



“Responsabilidad con pensamiento positivo”

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

Trabajo de grado previo obtención del título en: Licenciatura en Contabilidad

Pública y Auditoría

Tema:

PROCEDIMIENTO DE COSTEO A LA OPERADORA DE TURISMO JOURNEYFLEET
CÍA. LTDA.

Autor: Cristian Daniel Almachi Cayo

Tutor Metodológico: Mg. Andrés Ramos Álvarez

Tutor Técnico: Mg. Carolina Paola Jaramillo Bayas

Quito – Ecuador

2019

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación: Procedimiento de costeo a la operadora de turismo Journeyfllet Cía. Ltda presentado por el estudiante: Cristian Daniel Almachi Cayo de la carrera de Licenciatura en Contabilidad Pública y Auditoría de la Universidad Tecnológica Israel considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la revisión y evaluación respectiva por parte del Tribunal de grado que se digne para su correspondiente estudio y calificación.

Quito, 12 de septiembre del 2019

EL TUTOR.

Mg. Andrés Ramos Álvarez

APROBACIÓN DEL TUTOR TÉCNICO

En mi calidad de Tutor Técnico del trabajo de titulación: Procedimiento de costeo a la operadora de turismo Journeyfllet Cía. Ltda presentado por el estudiante: Cristian Daniel Almachi Cayo de la carrera de Licenciatura en Contabilidad Pública y Auditoría de la Universidad Tecnológica Israel considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la revisión y evaluación respectiva por parte del Tribunal de grado que se digne para su correspondiente estudio y calificación.

Quito, 12 de septiembre del 2019

EL TUTOR.

Mg. Carolina Paola Jaramillo Bayas

APROBACIÓN DEL COORDINADOR DE CARRERA

En mi calidad de Coordinadora de Carrera del trabajo de titulación: Procedimiento de costeo a la operadora de turismo Journeyfllet Cía. Ltda presentado por el estudiante: Cristian Daniel Almachi Cayo de la carrera de Licenciatura en Contabilidad Pública y Auditoría de la Universidad Tecnológica Israel considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la revisión y evaluación respectiva por parte del Tribunal de grado que se digne para su correspondiente estudio y calificación.

Quito, 12 de septiembre del 2019

COORDINADOR DE CARRERA

Dra. Grisel Pérