para un contrato con un cliente): Importe o coste que la empresa espera conseguir por la transferencia de los bienes o servicios comprometidos al cliente (International Accounting Standards Board [IASB], 2014).

2.1.2.3 Diferencias entre la NIC 18 y NIIF 15

Se enumera las principales diferencias entre estas dos normas:

Tabla 3. Diferencias entre NIC 18 y NIIF 15

NIC 18 Ingresos de Actividades Ordinarias	NIIF 15 Ingresos de Actividades Ordinarias Procedentes de Contratos con Clientes
Determina criterios para el reconocimiento de cada tipo de ingreso: 1. Venta de bienes 2. Prestación de servicios Intereses, regalías y dividendos	Considera cinco pasos o etapas para el reconocimiento de los ingresos: 1. Identificación del contrato. 2. Identificación de las obligaciones de desempeño en el contrato. 3. Determinación del precio de la transacción. 4. Asignación del precio de la transacción por cumplimiento de las obligaciones de desempeño. 5. Reconocimiento del ingreso ordinario, cuando o en la medida en que se satisfagan las obligaciones de desempeño.
Se acuerda la venta de bienes y prestación de servicios a través de contratos y órdenes de compra de clientes.	Los acuerdos se dan mediante contratos con los clientes.
No se combinan contratos, se los trata como acuerdos separados, sea esto por venta de bienes o prestación de servicios.	Se puede combinar dos o más contratos con el mismo cliente y en el mismo tiempo (contrato único).
Separa los ingresos por cuentas específicas.	Detalla el reconocimiento de las obligaciones de desempeño.
Creación de cláusulas con los valores de venta para cada bien o servicio.	Distribución del precio de venta por cada obligación de desempeño.
Contabiliza los ingresos en: a) La venta de bienes que se transfiere el control total con sus riesgos y beneficios. b) La prestación de servicios, una vez que se haya consumido.	Contabiliza los ingresos cuando se satisface la obligación de desempeño, esto puede darse a lo largo del tiempo o en un determinado tiempo.
Los costos incrementales son reconocidos como gastos.	Contabiliza los costos incrementales que se obtienen en un contrato.
La información revelada en los estados financieros se presenta por tipo y naturaleza de ingreso.	La información financiera para revelar depende de los contratos con clientes, juicios significativos de dichos contratos y de los activos reconocidos en los mismos.

Fuente: NIC 18 (2009) y Bustamante Cordero, (2020, pp. 44–56)

Elaborado por: Masaquiza, E (2022)

2.1.2.4 Fidelización de clientes

La fidelización de los clientes es una técnica que se encarga que los compradores o beneficiarios de un producto o servicio, mantengan relaciones mercantiles de manera constante y prolongada (Mesén Figueroa, 2011).

En cuanto, al sector hotelero, la fidelización se origina en el momento que se torna repetitiva la opción de un cliente en alojarse en un hotel o cuando mencionado cliente consume bastante de los otros servicios que se puedan ofrecer en el mismo. Como estrategias de fidelización, no sólo es aquella que se gana por el menor precio de la estadía sino también los regalos o denominados puntos de fidelización que sirven para ganar un hospedaje, comida, entre otros (Sardón Martín, 2021).

Por otro lado, las empresas aéreas para la fidelización de sus clientes emplean otras técnicas tales como la acumulación de millas que se consiguen por cada dólar gastado en los boletos de viaje en los vuelos realizados, además de obtener más dependiendo del destino, la reserva y la clase (Air Europa, 2021).

Las millas se pueden obtener de diferentes maneras, cuando se viaja, al comprar millas de bonificación adicionales en cada vuelo, en las empresas asociadas que pueden ofrecer productos o servicios, que por cada dólar de consumo se obtenga millas o si se paga con una tarjeta de crédito o débito que es vinculada con la empresa. Todas las millas ganadas se canjearán para viajar en vuelos a diferentes destinos en el mundo (American Airlines, 2022).

2.2 Hipótesis de investigación

Hipótesis nula (H_0): La aplicación de la NIIF 15 y el tratamiento contable de la fidelización de los clientes no impacta en la presentación de los estados financieros en las empresas del sector turístico del Ecuador.

Hipótesis alternativa (H_1): La aplicación de la NIIF 15 y el tratamiento contable de la fidelización de los clientes impacta en la presentación de los estados financieros en las empresas del sector turístico del Ecuador.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Recolección de la información

La presente investigación es de tipo documental- bibliográfico, cuantitativo y correlacional. Por lo tanto, para la recolección de la información para el marco teórico se acumuló varios artículos científicos, tesis de investigación y la documentación de las normas que fueron descargadas de internet, específicamente de repositorios científicos digitales como Scopus, Redalyc, Dialnet o Scielo.

En lo referente, al estudio cuantitativo y correlacional se recopiló información financiera del sector turístico del Ecuador, específicamente en las empresas hoteleras y aéreas. Como existe una gran accesibilidad en la página web de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (https://appscvsmovil.supercias.gob.ec/portaldedocumentos/consulta_cia_param.zul), se descargó los Estados Financieros (Formulario 101) y las notas explicativas de los períodos 2016-2019 de cada una de las empresas sujetas a estudio, recolectando preferentemente las partidas contables de los activos, pasivos, ingresos, costos y gastos.

Cabe recalcar que los datos obtenidos por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros son base de información verídica, que brindan gran significancia y eficacia en el presente estudio.

3.1.1 Población y muestra

En términos de Arias (2012) conceptualiza a la población como un conjunto finito o infinito de componentes, los cuales poseen características comunes y estos son esenciales para las conclusiones de toda la investigación. Además, su delimitación se da por el problema y por los objetivos del estudio.

La población está compuesta por las empresas del sector turístico del Ecuador. Exclusivamente, las empresas hoteleras y aéreas, que se encuentran dentro del sector económico grande según los registros de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.

En cuanto a la muestra, se define a esta como una parte o subconjunto de unidades representativas de una población o universo, donde dichas unidades son elegidas de manera aleatoria, y cuyo objetivo es someterse a observación para obtener resultados verídicos para la población investigada (López & Fachelli, 2015).

El criterio para la selección de la muestra depende del investigador. Es por ello, que se cuenta con una totalidad de 32 empresas, las cuales se conforman por 19 empresas aéreas y 13 empresas hoteleras. Además, estas se hallan activas y contienen información financiera desde el año 2016 hasta el año 2019.

3.1.2 Fuentes secundarias

Secundarias: Datos de los Estados Financieros detallados en los formularios 101 y notas explicativas de las empresas hoteleras y áreas obtenidos por medio de la plataforma de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros y la información obtenida de algunas tesis o artículos científicos referentes a la NIIF 15 Ingresos procedentes de contratos con los clientes.

3.1.3 Instrumentos y métodos para recolectar información

Los instrumentos son herramientas que constituyen los apoyos que se tienen para la ejecución de la investigación, mediante estos se recopila la información suficiente y necesaria, entre ellos está la encuesta, el cuestionario, la entrevista, panel de datos entre otros (Paz, 2017).

Para la presente investigación, se empleó el siguiente instrumento:

Ficha de observación: Permite llevar de un registro ordenado de los datos en una investigación. Por lo que está compuesta por datos ordenados tanto en filas como en columnas, en donde el eje vertical representa a cada una de las empresas hoteleras y aéreas del Ecuador y el eje horizontal constituye los periodos de estudio de la investigación. En esta ficha se colocarán los valores en términos monetarios de las cuentas contables de activos, pasivos, ingresos, costos y gastos de las 32 empresas sujetas a estudio.

Las fichas de observación diseñadas para el presente estudio son las siguientes:

Tabla 4. Cuentas Contables de las empresas del sector turístico del Ecuador de los años 2016-2017-2018-2019

Cuentas Contables de los Estados Financieros sujetas a investigación por aplicación de NIIF 15 Ingresos procedentes de contratos con los clientes							
Empresas Aéreas y Hoteleras							
Años 2016-2017-2018-2019							
N °	Nombre de la empresa	Activos	Pasivos	Ingresos	Costos	Gastos	Utilidad/Pérdida
...							

Elaborado por: Masaquiza, E (2022)

Tabla 5. Cálculo de indicadores financieros de los años 2016-2017-2018-2019

Indicadores financieros años 2016-2017-2018-2019																		
N °	Empresa	Solvencia				Gestión				Rentabilidad								
		2016	2017	2018	2019	2016	2017	2018	2019	2016	2017	2018	2019	2016	2017	2018	2019	
		Endeudamiento del activo total = Pasivo Total / Activo Total				Impacto Gastos Administración y Ventas= Gastos Administrativos y de Ventas / Ventas				Rentabilidad Neta del Activo (ROA)= (Utilidad Neta / Ventas) * (Ventas / Activo Total)					Rentabilidad Neta de Ventas (Margen Neto)=Utilidad Neta / Ventas			
...																		

Elaborado por: Masaquiza, E (2022)

Tabla 6. Promedio y resumen de los indicadores financieros antes (2016-2017) y después (2018-2019)

		Promedios de Indicadores financieros							
		Solvencia		Gestión		Rentabilidad			
		Endeudamiento del activo total		Impacto Administración y Ventas		Gastos Rentabilidad Neta del Activo (ROA)		Rentabilidad Neta de Ventas (Margen Neto)	
N°	Empresa	Antes (2016-2017)	Después (2018-2019)	Antes (2016-2017)	Después (2018-2019)	Antes (2016-2017)	Después (2018-2019)	Antes (2016-2017)	Después (2018-2019)
...									

Elaborado por: Masaquiza, E (2022)

Tabla 7. Promedios de antes (2016-2017) y después (2018-2019) de la adopción de NIIF 15 para comprobación de las hipótesis

		Promedios de antes (2016-2017) y después (2018-2019) de la adopción de NIIF 15 para comprobación de las hipótesis									
N°	Empresa	Pasivos		Costos y gastos		Ingresos		Rentabilidad Neta del Activo (ROA)		Rentabilidad Neta de Ventas (Margen Neto)	
		Antes (2016-2017)	Después (2018-2019)	Antes (2016-2017)	Después (2018-2019)	Antes (2016-2017)	Después (2018-2019)	Antes (2016-2017)	Después (2018-2019)	Antes (2016-2017)	Después (2018-2019)

Elaborado por: Masaquiza, E (2022)

3.2 Tratamiento de la información

Para el cumplimiento del primer objetivo se cotejó información de artículos científicos, varias tesis y la normativa correspondiente a la NIC 18 y la NIIF 15.

Luego, para comprobar y cumplir segundo y tercer objetivo de la investigación, se recolectó toda la información financiera necesaria desde el año 2016 hasta el año 2019. Con esto, se procedió a un análisis exhaustivo e interpretación de los datos de forma ordenada y sistemática.

Entonces, para el segundo objetivo se realizó el cálculo de los indicadores siguiendo estos procedimientos metodológicos:

- Revisión exhaustiva de la información compilada.
- Repetición del proceso de revisión para evitar falencias o defectos en los datos obtenidos por parte de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros
- Tabulación y cálculo de los datos en Excel para la interpretación de los resultados

Finalmente, para la ejecución del tercer objetivo se procedió a la comprobación de hipótesis mediante de la prueba de Wilcoxon en el software denominado SPSS Statistics versión 26, la cual nos permitió aceptar o rechazar la hipótesis nula.

Su aplicación contribuyó al resultado de la investigación y con ello, se determinó cómo la adopción de la NIIF 15 ha influido en la rentabilidad, los pasivos, los ingresos, gastos y costos tanto de las empresas hoteleras como aéreas en el Ecuador, correspondientes a los periodos 2016 (antes) y 2019 (después de la adopción).

La información obtenida se presentó de la siguiente forma:

- Representación escrita, al momento de expresar la información analizada en datos no numéricos.
- Representación tabular, cuando los datos recopilados fueron presentados en tablas elaboradas en Excel, facilitando de esta manera la comprensión del lector.

- Representación gráfica, presenta una forma clara, sencilla y precisa la información obtenida mediante el empleo de gráficas estadísticas, ayudando así a la comparación e interpretación de los datos.

3.3 Operacionalización de las variables

Tabla 8. Variable independiente NIIF 15: Ingresos de actividades ordinarias procedentes de contratos con clientes

Conceptualización	Dimensiones - Categoría	Indicadores	Ítems Básicos	Técnicas e Instrumentos
NIIF 15: Ingresos de actividades ordinarias procedentes de contratos con clientes Establece cinco patrones contables que una empresa suministrará para el reconocimiento de ingresos por actividades ordinarias. Esto significa, que se contabilizará el valor monetario que la entidad tiene derecho a recibir en el momento de cumplir la obligación de desempeño estipulada en un contrato con los clientes.	Activo	Solvencia: Endeudamiento del activo total	Pasivo Total / Activo Total	Ficha de observación
	Pasivo	Gestión: Impacto de gastos	Gastos Administrativos y de Ventas / Ventas	
	Ingresos (Ventas)	Rentabilidad: Rentabilidad neta del activo (ROA)	(Utilidad Neta / Ventas) * (Ventas / Activo Total)	
	Costos y gastos			
	Utilidad Neta	Rentabilidad neta de ventas o margen neto	Utilidad Neta / Ventas	

Elaborado por: Masaquiza, E (2022)

Tabla 9. *Variable dependiente fidelización de clientes*

Conceptualización	Dimensiones - Categoría	Ítems Básicos	Técnicas e Instrumentos
<p>Fidelización de clientes Técnica que se encarga que los compradores o beneficiarios de un producto o servicio, mantengan relaciones mercantiles de manera constante y prolongada (Mesén Figueroa, 2011).</p>	<p>Precio de la transacción</p>	<p>Asignación del precio de la transacción por cumplimiento de las obligaciones de desempeño. Reconocimiento del ingreso ordinario, cuando o en la medida en que se satisfagan las obligaciones de desempeño.</p>	<p>Revisión a las notas aclaratorias de los Estados Financieros Asientos contables</p>

Elaborado por: Masaquiza, E (2022)

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1 Resultados y discusión

Para la ejecución del segundo como del tercer objetivo de investigación se obtuvo datos de los estados financieros de los años 2016, 2017, 2018 y 2019 de la plataforma de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, específicamente de 32 empresas del sector turístico y se procedió a la aplicación de indicadores financieros. Asimismo, para el cálculo de estos se requirió de las cuentas de activo, pasivo, costos, gastos, ingresos y utilidad con los cuales se obtuvo un indicador de solvencia, uno de gestión y dos de rentabilidad por los cuatro de estudio.

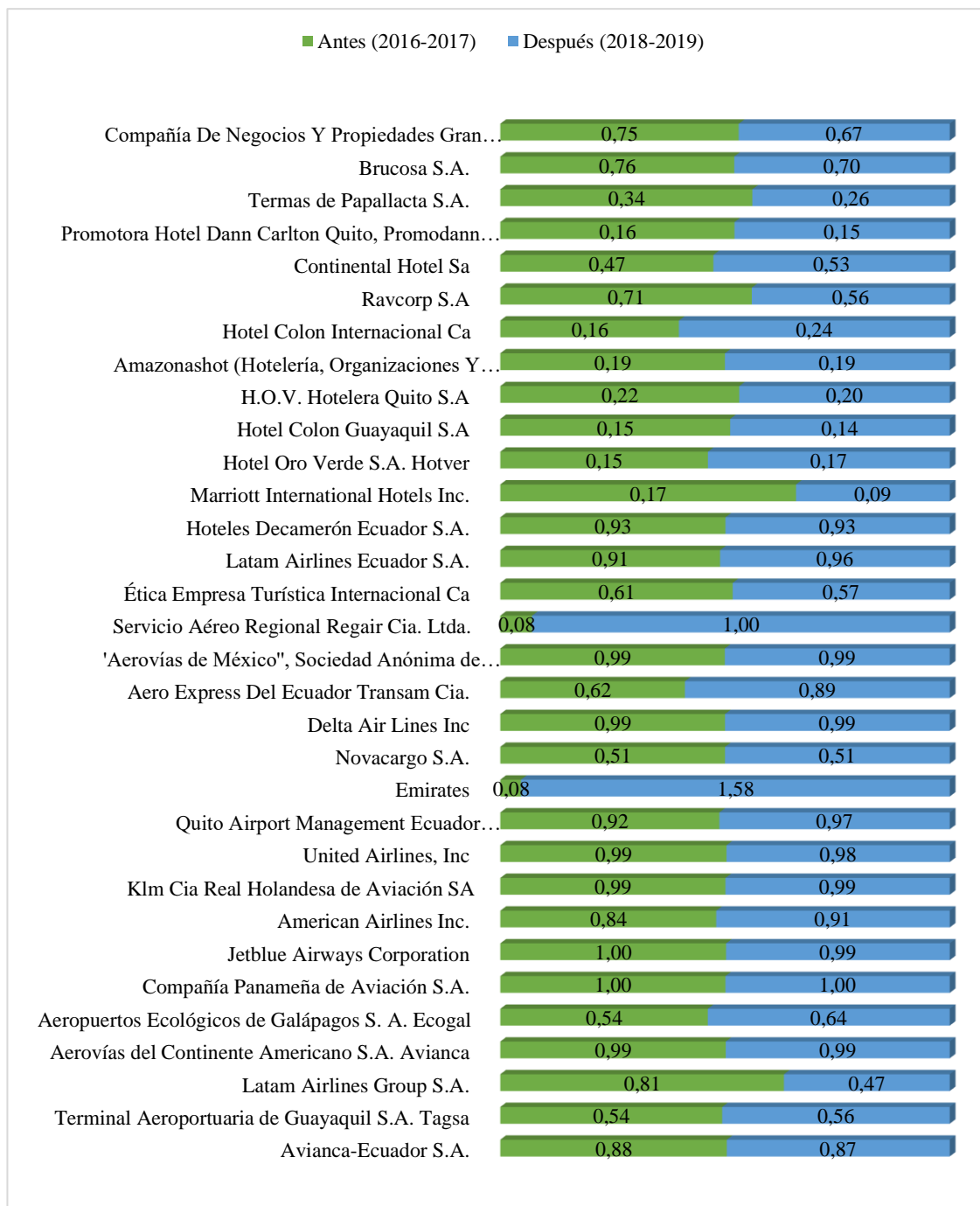
Por último, referente a la comprobación de la hipótesis se desarrolló la prueba o test de Wilcoxon en el software denominado SPSS Statistics versión 26. Con ello, se deduce si existe un impacto en los estados financieros con la aplicación de la NIIF 15 en las empresas del sector turístico.

4.1.1 Análisis financiero del sector turístico del Ecuador

4.1.1.1 Indicador de solvencia

Análisis del endeudamiento del activo total

Gráfico 2. Endeudamiento del activo



Elaborado por: Masaquiza, E (2022)

El indicador de endeudamiento del activo total indica cuánto la empresa financia su actividad a través de las deudas u obligaciones. Para las empresas del sector turístico, en los años 2016-2017, el promedio de este indicador es del 61% y en los años 2018-2019 es de 68%. Es decir, que la mayoría de las empresas de este sector se apoyan de recursos ajenos y no de los propios. Adicionalmente a esto, se refleja un incremento del 7%, posiblemente efecto de la adopción de la NIIF 15.

Tal como se evidencia en el gráfico 2, varias empresas se han mantenido con la misma estimación, mientras otras han aumentado o disminuido. Teniendo en cuenta que, para el 2016-2017, las empresas que tienen un 100% de este indicador son Compañía Panameña de Aviación S.A. y Jetblue Airways Corporation. En efecto, estas empresas subsisten por fondos prestados. Sin embargo, lo que es notable para los años 2018-2019, es que la empresa Emirates muestra 158%, esto significa que la empresa posee más pasivos que activos, debido a la existencia de pasivos por ingresos diferidos.

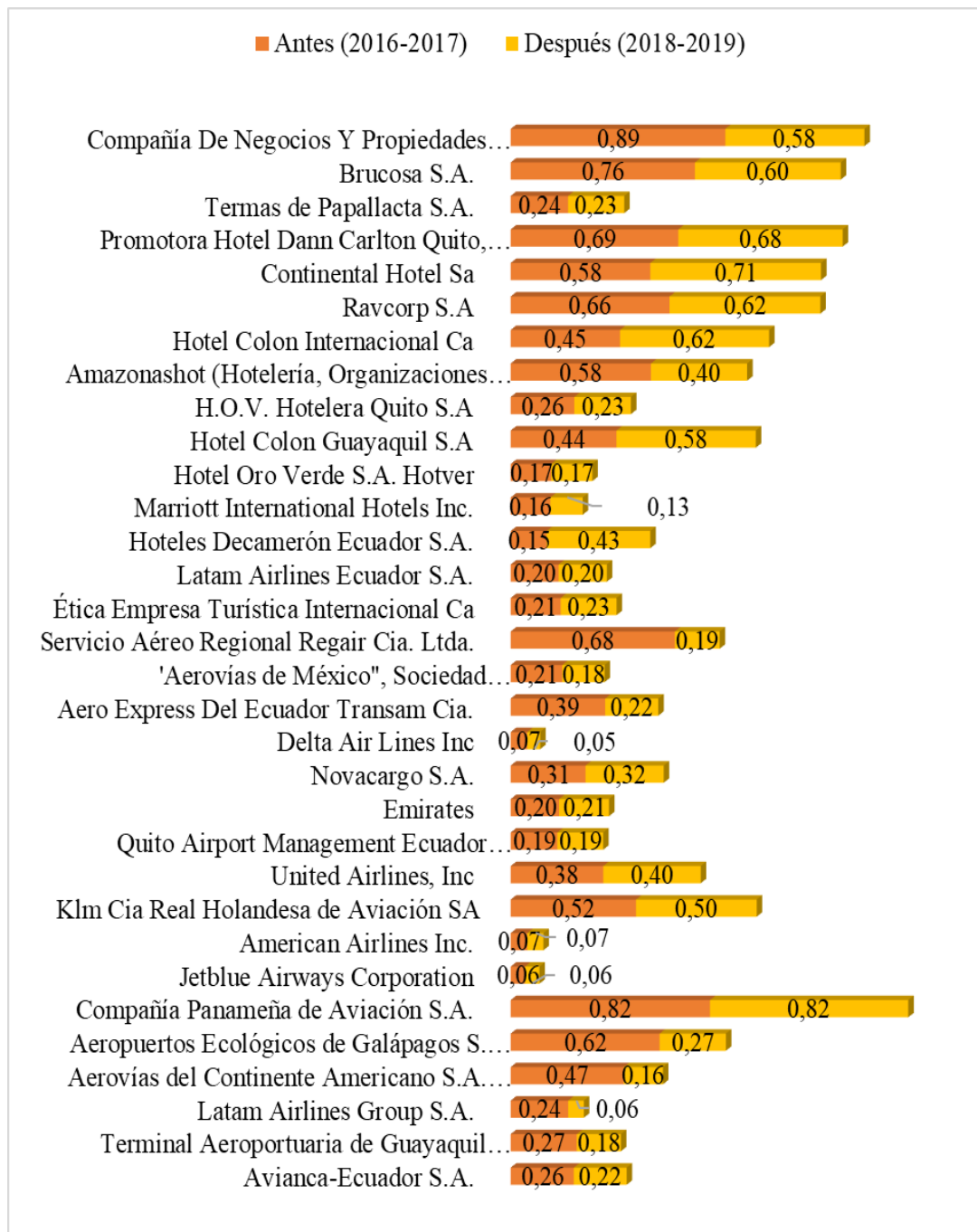
4.1.1.2 Indicador de gestión

Análisis del impacto de gastos

Este indicador evalúa la capacidad que poseen las empresas para gestionar sus gastos administrativos y de ventas. En definitiva, para los años 2016-2017 tiene un promedio de 38% y para los años 2018-2019 de 33%. Dado esto, se muestra una disminución del 5%, que es fruto de la nueva contabilización de las ventas netas con sus respectivos gastos.

En el gráfico 3 se observa que la empresa que menos emplea en sus gastos de administración y ventas es Jetblue Airways Corporation con un 6%. Esto significa que por cada dólar vendido esta empresa gasta solo seis centavos.

Gráfico 3. Impacto de gastos



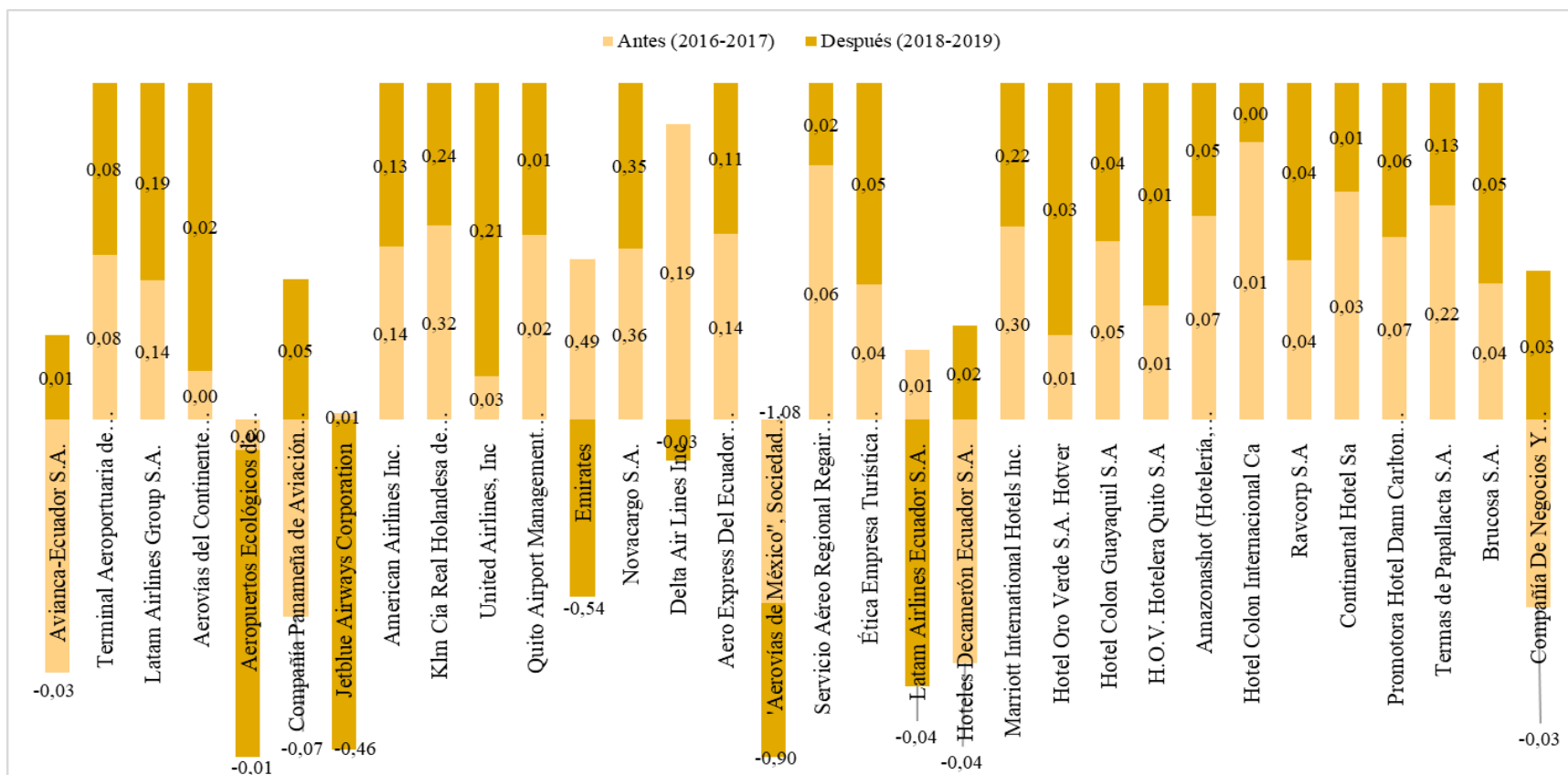
Elaborado por: Masaquiza, E (2022)

Adicional a ello, se constata que la Compañía Panameña de Aviación S.A. y la Compañía de Negocios y Propiedades Gran Condor Conprogra Cia. Ltda. son las entidades que desembolsan más para sus gastos, con un 82% en los cuatro estudiados y 89% en los años 2016-2017, respectivamente. Esto, es producto de las pérdidas monetarias en dichas empresas.

4.1.1.3 Indicadores de rentabilidad

Análisis de la rentabilidad neta del activo (ROA)

Gráfico 4. Rentabilidad neta del activo (ROA)



Elaborado por: Masaquiza, E (2022)

El indicador de rentabilidad neta del activo (ROA) mide el grado de eficiencia de las empresas para obtener sus utilidades a partir de sus activos. En el gráfico 4 se aprecia que el promedio para los años 2016-2017 es de 5% y en los años 2018-2019 es de 1%. Claramente, se denota un decremento del 4% consecuencia acarreada por la disminución en las ventas en algunas empresas y el incremento de algunos de los costos y gastos en dichos años.

Además, los resultados obtenidos demuestran que las empresas que tiene mayor porcentaje de este indicador son Emirates y Novacargo S.A. Estas representan un porcentaje de 49% para el 2016-2017 y 35% para el 2018-2019, respectivamente. Debido a que, mencionadas empresas han contraído utilidades mayores para aquellos años.

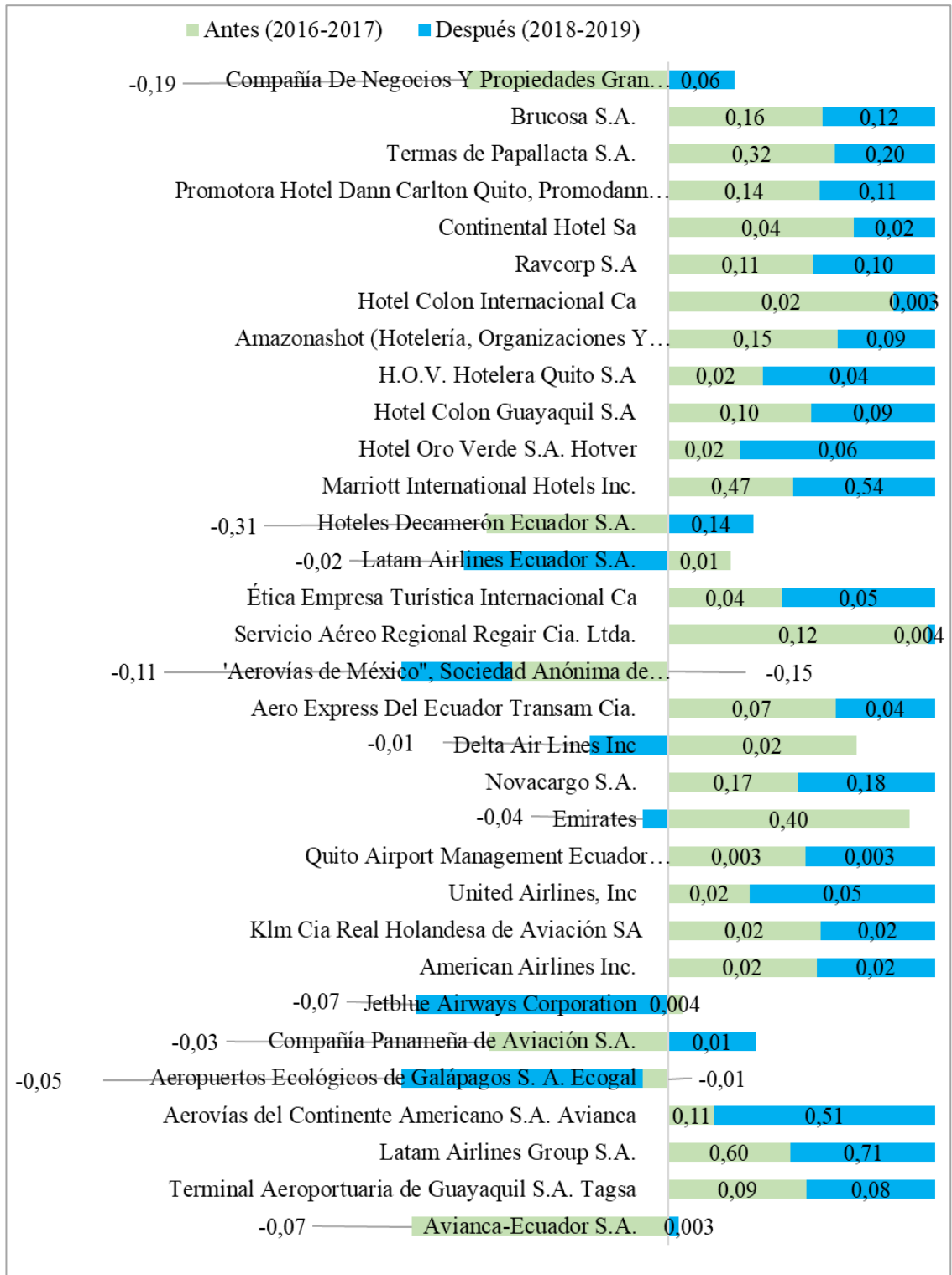
Agregando a lo anterior, se revela que existen empresas que tienen un porcentaje negativo en este indicador. Lo cual, es secuela de una mala administración de sus recursos provocando de esta forma, el descenso de las utilidades.

Análisis de la rentabilidad neta de ventas o margen neto

Este indicador valora el rendimiento de las ventas netas, relacionando la utilidad neta con las ventas. De este modo, se evidencia qué porcentaje de ganancia neta se obtiene por cada venta.

Con los resultados obtenidos, se refleja que algunas de las empresas del sector turístico estudiadas han aumentado, otras han disminuido y otras se mantienen con el mismo valor. Considerando que, el promedio para los años 2016-2017 es de 8% y para los años 2018-2019 es de 9%.

Gráfico 5. Margen neto



Elaborado por: Masaquiza, E (2022)

Dado lo anterior, se encuentra un 1% de incremento. En efecto, este representa que las ventas en las empresas turísticas aumentaron en una cantidad mínima, debido a la falta de promoción turística y ausencia de estrategias para la retención a los clientes.

También, en el gráfico 5 se visualiza que la única empresa que goza de un buen valor de este indicador tanto para los años 2016-2017 como para 2018-2019 es Latam Airlines Group S.A. Aquella entidad, cada vez genera más ingresos ordinarios que son ocasionados por sus planes de vuelos baratos, que incluye descuentos y ofertas en todo momento.

Por último, se evidencia que hay unas cuantas empresas que poseen una tasación negativa. Puesto que, estas entidades son afectadas al momento de realizar la conciliación tributaria. Es decir, que pagaron un valor de impuesto a la renta elevado que se produjo por obtener un valor mayor en sus gastos no deducibles.

Análisis de medidas de tendencia central y dispersión

Una vez, obtenido los indicadores financieros se procedió al análisis de medidas de tendencia central y dispersión. Esto se realizó con el objetivo de facilitar y resumir la interpretación de las gráficas.

Tabla 10. *Medidas de tendencia central y dispersión con los indicadores financieros*

Medida de tendencia central y dispersión	Endeudamiento del activo	Antes (2016-2017)	Después (2018-2019)	Impacto Gastos Administración y Ventas	Antes (2016-2017)	Después (2018-2019)	Rentabilidad Neta del Activo (ROA)	Antes (2016-2017)	Después (2018-2019)	Rentabilidad Neta de Ventas (Margen Neto)	Antes (2016-2017)	Después (2018-2019)
Media		0,61	0,68		0,38	0,33		0,05	0,01		0,08	0,09
Mediana		0,67	0,69		0,29	0,23		0,04	0,04		0,03	0,04
Mínimo		0,08	0,09		0,06	0,05		-1,08	-0,90		-0,31	-0,11
Máximo		1,00	1,58		0,89	0,82		0,49	0,35		0,60	0,71
Rango		0,92	1,49		0,83	0,77		1,56	1,25		0,91	0,82
Desviación media		0,30	0,31		0,20	0,19		0,12	0,13		0,12	0,11
Varianza		0,12	0,13		0,06	0,05		0,06	0,05		0,03	0,03
Desviación estándar		0,34	0,36		0,24	0,22		0,24	0,23		0,18	0,18

Elaborado por: Masaquiza, E (2022)

Como se aprecia en la tabla 10, los indicadores financieros si muestran un leve cambio significativo en las empresas del sector turístico. En otros términos, para el endeudamiento del activo, las empresas han aumentado sus pasivos con una media para los años 2016-2017 de 0,61 y para los años 2018-2019 de 0,68. Sin embargo, con lo referente a los indicadores de impacto de gastos de administración y ventas, rentabilidad neta del activo y margen neto se observa un minúsculo decrecimiento que oscila entre 0,05; 0,04; 0,01 entre los años, respectivamente de cada indicador. Esto es, el resultado del aumento en los costos y gastos de las empresas turísticas que ha llevado a disminuir los ingresos y con ello a menguar las ganancias de estas.

4.2 Verificación de la hipótesis o fundamentación de las preguntas de investigación

4.2.1. Comprobación de la hipótesis mediante Prueba de Wilcoxon

Después del análisis de los correspondientes indicadores, se procede a la comprobación de las hipótesis a través de la Prueba de Wilcoxon. Para esto, se utilizó el IBM SPSS Statistics, que es un programa estadístico. En este, los datos de las cuentas de pasivos, costos y gastos, ingresos y rentabilidad fueron procesados. Las hipótesis del presente proyecto de investigación son:

Hipótesis nula (H_0): La aplicación de la NIIF 15 y el tratamiento contable de la fidelización de los clientes no impacta en la presentación de los estados financieros en las empresas del sector turístico del Ecuador.

Hipótesis alternativa (H_1): La aplicación de la NIIF 15 y el tratamiento contable de la fidelización de los clientes impacta en la presentación de los estados financieros en las empresas del sector turístico del Ecuador. A continuación, se presenta los resultados obtenidos:

Tabla 11. Resultados de Prueba de Wilcoxon

Estadísticos de prueba ^a					
	Pasivos Después (2018-2019) - Pasivos Antes (2016-2017)	Costos y gastos Después (2018-2019) - Costos y gastos Antes (2016-2017)	Ingresos Después (2018-2019) - Ingresos Antes (2016-2017)	ROA Después (2018-2019) - ROA Antes (2016-2017)	Margen Neto Después (2016-2017) - Margen Neto Antes (2016-2017)
Z	-,393 ^b	-2,805 ^b	-4,226 ^b	-,814 ^c	-,021 ^b
Sig. asintótica(bilateral)	,695	,005	,000	,416	,984
a. Prueba de rangos con signo de Wilcoxon					
b. Se basa en rangos negativos.					

c. Se basa en rangos positivos.

Elaborado por: Masaquiza, E (2022)

El valor de significancia asintótica para cada una de las cuentas es diferente. Teniendo en cuenta que, si el valor de estas es menor o igual a 0,05 se rechaza la hipótesis nula, aceptando la hipótesis alterna.

Tabla 12. Resultado de la cuenta de pasivos

Pasivos Después (2018-2019) - Pasivos Antes (2016-2017)	
Z	-,393 ^b
Sig. asintótica(bilateral)	,695

Elaborado por: Masaquiza, E (2022)

Análisis e interpretación

Para la cuenta de pasivos, el valor de significancia es de 0,695. Es decir, que los pasivos no tienen un impacto significativo en la presentación de los estados financieros con la adopción de la NIIF 15. Aunque, con esta técnica contable se contabiliza los ingresos por actividades ordinarias que aún no son compensados como pasivos por ingresos diferidos. Estos, sólo son registrados de manera temporal. Debido a que, los boletos de viajes o reservas de hotel son cancelados para una fecha determinada. Por ende, cuando los clientes hacen uso de sus servicios, inmediatamente se registra en la cuenta de ingresos.

Tabla 13. Resultado de la cuenta de costos y gastos

Costos y gastos Después (2018-2019) - Costos y gastos Antes (2016-2017)	
Z	-2,805 ^b
Sig. asintótica(bilateral)	,005

Elaborado por: Masaquiza, E (2022)

Análisis e interpretación

Los costos y gastos reflejan un valor de 0,005. Esto significa, que la aplicación de la NIIF 15 si afectó en su registro en los estados financieros. Por consiguiente, estos son contabilizados cuando se produce la contraprestación del servicio. Cabe mencionar, que algunas empresas de este sector, para el correcto manejo contable de esta NIIF incurrió en gastos en su implementación y en la capacitación de los profesionales, que son parte de los departamentos financieros-contables.

Tabla 14. Resultado de la cuenta de ingresos

Ingresos Después (2018-2019) - Ingresos Antes (2016-2017)	
Z	-4,226 ^b
Sig. asintótica(bilateral)	,000

Elaborado por: Masaquiza, E (2022)

Análisis e interpretación

El valor de significancia para la cuenta de ingresos es de 0,000. Por ello, se rechaza la hipótesis nula. De esta manera, se comprueba que en los ingresos si existe un impacto en la presentación de los estados financieros de forma significativa con la adopción de la NIIF 15. Pues, con esta normativa contable vigente se registra los ingresos de actividades ordinarias, siempre y cuando, ya sean utilizadas por los clientes. Entonces, como existen ventas de boletos de viaje como pagos de reservas en hoteles, que aún no han sido percibidos por los clientes. Aquellos valores monetarios son reconocidos como pasivos por ingresos diferidos.

Tabla 15. Resultado de rentabilidad neta del activo (ROA)

ROA Después (2018-2019) - ROA Antes (2016-2017)	
Z	-,814 ^c
Sig. asintótica(bilateral)	,416

Elaborado por: Masaquiza, E (2022)

Análisis e interpretación

La rentabilidad neta del activo (ROA) no presenta un cambio significativo al implementar la NIIF 15. Dado que, su valor de significancia es 0,416. En otros términos, las empresas al adoptar esta NIIF no incrementaron ni disminuyeron sus utilidades. Por ende, lo único que realizaron estas empresas es una nueva forma de contabilización de los ingresos por actividades ordinarias que no afectó a la obtención de ganancias.

Tabla 16. Resultado de rentabilidad neta de ventas o margen neto

Margen Neto Después (2016-2017) - Margen Neto Antes (2016-2017)	
Z	-,021 ^b
Sig. asintótica(bilateral)	,984

Elaborado por: Masaquiza, E (2022)

Análisis e interpretación

Las empresas del sector turístico del Ecuador en relación con la rentabilidad neta de ventas denotan un valor de 0,984. Por este motivo, se acepta la hipótesis nula. Considerando que, no existe ningún efecto relevante con la adopción de la NIIF 15. Razón a esto, aunque actualmente se registran los ingresos en el momento que los clientes hacen uso de sus boletos de vuelo u hospedaje en los hoteles, estos no perjudican ni sus ventas ni utilidades.

Finalmente, con los resultados revelados anteriormente mediante el estudio de los indicadores y la comprobación de la hipótesis en el software estadístico, se acepta la hipótesis nula. De esta forma, se demuestra que las empresas del sector turístico no tienen un impacto en la presentación de los estados financieros de forma significativa con la adopción de la NIIF 15. Pese a esto, se reitera que sólo en las cuentas de ingresos, costos y gastos se evidencian cambios. Pero, estos no alteran mayormente en la presentación de los estados financieros, debido a que estas cuentas únicamente están reorganizadas con la nueva forma de reconocimiento que nos brinda la NIIF.

4.2.2. Tratamiento contable de la fidelización de clientes

4.2.2.1. Caso A: Empresas aéreas

Tabla 17. *Ejemplo empresa aérea*

AEROLÍNEA "XYZ"
La aerolínea "XYZ" ofrece servicios de transporte aéreo de pasajeros a cualquier parte del mundo. Las reservas de vuelo se dan con anticipación a través de su página web y su cancelación se da en el momento de la reserva.
Para la fidelidad de los clientes, la empresa tiene un plan llamado " Viajero sin límites". Este básicamente es un plan, en el cual se reúne millas. Las millas son canjeables por boletos aéreos o una maleta adicional sin costo para el viaje. Para la obtención de estas, existen diversas formas como comprar productos o servicios que están asociadas con la empresa, utilización de tarjetas de crédito, compras de boletos dependiendo de la distancia desde el lugar de origen al lugar de destino o la reserva de la clase de viaje. Cada dólar es una milla y para su canje, se las realiza con las tablas referenciales. Por ejemplo, para tener un boleto de avión gratis con destino a Orlando se necesita la acumulación de 85.000 millas y para llevar una maleta adicional se debe tener la acumulación de 1.000 millas correspondientes a los valores monetarios de \$510,00 y \$60,00 respectivamente. Es decir, que para la aerolínea la milla vale \$ 0,006. Sin embargo, las políticas de la empresa también establecen que con las millas acumuladas se puede pagar una parte del boleto aéreo.
Entonces, si un pasajero efectúa una reserva de vuelo por \$510,00 para Orlando, contabilice: a) Reserva del viaje y millas obtenidas

b) Millas canjeadas y acumuladas; en el caso que el cliente compre un nuevo boleto de avión con destino a España por un valor de \$950,00

Elaborado por: Masaquiza, E (2022)

Para la contabilización de este, se detallará cada uno de los pasos especificados en la NIIF estudiada.

Paso 1. Identificación del contrato

De manera escrita, a través de la cuenta en la página web de la aerolínea.

Paso 2. Identificación de las obligaciones de desempeño en el contrato

- Importe por boleto aéreo
- Importe por milla

Paso 3. Determinación del precio de la transacción

En este caso, el precio es de un boleto de viaje para Orlando. Cabe recalcar que la cada milla es un dólar para su acumulación, pero el coste para la aerolínea es de \$0,006. Por mejor decir, si el boleto tiene un costo de \$510, el cliente acumula 510 millas, que para la empresa representa un valor de \$3,06.

Tabla 18. *Precio de las obligaciones de desempeño empresa aérea*

Obligaciones de desempeño	Criterio estimación	Precios individuales
Importe por boleto aéreo	Precio	\$510,00
Importe por milla	Precio	\$0,006

Elaborado por: Masaquiza, E (2022)

Paso 4. Asignación del precio de la transacción por cumplimiento de las obligaciones de desempeño

El ejemplo indica que el pasajero efectúa una reserva de vuelo por \$510,00 para Orlando. Este valor se lo debe fijar para el boleto y para las millas.

Tabla 19. *Asignación de precio empresa aérea (boleto Orlando)*

Obligaciones de desempeño	Criterio estimación	Precios individuales	Porcentaje de asignación	Valor de asignación
Importe por boleto aéreo	Precio	\$510,00	99,40%	\$506,96
Importe por milla	Precio	\$3,06	0,60%	\$3,04
Totales		\$513,06	100,00%	\$510,00

Elaborado por: Masaquiza, E (2022)

Para el cálculo del porcentaje de asignación se divide cada precio individual para su respectivo total (\$510,00/ \$513,06) y el valor de asignación es el producto entre el precio individual y el porcentaje de asignación (\$510,00x 99,40%).

Ahora bien, si el cliente compra un nuevo boleto de avión con destino a España por un valor de \$950,00, pero él desea hacer uso de las millas acumuladas. Se procede nuevamente a la asignación de precio por las obligaciones de desempeño, como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 20. *Asignación de precio empresa aérea (boleto España)*

Obligaciones de desempeño	Criterio estimación	Precios individuales	Porcentaje de asignación	Valor de asignación
Importe por boleto aéreo	Precio	\$950,00	99,40%	\$944,33
Importe por milla	Precio	\$5,70	0,60%	\$5,67
Totales		\$955,70	100,00%	\$950,00

Elaborado por: Masaquiza, E (2022)

Una vez, realizado lo anterior, se contabiliza el valor del boleto aéreo menos las millas canjeadas (\$950,00 - \$3,04 = \$946,96) y registra las nuevas millas obtenidas por el boleto de viaje a España.

Paso 5. Reconocimiento del ingreso ordinario, cuando o en la medida en que se satisfagan las obligaciones de desempeño

- a. Reserva del viaje y millas obtenidas

Tabla 21. *Asientos contables empresa aérea*

Código	Detalle	Debe	Haber
1			
1.1.1.1.01	Efectivo y equivalentes	\$510,00	
2.1.4.12.01	Anticipo clientes		\$510,00

P/R Realización de la reserva de vuelo			
2			
2.1.4.12.01	Anticipo clientes		\$510,00
4.1.1.01.01		Ingreso por servicios	\$506,96
2.1.4.13.01		Ingreso diferido por millas acumuladas	\$3,04

P/R Prestación del servicio

Elaborado por: Masaquiza, E (2022)

- b. Millas canjeadas y acumuladas; en el caso que el cliente compre un nuevo boleto de avión con destino a España por un valor de \$950,00

Tabla 22. *Asientos contables de fidelización de los clientes empresa aérea*

Código	Detalle	Debe	Haber
1			
1.1.1.1.01	Efectivo y equivalentes	\$946,96	
2.1.4.13.01	Ingreso diferido por millas acumuladas	\$3,04	
2.1.4.12.01			\$950,00
P/R Millas canjeadas por el pasajero			
2			
2.1.4.12.01	Anticipo clientes		\$950,00
4.1.1.01.01		Ingreso por servicios	\$944,33
2.1.4.13.01		Ingreso diferido por millas acumuladas	\$5,67

P/R Prestación de servicio y acumulación de millas

Elaborado por: Masaquiza, E (2022)

4.2.2.2. Caso B: Empresas hoteleras

Tabla 23. *Ejemplo empresa hotelera*

CADENA HOTELERA "ABC"
<p>La cadena hotelera "ABC" brinda servicios de hospedaje a sus clientes, estas pueden ser reservadas con anticipación y otras no. Su reservación se da mediante su página web o en las instalaciones de cualquiera de sus hoteles. Su cancelación se da en el momento de la reserva, siempre y cuando, sea temporada alta; o existen algunas estadías que se cobran hasta una fecha determinada.</p> <p>Esta cadena hotelera para la fidelización de clientes posee un programa denominado "Frequent guest". Para ser parte de este, se debe acumular puntos que son otorgados en el momento de pagar por el valor del hospedaje. Es decir, que, por cada venta de servicio de 500 dólares americanos, los clientes obtendrán 20 puntos. Estos corresponden al \$2,40 y al 4% en la facturación. Los clientes que desean ocupar los puntos de fidelización lo harán en concordancia con las tablas referenciales y podrán ser canjeados por cualquier servicio de los hoteles; tales como spa, días de estadía, consumo de bebidas y comida entre otras. Los puntos de fidelización con los clientes no tienen fecha de vencimiento y su valor monetario es de 0,12.</p> <p>Entonces, si un cliente hace una reserva por estadía de \$5.500,00; contabilice:</p> <p>a) Servicio de hospedaje con sus respectivos puntos de fidelización</p>

b) Los puntos de fidelización canjeados; en el caso que el cliente realice una nueva reserva por \$2.500,00

Elaborado por: Masaquiza, E (2022)

De igual manera, que el ejemplo anterior se distingue los cinco pasos:

Paso 1. Identificación del contrato

De forma escrita por la página web o verbal en sus instalaciones.

Paso 2. Identificación de las obligaciones de desempeño en el contrato

- Importe por servicio de hospedaje
- Importe por puntos de fidelización

Paso 3. Determinación del precio de la transacción

En este ejemplo, el precio por hospedaje es de \$500. Cada hospedaje nos regala 20 puntos para la fidelización con los clientes (equivalentes a \$2,40 y 4% en facturación). Es preciso destacar que cada punto vale \$0,12.

Tabla 24. *Precio de las obligaciones de desempeño empresa hotelera*

Obligaciones de desempeño	Criterio estimación	Precios individuales
Importe por servicio de hospedaje	Precio	\$500,00
Importe por puntos de fidelización	Precio	\$2,40

Elaborado por: Masaquiza, E (2022)

Paso 4. Asignación del precio de la transacción por cumplimiento de las obligaciones de desempeño

Entonces, si la reserva total del cliente es de \$5.500,00 se asigna los valores correspondientes por servicio de hospedaje y por los puntos de fidelización otorgados.

Tabla 25. *Asignación de precio empresa hotelera por primera reserva*

Obligaciones de desempeño	Criterio estimación	Precios individuales	Porcentaje de asignación	Valor de asignación
Importe por servicio de hospedaje	Precio	\$5.500,00	99,52%	\$5.473,73
Importe por puntos de fidelización	Precio	\$26,40	0,48%	\$26,27

Totales	\$5.526,40	100,00%	\$5.500,00
----------------	-------------------	----------------	-------------------

Elaborado por: Masaquiza, E (2022)

El cálculo del porcentaje de asignación y valor de asignación se lo realiza de la misma manera que en el ejemplo de las empresas aéreas.

En el caso, que el mismo cliente tiempo después efectúa otra reserva de \$ 2.500,00 haciendo uso de los puntos de fidelización. Primero, se procede a la asignación de precio correspondiente por las obligaciones de desempeño, como se indica a continuación:

Tabla 26. *Asignación de precio empresa hotelera por segunda reserva*

Obligaciones de desempeño	Criterio estimación	Precios individuales	Porcentaje de asignación	Valor de asignación
Importe por servicio de hospedaje	Precio	\$2.500,00	99,52%	\$2.488,06
Importe por puntos de fidelización	Precio	\$12,00	0,48%	\$11,94
Totales		\$2.512,00	100,00%	\$2.500,00

Elaborado por: Masaquiza, E (2022)

Después de esto, se registra el valor de la reserva menos los puntos de fidelización que el cliente tiene acumulados ($\$2.500,00 - \$26,27 = \$2.473,73$), además de los nuevos puntos de fidelización que se originan con esta nueva reserva.

Paso 5. Reconocimiento del ingreso ordinario, cuando o en la medida en que se satisfagan las obligaciones de desempeño

- a. Servicio de hospedaje con sus respectivos puntos de fidelización

Tabla 27. *Asientos contables empresa hotelera*

Código	Detalle	Debe	Haber
1			
1.1.1.1.01	Efectivo y equivalentes	\$5.500,00	
2.1.4.12.01	Anticipo clientes		\$5.500,00
P/R Realización de la reserva			
2			
2.1.4.12.01	Anticipo clientes	\$5.500,00	
4.1.1.01.01	Ingreso por servicios		\$5.473,73
2.1.4.13.01	Ingreso diferido por puntos de fidelización		\$26,27
P/R Prestación del servicio			

Elaborado por: Masaquiza, E (2022)

- b. Los puntos de fidelización canjeados; en el caso que el cliente realice una nueva reserva de \$2.500,00

Tabla 28. Asientos contables de fidelización de los clientes empresa hotelera

Código	Detalle	Debe	Haber
1			
1.1.1.1.01	Efectivo y equivalentes	\$2.473,73	
2.1.4.13.01	Ingreso diferido por puntos de fidelización	\$26,27	
2.1.4.12.01	Anticipo clientes		\$2.500,00
P/R Puntos canjeados por el huésped			
2			
2.1.4.12.01	Anticipo clientes	\$2.500,00	
4.1.1.01.01	Ingreso por servicios		\$2.488,06
2.1.4.13.01	Ingreso diferido por puntos de fidelización		\$11,94
P/R Prestación de servicio y obtención de puntos de fidelización			

Elaborado por: Masaquiza, E (2022)

4.3 Limitaciones del estudio

Actualmente, no existen muchos estudios científicos que aborden a la NIIF 15, sobre todo en las empresas del sector turístico; tal vez sea, porque su implementación incurre hace pocos años.

Por otro lado, para la recolección de información financiera ocurrieron algunas falencias en el portal de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. Vale mencionar que, no se pudo desarrollar el estudio de todas las empresas existentes en dicho sector; debido a que, en algunas de estas, no se hallaba los estados financieros de los años de investigación.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

Culminado el presente estudio de investigación se obtuvo estas conclusiones que corresponden al cumplimiento de cada uno de los objetivos de investigación:

- Al comparar la NIC 18 con la NIIF 15 se encuentra varias diferencias para el reconocimiento de los ingresos por actividades ordinarias. Pero, la más notable es que la contabilización en la anterior normativa se basa únicamente en los sucesos de venta de bienes, prestación de servicios e intereses, regalías y dividendos. Separando así cada ingreso por cuentas específicas que en los estados financieros son presentados por tipo y naturaleza de ingreso. Mientras que la nueva norma identifica cinco etapas, basadas en obligaciones de desempeño que registran los ingresos, una vez, que estas se hayan cumplido en el contrato con los clientes; con esto, la información financiera revelada es más concisa y real.
- Mediante el cotejo de los estados financieros de las empresas del sector turístico se determina que las partidas contables que fueron afectadas con la adopción de la NIIF 15 son pasivos, ingresos y costos y gastos. Puesto que, esta normativa contabiliza los pasivos por ingresos diferidos (anticipo clientes) contra los ingresos por actividades ordinarias. Y, como los costos y gastos van de la mano con los ingresos, estos se producen al efectuar la transferencia del bien o la prestación del servicio; en este estudio específicamente son registrados cuando se utiliza las reservas por estadía en los hoteles o el uso de los boletos de vuelo en las aerolíneas. Adicionalmente, para corroborar con la información financiera se aplicó indicadores financieros de endeudamiento del activo total, impacto de gastos, rentabilidad neta del activo (ROA) y rentabilidad neta de ventas o margen neto antes y después de la adopción de la NIIF 15 que detectaron el incremento de pasivos y disminución de costos, gastos y rentabilidad.

- A través de los resultados arrojados se confirma la existencia de un leve impacto en la presentación de los estados financieros de la NIIF 15 antes (2016-2017) y después de la adopción (2018-2019) en las empresas del sector turístico. Aunque, este no afecta de manera significativa, se tiene en cuenta que las partidas ingresos, costos y gastos simplemente fueron reorganizadas con la nueva forma de contabilización.

5.2 Recomendaciones

Considerando las conclusiones y las limitaciones que se tuvo en el presente proyecto de investigación se recomienda lo siguiente:

- Aplicar un tratamiento contable para la fidelización de los clientes en las empresas del sector turístico basándose en lo estipulado en la NIIF 15. Este debe ser explicado detenidamente en las notas a los Estados Financieros para un propicio conocimiento de los usuarios.
- Generar estrategias para la fidelización de los clientes como promociones turísticas, descuentos o bonificaciones. Con esto, las empresas turísticas atraerán más clientes aumentando sus ingresos y rentabilidad. Lo cual permitirá en un futuro mejores resultados al analizar los indicadores financieros.
- Realizar capacitaciones acerca de la Norma Internacional de Información Financiera N°15 denominada Ingresos de actividades ordinarias procedentes de contratos con clientes. Pues, esta normativa es extensa y difícil de entender, por lo que se recomienda que aparte de la explicación teórica, se efectúe casos prácticos que proporcionen buen entendimiento y una correcta contabilización tanto de los ingresos como de los puntos de fidelización o millas.
- Mejorar el portal de Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros para encontrar con mayor facilidad la información financiera requerida en los procesos investigativos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Air Europa. (2021). *Acumular Millas Air Europa SUMA*.
<https://www.aireuropa.com/ec/es/aea/suma/como-conseguir-millas.html>
- American Airlines. (2022). *Obtener millas*. <https://www.aa.com/i18n/aadvantage-program/miles/earn/earn-miles.jsp>
- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica* (Sexta (ed.)). Editorial Episteme.
- Bustamante Cordero, R. C. (2020). *Implementacion y aplicacion de IFRS 15 - Ingresos de actividades ordinarias procedentes de contratos de clientes Propuesta Metodológica de Aplicación de la NIIF 15 para una empresa proveedora de la industria minera y construcción*. Tesis de Maestría, Universidad de Chile.
- Carvajal Salgado, A. L. (2021). Revisión teórica de los cinco pasos de la NIIF 15: nuevo modelo de reconocimiento de ingresos ordinarios. *Cofin Habana*, 15(2), 17. <http://scielo.sld.cu/pdf/cofin/v15n2/2073-6061-cofin-15-02-e22.pdf>
- Castro, G., Melinc, L., & Zegarra, M. (2016). *Evaluación del efecto de transición de la NIC 18 a la NIIF 15 en el reconocimiento de ingresos por contrato de venta en el sector minería* [Tesis de Grado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)].
https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/621972/ZegarraC_M.pdf?sequence=12&isAllowed=y
- Celi Sánchez, M. I., Villegas, F., Gaibor Vera, F. M., & Robles Vizueta, M. A. (2018). Expectativas y realidades sobre la implementación de las NIIF en las empresas comerciales más grandes de Ecuador. *Revista Espacios*, 39(6), 10.
<https://www.revistaespacios.com/a18v39n06/a18v39n06p01.pdf>
- Condo Cajas, M. G. (2019). *Análisis del impacto financiero por la aplicación de la NIIF 15 denominada Ingresos ordinarios por contratos con clientes en el sector hotelero código CIU i5510.01 del Cantón Cuenca período 2018 – 2019* [Tesis de Maestría, Universidad Politécnica Salesiana del Ecuador].

<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/20191/1/UPS-CT009083.pdf>

Deloitte. (2019). *Una guía práctica para los problemas de implementación para el sector de viajes , hospitalidad y ocio.*

<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/cr/Documents/audit/documentos/auditnews/audit-Implementacion-NIIF15--Ingresos-ordinarios-provenientes-de-contratos-con-los-clientes.pdf>

Díaz Becerra, O. A. (2010). Estado actual de la aplicación de las NIIF en la preparación de estados financieros de las empresas peruanas * Oscar Alfredo Díaz Becerra. *Contabilidad y Negocios*, 5(10), 5–28.

<https://www.redalyc.org/pdf/2816/281621783002.pdf>

Díaz Lozano, Y. A., & Montaña Jiménez, H. J. (2018). *Variación En La Medición De Los Ingresos Bajo La NIIF 15 En La Empresa Pulxar Consulting Ltda.* Díaz (Vol. 151, Issue 2) [Tesis de Maestría, Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano]. <https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/handle/20.500.12010/5498>

Ecobici, N., & Dina Ionela, C. (2014). International Accounting Treatment Regarding Revenue. *Academia Brancusi*, 4(4), 124–128.

https://www.utgjiu.ro/revista/ec/pdf/2014-04/18_Ecobici, Dina.pdf

Espinoza Cume, A. I. (2020). NIIF y su viabilidad en los estados financieros. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento de La Investigación y Publicación En Ciencias Administrativas, Económicas y Contables)*, 5(3), 893–915.

<https://doi.org/10.23857/fipcaec.v5i3.268>

Fundación del Comité de Normas Internacionales de Contabilidad (IASCF). (2009). *Norma Internacional de Contabilidad 18 Ingresos de Actividades Ordinarias* (Vol. 1).

https://www.mef.gob.pe/contenidos/conta_public/con_nor_co/vigentes/nic/18_NIC.pdf

Gavidia Zumba, J. F., & Florencia Calderón, J. A. (2021). *Análisis de los impactos financieros y el Impuesto a la Renta de la aplicación de NIIF 15 en Empresa Promotora de Turismo de la ciudad de Guayaquil* [Tesis de Grado, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil Facultad].

<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/13856/1/T-UCSG-PRE-ECO-CICA-408.pdf>

Goyes Rizzo, M. N. (2021). *La NIIF 15 (Ingresos procedentes de contratos con clientes) y su incidencia en los estados financieros de las compañías constructoras* [Tesis de Maestría, Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil]. <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/4421/1/TM-ULVR-0315.pdf>

Guerrón Tobar, S. A. (2021). *Impacto de la NIIF 15 en la valoración empresarial del sector hotelero mediante el método de múltiplos* [Tesis de Maestría, Universidad Andina Simón Bolívar Sede Ecuador]. <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/8046/1/T3484-MGFARF-Guerron-Impacto.pdf>

International Accounting Standards Board (IASB). (2014). *NIIF 15 Ingresos de actividades ordinarias procedentes de contratos con clientes*. [https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/cr/Documents/audit/documentos/niif-2019/NIIF 15 - Ingresos de Actividades Ordinarias Procedentes de Contratos con Clientes.pdf](https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/cr/Documents/audit/documentos/niif-2019/NIIF%2015%20-%20Ingresos%20de%20Actividades%20Ordinarias%20Procedentes%20de%20Contratos%20con%20Clientes.pdf).

López, P., & Fachelli, S. (2015). El diseño de la muestra. In Primera (Ed.), *Metodología de la investigación social cuantitativa* (p. 64). Creative Commons. <https://pagines.uab.cat/plopez/content/manual-misc>

Madrid Cárdenas, H. J., Cedeño Castro, J. D. R., García Álava, C. M., & Reyna Rodríguez, M. A. (2016). Profesionales contables frente a las NIIF y sus impactos en empresas ecuatorianas. *Podium*, 29, 63–75. <https://doi.org/10.31095/podium.2016.29.4>

Mesén Figueroa, V. (2011). Fidelización de clientes: concepto y perspectiva contable. *Tec Empresarial*, ISSN-e 1659-3359, Vol. 5, N°. 3, 2011, Págs. 29-35, 5(3), 29–35. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5761529.pdf>.

Paz, G. B. (2017). *Metodología de la investigación* (Tercera (ed.)). Grupo Editorial Patria.

Ramírez Torres, G., Pérez Falco, G., Ramos Alvarez, A., & Iglesias Morán, J. A.

(2018). Mejoramiento del reconocimiento de ingresos a partir de la NIIF 15 en Ecuador. *Revista Científica Uisrael*, 5(1), 53–64.

<https://revista.uisrael.edu.ec/index.php/rcui/article/view/64/59>

Romano, S. (2019). Normativa contable internacional (Comparativa NIIF 15, «Ingresos ordinarios de contratos con clientes», de IASB y la NRV 14.^a, «Ingresos por ventas y prestaciones de servicios», del PGC. *Revista de Contabilidad y Tributación*, 431(febrero 2019), 159–198.

<https://www.contabilidadtk.es/sites/contabilidadtk.es/files/normativa-contable-internacional.pdf>

Santamaria, E. J., & Bayas Vásconez, F. M. (2018). Efecto económico de la actividad turística en la provincia de Tungurahua. Ecuador. *Ciencias Administrativas*, 11, 016. <https://doi.org/10.24215/23143738e016>

Sardón Martín, P. (2021). *La Fidelización en el Sector Hotelero . El caso de InterContinental Malta* [Tesis de Grado, Universidad de Valladolid España].

<https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/48459/TFG-N.1644.pdf;jsessionid=65DCDBC12E66BE34322A45516A209962?sequence=1>

Superintendencia de Compañías, V. y S. (2021). *Ranking Empresarial*.

<https://www.supercias.gob.ec/portalscv/>

ANEXOS

Anexo 1. Formulario 101 - Estado de situación financiera y resultado integral 2017

FORMULARIO 101		DECLARACIÓN DEL IMPUESTO A LA RENTA Y PRESENTACIÓN DE BALANCES FORMULARIO UNICO SOCIEDADES Y ESTABLECIMIENTOS PERMANENTES						
100 IDENTIFICACIÓN DE LA DECLARACIÓN								
102	ANO	2017						
200	IDENTIFICACIÓN DEL SUJETO PASIVO							
201	RUC	1790727203001	202	RAZON O DENOMINACION SOCIAL	AVIANCA-ECUADOR S.A.	203	EXPEDIENTE	45398

OPERACIONES CON PARTES RELACIONADAS LOCALES Y/O DEL EXTERIOR														
CON PARTES RELACIONADAS LOCALES	OPERACIONES DE ACTIVO	003	+	0.00	CON PARTES RELACIONADAS EN PARAISOS FISCALES Y REGIMENES FISCALES PREFERENTES	OPERACIONES DE ACTIVO	008	+	0.00	CON PARTES RELACIONADAS EN OTROS REGIMENES DEL EXTERIOR	OPERACIONES DE ACTIVO	013	+	0.00
	OPERACIONES DE PASIVO	004	+	0.00		OPERACIONES DE PASIVO	009	+	0.00		OPERACIONES DE PASIVO	014	+	0.00
	OPERACIONES DE INGRESO	005	+	0.00		OPERACIONES DE INGRESO	010	+	0.00		OPERACIONES DE INGRESO	015	+	0.00
	OPERACIONES DE GASTO	006	+	0.00		OPERACIONES DE EGRESO	011	+	0.00		OPERACIONES DE EGRESO	016	+	0.00
	OPERACIONES DE REGALÍAS, SERVICIOS TÉCNICOS, ADMINISTRATIVOS, DE CONSULTORIA O SIMILARES	007	+	0.00		OPERACIONES DE REGALÍAS, SERVICIOS TÉCNICOS, ADMINISTRATIVOS, DE CONSULTORIA O SIMILARES	012	+	0.00		OPERACIONES DE REGALÍAS, SERVICIOS TÉCNICOS, ADMINISTRATIVOS, DE CONSULTORIA O SIMILARES	017	+	0.00
TOTAL OPERACIONES CON PARTES RELACIONADAS												029	=	0.00
¿SUJETO PASIVO EXENTO DE APLICACIÓN DEL RÉGIMEN DE PRECIOS DE TRANSFERENCIA?												030	=	NA

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA				ESTADO DEL RESULTADO INTEGRAL									
ACTIVO				INGRESOS									
ACTIVOS CORRIENTES								TOTAL INGRESOS					
EFECTIVO Y EQUIVALENTES AL EFECTIVO								VALOR EXENTO / NO OBJETO (A efectos de la Conciliación Tributaria)					
		311	+	15185865.00									
Cuentas y documentos por cobrar corrientes	RELACIONADOS	LOCALES	312	+	0.00	VENTAS NETAS LOCALES DE BIENES	GRAVADAS CON TARIFA DIFERENTE DE 0% DE IVA	6001	+	0.00	6002	+	0.00
		DEL EXTERIOR	313	+	124328563.00		GRAVADAS CON TARIFA 0% DE IVA O EXENTAS DE IVA	6003	+	0.00	6004	+	0.00
		(-) DETERIORO ACUMULADO DEL VALOR DE CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR COMERCIALES POR INCORBRABILIDAD (PROVISIONES PARA CRÉDITOS INCORBRABLES)	314	-	0.00		GRAVADAS CON TARIFA DIFERENTE DE 0% DE IVA	6005	+	214241112.00	6006	+	0.00
	NO RELACIONADOS	LOCALES	315	+	8040919.00	PRESTACIONES LOCALES DE SERVICIOS	GRAVADAS CON TARIFA 0% DE IVA O EXENTAS DE IVA	6007	+	0.00	6008	+	0.00
		DEL EXTERIOR	316	+	0.00		DE BIENES	6009	+	0.00	6010	+	0.00
		(-) DETERIORO ACUMULADO DEL VALOR DE CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR COMERCIALES POR INCORBRABILIDAD	317	-	0.00		EXPORTACIONES NETAS DE SERVICIOS	6011	+	0.00	6012	+	0.00
				INGRESOS DE ACTIVIDADES ORDINARIAS									

Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros [SUPERCIAS] (2022)

Anexo 2. Formulario 101 - Estado de situación financiera y resultado integral 2019

FORMULARIO 101		DECLARACIÓN DEL IMPUESTO A LA RENTA Y PRESENTACIÓN DE BALANCES FORMULARIO ÚNICO SOCIEDADES Y ESTABLECIMIENTOS PERMANENTES				
102	Año	2019				
201	RUC	1790727203001	202	Razón o denominación social	AVIANCA-ECUADOR S.A.	
OPERACIONES CON PARTES RELACIONADAS LOCALES V/O DEL EXTERIOR						
CON PARTES RELACIONADAS LOCALES						
Operaciones de activo					003	0.00
Operaciones de pasivo					004	0.00
Operaciones de ingreso					005	0.00
Operaciones de egreso					006	0.00
Operaciones de regalías, servicios técnicos, administrativos, de consultoría y similares					007	0.00
CON PARTES RELACIONADAS EN PARÁISOS FISCALES, JURISDICIONES DE MENOR IMPOSICIÓN Y RÉGIMENES FISCALES PREFERENTES						
Operaciones de activo					008	0.00
Operaciones de pasivo					009	0.00
Operaciones de ingreso					010	0.00
Operaciones de egreso					011	0.00
Operaciones de regalías, servicios técnicos, administrativos, de consultoría y similares					012	0.00
CON PARTES RELACIONADAS EN OTRAS JURISDICIONES O RÉGIMENES DEL EXTERIOR						

Fuente: Superintendencia de Compañías , Valores y Seguros [SUPERCIAS] (2022)

Anexo 3. Notas a los Estados Financieros 2018

AVIANCA ECUADOR S.A.

Notas a los Estados Financieros Separados al 31 de diciembre de 2018 y 2017
(Expresados en dólares de E.U.A.)

1. Entidad Reportante

Avianca Ecuador S.A. antes denominada Aerolíneas Galápagos S. A. Aerogal (“la Compañía”) ha sido designada legalmente como transportista nacional e internacional con la bandera del Ecuador. La Compañía es una sociedad anónima abierta inscrita en el Registro Mercantil de Cantón Quito el 9 de enero de 1986, en mayo de 2006 el Consejo de Aviación Civil otorgó a la Compañía, la concesión de operación para vuelos internacionales en la Región Caribe, Sur América y Norte América, otorgándole la denominación de “Transportador Aéreo”, que le permite operar en los vuelos regulares y no regulares, nacionales e internacionales de pasajeros, carga y correo en forma combinada.

Fuente: Superintendencia de Compañías , Valores y Seguros [SUPERCIAS] (2022)

Anexo 4. Cuentas contables a investigación por NIIF 15

Cuentas Contables de los Estados Financieros sujetas a investigación por aplicación de NIIF 15 Ingresos procedentes de contratos con los clientes																											
Empresas Aéreas y Hotelerías																											
N°	Nombre de la empresa	2016							2017							2018							2019				
		Activos	Pasivos	Ingresos	Costos	Gastos	Utilidad/Perdida	Activos	Pasivos	Ingresos	Costos	Gastos	Utilidad/Perdida	Activos	Pasivos	Ingresos	Costos	Gastos	Utilidad/Perdida	Activos	Pasivos	Ingresos	Costos	Gastos	Utilidad/Perdida		
1	AVIANCA-ECUADOR S.A.	\$ 299.289.671,20	\$ 273.689.329,00	\$ 108.387.529,27	\$ 87.261.831,25	\$ 34.274.763,37	\$ -12.169.094,33	\$ 192.824.760,00	\$ 163.734.271,00	\$ 225.248.895,00	\$ 182.648.500,00	\$ 46.594.546,00	\$ -3.893.610,00	\$ 221.981.007,00	\$ 192.187.692,00	\$ 242.496.386,00	\$ 171.699.948,00	\$ 49.592.957,00	\$ 12.412.401,00	\$ 328.515.000,00	\$ 304.441.000,00	\$ 229.747.000,00	\$ 183.482.000,00	\$ 51.997.000,00	\$ -10.807.000,00		
2	TERMINAL AEROPORTUARIA DE GUAYQUIL S.A. TRMESA	\$ 101.230.166,00	\$ 56.862.114,20	\$ 85.300.951,00	\$ 41.736.472,00	\$ 23.502.796,00	\$ 7.926.478,56	\$ 95.660.951,00	\$ 50.459.784,00	\$ 85.330.224,00	\$ 47.222.491,00	\$ 22.230.120,00	\$ 7.514.853,09	\$ 91.100.425,80	\$ 48.174.567,10	\$ 69.225.955,00	\$ 1.460.013,00	\$ 18.710.462,00	\$ 8.436.098,00	\$ 115.541.660,04	\$ 68.454.062,10	\$ 109.607.732,00	\$ 71.950.228,00	\$ 17.034.740,00	\$ 8.189.338,00		
3	LATAM AIRLINES GROUP S.A.	\$ 42.692.805,00	\$ 36.624.740,00	\$ 9.351.823,00	\$ 2.239.276,00	\$ 1.185.105,00	\$ 5.851.475,00	\$ 52.651.939,70	\$ 39.588.982,40	\$ 12.527.290,00	\$ 946.753,00	\$ 4.378.130,00	\$ 7.197.302,40	\$ 43.289.438,00	\$ 17.248.136,00	\$ 13.382.368,00	\$ 1.460.613,00	\$ 794.439,00	\$ 12.940.881,00	\$ 71.793.701,00	\$ 39.310.232,00	\$ 14.216.169,00	\$ 5.380.008,00	\$ 999.721,00	\$ 6.462.167,00		
4	AEROVÍAS DEL CONTINENTE AMERICANO S.A. AVIANCA	\$ 87.257.335,40	\$ 86.440.114,90	\$ 7.639.722,00	\$ 3.479.668,00	\$ 4.342.521,00	\$ 55.376,30	\$ 106.311.627,00	\$ 105.176.123,00	\$ 2.296.625,00	\$ 2.034.981,00	\$ 1.212.851,00	\$ 668.508,47	\$ 123.880.046,00	\$ 123.984.546,00	\$ 4.807.233,00	\$ 2.187.766,00	\$ 888.938,00	\$ 1.906.899,00	\$ 248.611.822,00	\$ 238.625.222,00	\$ 10.423.174,00	\$ 2.262.275,00	\$ 1.906.540,00	\$ 7.297.936,00		
5	AEROPUERTOS ECOLÓGICOS DE GALAPAGOS S.A. ECOGAL	\$ 49.950.300,83	\$ 26.154.900,04	\$ 10.632.237,94	\$ 456.870,00	\$ 6.310.642,54	\$ -50.091,50	\$ 45.158.839,03	\$ 25.533.972,36	\$ 10.212.170,46	\$ 406.430,00	\$ 6.577.141,40	\$ -64.903,96	\$ 48.243.053,28	\$ 25.103.780,41	\$ 9.341.402,00	\$ 2.237.278,00	\$ 2.391.257,00	\$ 179.770,49	\$ 36.912.311,86	\$ 24.336.275,18	\$ 8.962.064,00	\$ 490.156,00	\$ 2.628.350,00	\$ -1.091.767,25		
6	COMPANIA PANAMENA DE AVIACION S.A.	\$ 33.580.377,00	\$ 33.535.377,00	\$ 84.157.283,59	\$ 14.978.999,00	\$ 73.356.682,80	\$ -4.178.528,50	\$ 36.038.999,70	\$ 36.013.999,70	\$ 99.862.420,40	\$ 20.800.541,00	\$ 71.496.448,00	\$ -424.332,20	\$ 26.392.995,40	\$ 26.477.995,40	\$ 99.733.807,80	\$ 18.486.242,40	\$ 81.728.669,00	\$ -481.184,04	\$ 26.385.329,40	\$ 26.380.329,40	\$ 103.772.933,00	\$ 18.373.912,20	\$ 85.407.501,88	\$ 2.270.738,51		
7	JETBLUE AIRWAYS CORPORATION	\$ 5.886.470,12	\$ 5.883.556,32	\$ 8.479.280,00	\$ 7.884.750,00	\$ 540.131,00	\$ 169.485,78	\$ 12.883.543,50	\$ 12.880.267,10	\$ 13.751.770,00	\$ 555.766,00	\$ 1.427.134,00	\$ 1.429.857,00	\$ 10.662.060,00	\$ 11.381.310,00	\$ 1.265.554,00	\$ -1.322.164,00	\$ 14.176.476,00	\$ 14.155.199,00	\$ 21.367.799,00	\$ 20.217.726,00	\$ 15.133,00	\$ 2.128.470,00	\$ -128.147,00			
8	AMERICAN AIRLINES INC.	\$ 9.839.983,46	\$ 8.058.316,89	\$ 62.871.766,00	\$ 52.624.034,00	\$ 4.762.318,00	\$ 1.272.680,63	\$ 8.588.793,00	\$ 7.367.457,00	\$ 63.950.670,00	\$ 56.422.951,00	\$ 3.811.319,00	\$ 1.241.074,00	\$ 7.901.897,89	\$ 7.204.118,76	\$ 68.333.942,00	\$ 62.549.889,00	\$ 4.586.150,00	\$ 1.868.066,57	\$ 9.231.335,16	\$ 8.413.411,03	\$ 64.989.363,00	\$ 59.389.873,00	\$ 4.348.893,00	\$ 797.823,23		
9	KLW CIA REAL HOLANDESA DE AVIACION SA	\$ 6.406.488,25	\$ 6.514.970,65	\$ 96.572.100,00	\$ 45.896.221,00	\$ 48.371.073,50	\$ 2.273.864,65	\$ 8.089.661,31	\$ 7.998.062,71	\$ 93.822.877,80	\$ 41.007.874,00	\$ 58.422.552,30	\$ 2.366.294,82	\$ 7.962.424,15	\$ 7.870.825,55	\$ 97.706.799,00	\$ 48.897.073,00	\$ 40.327.183,70	\$ 2.444.168,99	\$ 6.254.168,02	\$ 6.163.571,32	\$ 90.253.742,00	\$ 43.755.540,00	\$ 44.980.312,70	\$ 1.021.462,30		
10	UNITED AIRLINES, INC.	\$ 9.662.468,40	\$ 9.606.469,40	\$ 15.764.864,00	\$ 10.334.962,20	\$ 5.830.006,00	\$ 325.570,41	\$ 9.957.464,97	\$ 9.901.464,97	\$ 14.445.146,00	\$ 10.328.307,80	\$ 5.738.763,70	\$ 290.921,63	\$ 3.293.642,24	\$ 3.237.642,24	\$ 15.424.989,00	\$ 9.757.945,64	\$ 6.732.614,96	\$ 308.788,96	\$ 4.053.482,54	\$ 3.997.482,54	\$ 18.482.424,00	\$ 9.738.944,45	\$ 6.840.247,25	\$ 1.299.804,71		
11	QUITO AIRPORT MANAGEMENT ECUADOR QUHAMAEQUADOR S.A.	\$ 2.777.077,30	\$ 2.426.309,25	\$ 17.085.078,50	\$ 13.578.829,86	\$ 3.379.668,24	\$ 48.980,10	\$ 2.964.733,50	\$ 2.876.262,64	\$ 17.374.253,50	\$ 14.056.167,40	\$ 3.264.754,90	\$ 44.425,19	\$ 3.529.473,24	\$ 3.455.531,15	\$ 18.957.024,50	\$ 15.588.052,71	\$ 3.317.870,99	\$ 51.800,73	\$ 3.456.264,94	\$ 3.363.640,08	\$ 17.275.249,00	\$ 13.682.363,84	\$ 3.542.885,16	\$ 42.500,39		
12	EMIRATES	\$ 15.592.480,00	\$ 65.622,00	\$ 18.521.913,00	\$ 973.884,00	\$ 3.908.209,00	\$ 14.888.813,00	\$ 30.945.063,50	\$ 3.410.063,22	\$ 34.332.335,00	\$ 29.531.051,81	\$ 6.495.487,19	\$ 689.309,24	\$ 3.575.899,00	\$ 7.763.737,00	\$ 43.516.417,50	\$ 38.783.864,00	\$ 8.806.722,72	\$ 870.460,05	\$ 3.420.498,47	\$ 3.370.088,47	\$ 42.542.934,40	\$ 38.129.681,00	\$ 8.935.701,50	\$ -4.522.642,40		
13	NOVACARGO S.A.	\$ 2.015.653,00	\$ 1.076.726,00	\$ 4.648.890,00	\$ 2.277.864,00	\$ 1.459.816,00	\$ 695.312,00	\$ 2.767.069,00	\$ 1.319.483,00	\$ 5.736.209,00	\$ 2.576.458,00	\$ 1.758.073,00	\$ 1.041.514,00	\$ 2.838.675,00	\$ 1.578.765,19	\$ 5.836.298,00	\$ 2.613.348,00	\$ 1.748.180,00	\$ 1.046.773,00	\$ 3.013.300,11	\$ 1.951.158,78	\$ 5.695.689,00	\$ 2.125.179,37	\$ 1.997.283,50	\$ 990.752,00		
14	DELTA AIR LINES INC.	\$ 1.372.125,21	\$ 1.356.125,21	\$ 12.171.792,00	\$ 11.378.578,90	\$ 972.421,00	\$ 243.435,84	\$ 1.465.105,72	\$ 1.449.105,72	\$ 14.453.092,10	\$ 11.272.648,70	\$ 946.796,00	\$ 289.021,85	\$ 1.804.055,25	\$ 1.788.055,25	\$ 14.486.992,00	\$ 15.010.950,70	\$ 678.953,00	\$ 209.137,98	\$ 2.664.605,74	\$ 2.998.065,74	\$ 15.180.916,00	\$ 14.901.958,20	\$ 912.853,00	\$ -568.832,00		
15	AERO EXPRESS DEL ECUADOR TRANSMIA CIA	\$ 3.340.838,60	\$ 1.757.408,61	\$ 6.175.984,83	\$ 3.474.238,88	\$ 2.598.756,53	\$ 307.725,74	\$ 2.999.614,05	\$ 2.108.978,20	\$ 9.975.914,44	\$ 3.643.663,84	\$ 2.112.286,47	\$ 497.032,24	\$ 2.342.691,20	\$ 2.063.710,00	\$ 6.366.532,45	\$ 4.767.638,73	\$ 1.308.671,42	\$ 430.493,95	\$ 2.436.917,20	\$ 2.195.308,18	\$ 6.295.548,41	\$ 4.597.102,53	\$ 1.454.213,66	\$ 101.787,52		
16	GRUPO DE EMPRESAS AEROMEXICO, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE	\$ 1.029.485,48	\$ 1.013.485,48	\$ 8.379.124,00	\$ 7.941.572,00	\$ 1.958.468,00	\$ -1.516.689,65	\$ 1.811.840,39	\$ 1.795.840,39	\$ 9.965.875,00	\$ 9.224.096,00	\$ 1.912.025,00	\$ -1.230.246,60	\$ 3.055.143,76	\$ 3.039.143,76	\$ 15.531.351,00	\$ 14.772.689,00	\$ 2.641.177,00	\$ -1.901.884,95	\$ 1.778.844,72	\$ 1.782.844,72	\$ 22.582.889,00	\$ 20.589.971,00	\$ 4.082.919,00	\$ -2.100.005,50		
17	SERVICIO AEREO REGIONAL REGCOR CIA LTDA	\$ 499.617,42	\$ 463.577,89	\$ 85.580,72	\$ 20.212,77	\$ 42.645,19	\$ 2.722,76	\$ 532.236,12	\$ 15.100,03	\$ 285.481,98	\$ 24.827,17	\$ 179.941,36	\$ 61.178,93	\$ 1.256.897,71	\$ 1.215.639,25	\$ 2.886.133,91	\$ 2.076.315,79	\$ 757.941,17	\$ 1.757.699,18	\$ 1.826.716,61	\$ 10.317.676,23	\$ 9.029.409,95	\$ 1.132.262,32	\$ 42.970,95			
18	ETICA EMPRESA TURÍSTICA INTERNACIONAL CA	\$ 57.066.150,00	\$ 35.871.126,00	\$ 53.198.781,00	\$ 38.376.866,00	\$ 11.133.262,00	\$ 1.551.831,00	\$ 57.133.120,00	\$ 33.378.765,00	\$ 54.885.539,00	\$ 40.445.475,00	\$ 11.211.207,00	\$ 2.512.731,00	\$ 56.534.151,00	\$ 32.900.922,00	\$ 59.107.870,00	\$ 42.836.029,00	\$ 13.555.388,00	\$ 2.926.588,00	\$ 40.288.440,00	\$ 33.490.985,00	\$ 62.715.113,00	\$ 44.728.979,00	\$ 14.689.500,00	\$ 3.243.881,00		
19	LATAM AIRLINES ECUADOR S.A.	\$ 95.079.717,00	\$ 87.181.185,00	\$ 241.872.115,00	\$ 203.968.337,00	\$ 38.388.866,00	\$ -1.287.909,00	\$ 103.799.783,00	\$ 94.619.733,00	\$ 234.138.945,00	\$ 173.164.750,00	\$ 55.756.448,00	\$ 3.668.580,00	\$ 103.741.363,00	\$ 96.228.226,00	\$ 249.588.868,00	\$ 200.264.175,00	\$ 47.713.368,00	\$ -2.063.581,00	\$ 98.588.020,00	\$ 97.265.535,00	\$ 243.981.565,00	\$ 192.226.415,00	\$ 50.953.675,00	\$ -4.201.354,00		
20	HOTELES DECAMERON ECUADOR S.A.	\$ 188.595.245,51	\$ 168.225.315,40	\$ 26.863.114,00	\$ 26.456.529,00	\$ 4.480.642,00	\$ -9.848.699,93	\$ 192.623.362,38	\$ 188.012.648,66	\$ 27.974.663,00	\$ 26.466.588,00	\$ 3.695.775,00	\$ -8.888.347,79	\$ 199.038.978,95	\$ 189.082.180,73	\$ 27.884.129,00	\$ 15.383.726,00	\$ 11.914.957,00	\$ -948.363,33	\$ 219.712.571,38	\$ 203.548.880,53	\$ 26.534.246,00	\$ 15.147.995,00	\$ 11.444.154,00	\$ 8.588.238,70		
21	MARRIOTT INTERNATIONAL HOTELS INC.	\$ 521.423,00	\$ 112.620,00	\$ 406.641,00	\$ 40.419,00	\$ 47.498,00	\$ 145.731,00	\$ 739.279,00	\$ 98.971,00	\$ 398.487,00	\$ 75.978,00	\$ 84.131,00	\$ 231.505,00	\$ 98.047,28	\$ 109.919,00	\$ 466.785,00	\$ 25.873,84	\$ 91.045,00	\$ 237.820,00	\$ 1.220.326,85	\$ 86.829,97	\$ 427.476,00	\$ 75.728,69	\$ 32.072,40	\$ 243.448,00		
22	HOTEL ORO VERDES S.A. HUYER	\$ 25.037.288,00	\$ 3.645.747,00	\$ 10.413.352,00	\$ 8.713.608,00	\$ 2.337.525,00	\$ -70.546,00	\$ 26.023.761,00	\$ 4.017.289,00	\$ 11.556.153,00	\$ 9.232.991,00	\$ 1.280.410,00	\$ 582.921,00	\$ 25.984.102,00	\$ 4.223.370,00	\$ 12.837.360,00	\$ 9.968.422,00	\$ 2.064.936,00	\$ 807.258,00	\$ 25.998.715,00	\$ 4.634.697,00	\$ 12.590.280,00	\$ 9.317.338,00	\$ 2.255.982,00	\$ 702.588,00		
23	HOTEL COLON GUAYQUIL S.A.	\$ 41.449.829,50	\$ 6.004.590,52	\$ 19.480.698,70	\$ 9.335.418,10	\$ 8.544.454,70	\$ 1.932.200,69	\$ 42.298.723,50	\$ 6.319.114,23	\$ 20.931.444,30	\$ 8.879.574,33	\$ 9.156.102,12	\$ 2.101.377,16	\$ 41.141.148,70	\$ 5.617.343,65	\$ 20.322.325,30	\$ 9.935.386,78	\$ 8.216.753,48	\$ 2.514.757,66	\$ 40.871.681,20	\$ 5.956.295,23	\$ 19.590.045,90	\$ 3.204.822,87	\$ 14.701.099,60	\$ 987.063,82		
24	H.O.V. Hoteles Quito S.A.	\$ 42.995.577,40	\$ 10.242.395,10	\$ 15.866.655,00	\$ 11.784.243,00	\$ 4.724.898,00	\$ 19.680,03	\$ 41.442.900,30	\$ 8.760.837,40	\$ 14.656.722,00	\$ 11.079.602,00	\$ 3.362.067,00	\$ 564.984,83	\$ 43.872.232,60	\$ 9.009.025,87	\$ 15.682.542,00	\$ 11.248.779,00	\$ 3.763.252,00	\$ 1.047.753,74	\$ 40.316.075,10	\$ 7.351.616,75	\$ 15.423.166,00	\$ 14.809.517,00	\$ 3.528.999,00	\$ 96.051,63		
25	AMAZONASBOT (HOTELERIA, ORGANIZACIONES Y TURISMO) S.A.	\$ 32.973.295,90	\$ 3.462.111,61	\$ 14.764.877,00	\$ 4.744.297,00	\$ 8.885.982,00	\$ 2.686.988,99	\$ 22.380.759,00	\$ 8.696.090,81	\$ 14.601.444,00	\$ 4.790.164,00	\$ 8.376.140,00	\$ 1.851.684,32	\$ 31.635.188,40	\$ 7.150.984,41	\$ 15.797.913,00	\$ 7.729.533,00	\$ 6.332.091,00	\$ 1.993.193,62	\$ 29.149.838,00	\$ 4.349.367,24	\$ 15.221.092,00	\$ 7.464.452,00	\$ 6.023.957,00	\$ 798.474,30		
26	HOTEL COLON INTERNACIONAL CA	\$ 42.479.480,00	\$ 4.402.785,00	\$ 12.861.487,00	\$ 1.735.022,00	\$ 5.689.212,00	\$ 14.768,00	\$ 80.365.887,00	\$ 16.619.807,00	\$ 35.374.426,00	\$ 18.214.687,00	\$ 16.665.502,12	\$ 1.189.872,00	\$ 78.989.639,00	\$ 16.674.448,00	\$ 37.185.327,00	\$ 19.125.101,00	\$ 17.047.029,12	\$ 469.850,00	\$ 81.591.358,79	\$ 21.253.113,79	\$ 36.019.824,12	\$ 7.948.283,35	\$ 27.948.359,46	\$		

Anexo 5. Cálculo de indicadores financieros años 2016-2017-2018-2019

Indicadores financieros años 2016-2017-2018-2019																	
N°	Empresa	Solvencia				Gestión				Rentabilidad							
		Endeudamiento del activo total = Pasivo Total / Activo Total				Impacto Ventas=	Gastos Administrativos y de	Rentabilidad Neta del Activo (ROA)= (Utilidad Neta / Ventas) * (Ventas /				Rentabilidad Neta de Ventas (Margen Neto)=Utilidad Neta / Ventas					
		2016	2017	2018	2019	2016	2017	2018	2019	2016	2017	2018	2019	2016	2017	2018	2019
1	Avianca-Ecuador S.A.	0.91	0.85	0.83	0.91	0.32	0.21	0.20	0.23	-0.04	-0.02	0.05	-0.03	-0.12	-0.02	0.05	-0.05
2	Terminal Aeroportuaria de Guayaquil S.A. Tagsa	0.56	0.53	0.53	0.59	0.28	0.27	0.21	0.16	0.08	0.08	0.09	0.07	0.09	0.09	0.09	0.07
3	Latam Airlines Group S.A.	0.86	0.75	0.40	0.55	0.13	0.35	0.06	0.07	0.14	0.14	0.30	0.09	0.63	0.57	0.97	0.45
4	Aerovías del Continente Americano S.A. Avianca	0.99	0.99	1.01	0.96	0.57	0.37	0.18	0.14	0.00	0.01	0.01	0.03	0.01	0.20	0.33	0.70
5	Aeropuertos Ecológicos de Galápagos S. A. Ecogal	0.52	0.57	0.61	0.66	0.59	0.64	0.26	0.29	0.00	0.00	0.00	-0.03	0.00	-0.01	0.02	-0.12
6	Compañía Panameña de Aviación S.A.	1.00	1.00	1.00	1.00	0.87	0.78	0.82	0.82	-0.12	-0.01	-0.02	0.12	-0.05	0.00	0.00	0.03
7	Jetblue Airways Corporation	1.00	1.00	0.99	1.00	0.06	0.05	0.12	0.00	0.03	-0.01	-0.92	-0.01	0.02	-0.01	-0.12	-0.01
8	American Airlines Inc.	0.82	0.86	0.91	0.91	0.08	0.06	0.07	0.07	0.13	0.15	0.17	0.09	0.02	0.02	0.02	0.01
9	Klm Cia Real Holandesa de Aviación SA	0.99	0.99	0.99	0.99	0.50	0.54	0.50	0.49	0.35	0.29	0.31	0.16	0.02	0.02	0.02	0.01
10	United Airlines, Inc	0.99	0.99	0.98	0.99	0.37	0.40	0.44	0.37	0.03	0.03	0.09	0.34	0.02	0.02	0.02	0.07
11	Quito Airport Management Ecuador Quiamaecuador S.A	0.87	0.97	0.97	0.97	0.20	0.19	0.18	0.21	0.02	0.01	0.01	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00
12	Emirates	0.04	0.11	2.17	0.99	0.21	0.20	0.20	0.21	0.95	0.02	0.24	-1.32	0.79	0.02	0.02	-0.11
13	Novacargo S.A.	0.53	0.48	0.49	0.53	0.31	0.31	0.30	0.35	0.34	0.38	0.37	0.33	0.15	0.18	0.18	0.17
14	Delta Air Lines Inc	0.99	0.99	0.99	0.99	0.07	0.07	0.05	0.06	0.18	0.20	0.16	-0.21	0.02	0.02	0.02	-0.04
15	Aero Express Del Ecuador Transam Cia.	0.53	0.71	0.88	0.90	0.41	0.37	0.21	0.23	0.11	0.17	0.18	0.04	0.06	0.08	0.07	0.02
16	'Aerovías de México', Sociedad Anónima de Capital Variable	0.98	0.99	0.99	0.99	0.23	0.19	0.17	0.18	-1.47	-0.68	-0.62	-1.18	-0.18	-0.12	-0.12	-0.09
17	Servicio Aéreo Regional Regair Cia. Ltda.	0.12	0.03	0.97	1.04	0.73	0.63	0.26	0.11	0.01	0.12	0.00	0.04	0.03	0.21	0.00	0.01
18	Ética Empresa Turística Internacional Ca	0.63	0.58	0.58	0.56	0.21	0.20	0.23	0.23	0.03	0.04	0.05	0.05	0.03	0.05	0.05	0.05
19	Latam Airlines Ecuador S.A.	0.92	0.91	0.93	0.99	0.16	0.24	0.19	0.21	-0.01	0.04	-0.02	-0.06	-0.01	0.02	-0.01	-0.03
20	Hoteles Decamerón Ecuador S.A.	0.89	0.98	0.95	0.92	0.17	0.13	0.43	0.43	-0.05	-0.04	0.00	0.04	-0.37	-0.25	-0.03	0.32
21	Marriott International Hotels Inc.	0.22	0.13	0.11	0.07	0.12	0.21	0.20	0.07	0.28	0.31	0.24	0.20	0.36	0.58	0.51	0.56
22	Hotel Oro Verde S.A. Hotver	0.14	0.15	0.17	0.18	0.22	0.11	0.16	0.18	0.00	0.02	0.03	0.03	-0.01	0.05	0.06	0.06
23	Hotel Colon Guayaquil S.A	0.14	0.15	0.14	0.15	0.44	0.44	0.40	0.75	0.05	0.05	0.06	0.02	0.10	0.10	0.12	0.05
24	H.O.V. Hotelera Quito S.A	0.24	0.21	0.22	0.18	0.30	0.23	0.24	0.23	0.00	0.01	0.03	0.00	0.04	0.07	0.01	
25	Amazonashot (Hotelería, Organizaciones Y Turismo) S.A	0.10	0.27	0.23	0.15	0.59	0.57	0.40	0.40	0.08	0.06	0.06	0.03	0.18	0.13	0.13	0.05
26	Hotel Colon Internacional Ca	0.10	0.21	0.21	0.26	0.44	0.47	0.46	0.78	0.00	0.01	0.01	0.00	0.00	0.03	0.01	-0.01
27	Ravcorp S.A	0.70	0.72	0.64	0.49	0.68	0.64	0.70	0.55	0.03	0.04	0.05	0.03	0.10	0.13	0.12	0.07
28	Continental Hotel Sa	0.47	0.47	0.52	0.53	0.57	0.59	0.69	0.72	0.01	0.05	0.05	-0.02	0.01	0.07	0.06	-0.03
29	Promotora Hotel Dann Carlton Quito, Promodann Cia. Ltda	0.17	0.15	0.14	0.16	0.70	0.69	0.69	0.67	0.07	0.07	0.08	0.04	0.14	0.14	0.14	0.08
30	Termas de Papallacta S.A.	0.32	0.35	0.14	0.39	0.23	0.24	0.24	0.23	0.14	0.31	0.15	0.10	0.21	0.44	0.23	0.16
31	Brucosa S.A.	0.73	0.79	0.72	0.68	0.81	0.72	0.60	0.61	0.04	0.04	0.06	0.04	0.15	0.18	0.14	0.10
32	Compañía De Negocios Y Propiedades Gran Condor Conprogra Cia.Ltda	0.77	0.74	0.69	0.65	1.04	0.74	0.61	0.54	-0.05	-0.01	0.00	0.05	-0.35	-0.03	0.00	0.13

Fuente: Superintendencia de Compañías , Valores y Seguros [SUPERCAS] (2022)

Elaborado por: Masaquiza, E (2022)

Anexo 6. Promedios de los indicadores financieros antes y después de la adopción de la NIIF 15

Promedios de Indicadores financieros									
N°	Empresa	Indicador de Solvencia		Indicador de Gestión		Indicadores de Rentabilidad			
		Endeudamiento del activo total		Impacto Gastos Administración y Ventas		Rentabilidad Neta del Activo (ROA)		Rentabilidad Neta de Ventas (Margen Neto)	
		Antes (2016-2017)	Después (2018-2019)	Antes (2016-2017)	Después (2018-2019)	Antes (2016-2017)	Después (2018-2019)	Antes (2016-2017)	Después (2018-2019)
1	Avianca-Ecuador S.A.	0,88	0,87	0,26	0,22	-0,03	0,01	-0,07	0,00
2	Terminal Aeroportuaria de Guayaquil S.A. Tagsa	0,54	0,56	0,27	0,18	0,08	0,08	0,09	0,08
3	Latam Airlines Group S.A.	0,81	0,47	0,24	0,06	0,14	0,19	0,60	0,71
4	Aerovías del Continente Americano S.A. Avianca	0,99	0,99	0,47	0,16	0,00	0,02	0,11	0,51
5	Aeropuertos Ecológicos de Galápagos S. A. Ecogal	0,54	0,64	0,62	0,27	0,00	-0,01	-0,01	-0,05
6	Compañía Panameña de Aviación S.A.	1,00	1,00	0,82	0,82	-0,07	0,05	-0,03	0,01
7	Jetblue Airways Corporation	1,00	0,99	0,06	0,06	0,01	-0,46	0,00	-0,07
8	American Airlines Inc.	0,84	0,91	0,07	0,07	0,14	0,13	0,02	0,02
9	Klm Cia Real Holandesa de Aviación SA	0,99	0,99	0,52	0,50	0,32	0,24	0,02	0,02
10	United Airlines, Inc	0,99	0,98	0,38	0,40	0,03	0,21	0,02	0,05
11	Quito Airport Management Ecuador Quiamaecuador S.A	0,92	0,97	0,19	0,19	0,02	0,01	0,00	0,00
12	Emirates	0,08	1,58	0,20	0,21	0,49	-0,54	0,40	-0,04
13	Novacargo S.A.	0,51	0,51	0,31	0,32	0,36	0,35	0,17	0,18
14	Delta Air Lines Inc	0,99	0,99	0,07	0,05	0,19	-0,03	0,02	-0,01
15	Aero Express Del Ecuador Transam Cia.	0,62	0,89	0,39	0,22	0,14	0,11	0,07	0,04
16	'Aerovías de México', Sociedad Anónima de Capital Variable	0,99	0,99	0,21	0,18	-1,08	-0,90	-0,15	-0,11
17	Servicio Aéreo Regional Regair Cia. Ltda.	0,08	1,00	0,68	0,19	0,06	0,02	0,12	0,00
18	Ética Empresa Turística Internacional Ca	0,61	0,57	0,21	0,23	0,04	0,05	0,04	0,05
19	Latam Airlines Ecuador S.A.	0,91	0,96	0,20	0,20	0,01	-0,04	0,01	-0,02
20	Hoteles Decamerón Ecuador S.A.	0,93	0,93	0,15	0,43	-0,04	0,02	-0,31	0,14
21	Marriott International Hotels Inc.	0,17	0,09	0,16	0,13	0,30	0,22	0,47	0,54
22	Hotel Oro Verde S.A. Hotver	0,15	0,17	0,17	0,17	0,01	0,03	0,02	0,06
23	Hotel Colon Guayaquil S.A	0,15	0,14	0,44	0,58	0,05	0,04	0,10	0,09
24	H.O.V. Hotelera Quito S.A	0,22	0,20	0,26	0,23	0,01	0,01	0,02	0,04
25	Amazonashot (Hotelería, Organizaciones Y Turismo) S.A	0,19	0,19	0,58	0,40	0,07	0,05	0,15	0,09
26	Hotel Colon Internacional Ca	0,16	0,24	0,45	0,62	0,01	0,00	0,02	0,00
27	Ravcorp S.A	0,71	0,56	0,66	0,62	0,04	0,04	0,11	0,10
28	Continental Hotel Sa	0,47	0,53	0,58	0,71	0,03	0,01	0,04	0,02
29	Promotora Hotel Dann Carlton Quito, Promodann Cia. Ltda	0,16	0,15	0,69	0,68	0,07	0,06	0,14	0,11
30	Termas de Papallacta S.A.	0,34	0,26	0,24	0,23	0,22	0,13	0,32	0,20
31	Brucosa S.A.	0,76	0,70	0,76	0,60	0,04	0,05	0,16	0,12
32	Compañía De Negocios Y Propiedades Gran Condor Conprogra Cia.Ltda	0,75	0,67	0,89	0,58	-0,03	0,03	-0,19	0,06

Fuente: Superintendencia de Compañías , Valores y Seguros [SUPERCIAS] (2022)

Elaborado por: Masaquiza, E (2022)

Anexo 7. Promedios para comprobación de la hipótesis

Promedios de antes (2016-2017) y después (2018-2019) de la adopción de NIIF 15 para comprobación de las hipótesis											
Nº	Empresa	Pasivos		Costos y gastos		Ingresos		Rentabilidad Neta del Activo (ROA)		Rentabilidad Neta de Ventas (Margen Neto)	
		Antes (2016-2017)	Después (2018-2019)	Antes (2016-2017)	Después (2018-2019)	Antes (2016-2017)	Después (2018-2019)	Antes (2016-2017)	Después (2018-2019)	Antes (2016-2017)	Después (2018-2019)
1	Avianca-Ecuador S.A.	\$ 218.711.798,00	\$ 246.240.346,00	\$175.389.870,31	\$ 229.170.952,50	\$166.868.507,64	\$236.121.693,00	-0,03	0,01	-0,07	0,00
2	Terminal Aeroportuaria de Guayaquil S.A. Tagsa	\$ 53.660.949,15	\$ 58.314.314,60	\$ 65.835.945,50	\$ 54.582.021,50	\$ 85.305.587,50	\$ 99.416.793,50	0,08	0,08	0,09	0,08
3	Latam Airlines Group S.A.	\$ 38.205.665,30	\$ 28.279.184,00	\$ 4.374.636,00	\$ 4.317.490,50	\$ 10.939.556,50	\$ 13.799.268,50	0,14	0,19	0,60	0,71
4	Aerovías del Continente Americano S.A. Avianca	\$ 95.808.118,95	\$ 187.304.883,00	\$ 5.515.010,50	\$ 3.883.771,50	\$ 5.467.973,50	\$ 7.515.203,50	0,00	0,02	0,11	0,51
5	Aeropuertos Ecológicos de Galápagos S. A. Ecogal	\$ 25.844.436,50	\$ 24.720.017,80	\$ 6.855.546,57	\$ 3.853.520,50	\$ 10.422.204,20	\$ 9.162.733,00	0,00	-0,01	-0,01	-0,05
6	Compañía Panameña de Aviación S.A.	\$ 34.774.643,65	\$ 27.419.162,50	\$ 90.316.414,00	\$ 101.998.182,50	\$ 88.009.856,95	\$101.753.371,40	-0,07	0,05	-0,03	0,01
7	Jetblue Airways Corporation	\$ 9.361.911,71	\$ 7.788.028,00	\$ 9.366.008,50	\$ 16.400.851,50	\$ 9.323.555,00	\$ 16.014.929,50	0,01	-0,46	0,00	-0,07
8	American Airlines Inc.	\$ 7.712.876,95	\$ 7.808.765,35	\$ 60.310.311,00	\$ 65.396.934,50	\$ 62.411.218,00	\$ 66.661.652,50	0,14	0,13	0,02	0,02
9	Klm Cia Real Holandesa de Aviación SA	\$ 7.156.466,68	\$ 7.016.698,94	\$ 92.828.861,80	\$ 91.800.056,20	\$ 95.196.928,50	\$ 94.011.770,50	0,32	0,24	0,02	0,02
10	United Airlines, Inc	\$ 9.753.967,19	\$ 3.617.564,89	\$ 16.116.120,85	\$ 16.534.876,30	\$ 15.105.005,00	\$ 16.953.702,50	0,03	0,21	0,02	0,05
11	Quito Airport Management Ecuador Quiamaecuador S.A	\$ 2.651.315,95	\$ 3.399.185,62	\$ 17.133.710,20	\$ 18.065.586,35	\$ 17.189.666,00	\$ 18.116.136,75	0,02	0,01	0,00	0,00
12	Emirates	\$ 2.031.842,61	\$ 5.566.918,04	\$ 20.554.246,00	\$ 47.288.064,56	\$ 26.627.124,45	\$ 43.029.678,45	0,49	-0,54	0,40	-0,04
13	Novacargo S.A.	\$ 1.198.104,50	\$ 1.485.960,99	\$ 4.036.105,50	\$ 4.234.997,95	\$ 5.192.549,50	\$ 5.765.978,00	0,36	0,35	0,17	0,18
14	Delta Air Lines Inc	\$ 1.402.615,47	\$ 2.193.605,55	\$ 13.181.120,80	\$ 15.800.328,45	\$ 13.311.442,00	\$ 14.833.908,50	0,19	-0,03	0,02	-0,01
15	Aero Express Del Ecuador Transam Cia.	\$ 1.933.390,27	\$ 2.129.509,83	\$ 5.944.471,86	\$ 6.059.858,17	\$ 6.086.950,13	\$ 6.271.040,92	0,14	0,11	0,07	0,04
16	'Aerovías de México", Sociedad Anónima de Capital Variable	\$ 1.404.662,94	\$ 2.400.994,24	\$ 10.518.055,50	\$ 21.033.068,00	\$ 9.142.499,50	\$ 19.032.120,00	-1,08	-0,90	-0,15	-0,11
17	Servicio Aéreo Regional Regair Cia. Ltda.	\$ 38.340,96	\$ 1.521.127,93	\$ 143.363,15	\$ 6.499.066,62	\$ 185.531,21	\$ 6.606.905,07	0,06	0,02	0,12	0,00
18	Ética Empresa Turística Internacional Ca	\$ 34.624.945,50	\$ 33.195.953,50	\$ 50.583.405,00	\$ 57.894.948,00	\$ 54.041.160,00	\$ 60.910.495,50	0,04	0,05	0,04	0,05
19	Latam Airlines Ecuador S.A.	\$ 90.861.459,00	\$ 96.716.880,50	\$235.639.200,50	\$ 245.583.816,50	\$238.001.530,00	\$246.745.216,50	0,01	-0,04	0,01	-0,02
20	Hoteles Decamerón Ecuador S.A.	\$ 178.118.982,03	\$ 195.300.520,63	\$ 30.534.757,00	\$ 26.945.416,00	\$ 27.419.888,50	\$ 27.209.187,50	-0,04	0,02	-0,31	0,14
21	Marriott International Hotels Inc.	\$ 105.795,50	\$ 98.372,99	\$ 124.013,00	\$ 112.337,37	\$ 402.564,00	\$ 449.629,30	0,30	0,22	0,47	0,54
22	Hotel Oro Verde S.A. Hotver	\$ 3.816.518,00	\$ 4.528.535,00	\$ 10.782.068,00	\$ 11.667.339,00	\$ 10.984.752,50	\$ 12.688.820,00	0,01	0,03	0,02	0,06
23	Hotel Colon Guayaquil S.A	\$ 6.161.832,38	\$ 5.786.819,44	\$ 17.956.774,63	\$ 18.026.036,37	\$ 20.210.236,50	\$ 19.960.685,60	0,05	0,04	0,10	0,09
24	H.O.V. Hotelera Quito S.A	\$ 9.501.616,35	\$ 8.181.321,31	\$ 15.475.406,00	\$ 14.975.073,50	\$ 15.261.678,50	\$ 15.552.854,00	0,01	0,01	0,02	0,04
25	Amazonshot (Hotelería, Organizaciones Y Turismo) S.A	\$ 6.069.101,21	\$ 5.740.138,33	\$ 13.298.295,50	\$ 13.780.017,50	\$ 14.683.160,50	\$ 15.509.502,50	0,07	0,05	0,15	0,09
26	Hotel Colon Internacional Ca	\$ 10.511.296,00	\$ 18.963.781,40	\$ 23.901.995,61	\$ 36.034.385,07	\$ 24.117.956,50	\$ 36.602.575,61	0,01	0,00	0,02	0,00
27	Ravcorp S.A	\$ 9.303.383,94	\$ 6.857.157,50	\$ 3.804.152,46	\$ 4.891.450,00	\$ 4.239.486,71	\$ 5.280.098,00	0,04	0,04	0,11	0,10
28	Continental Hotel Sa	\$ 3.387.533,90	\$ 3.678.003,11	\$ 4.218.778,50	\$ 4.584.781,00	\$ 5.200.320,50	\$ 5.022.515,50	0,03	0,01	0,04	0,02
29	Promotora Hotel Dann Carlton Quito, Promodann Cia. Ltda	\$ 2.262.240,73	\$ 2.062.606,25	\$ 6.408.208,50	\$ 6.929.823,00	\$ 7.043.620,50	\$ 7.652.292,00	0,07	0,06	0,14	0,11
30	Termas de Papallacta S.A.	\$ 3.113.524,79	\$ 2.733.049,04	\$ 4.687.465,00	\$ 5.014.970,00	\$ 6.303.452,00	\$ 6.649.023,50	0,22	0,13	0,32	0,20
31	Brucosa S.A.	\$ 9.414.859,28	\$ 9.082.267,03	\$ 2.407.074,60	\$ 4.778.228,33	\$ 2.678.192,51	\$ 5.663.856,73	0,04	0,05	0,16	0,12
32	Compañía De Negocios Y Propiedades Gran Condor Conprogra Cia.Ltda	\$ 15.099.130,54	\$ 12.174.121,05	\$ 5.350.962,33	\$ 6.326.425,61	\$ 4.586.454,17	\$ 7.204.522,82	-0,03	0,03	-0,19	0,06

Fuente: Superintendencia de Compañías , Valores y Seguros [SUPERCIAS] (2022)

Elaborado por: Masaquiza, E (2022)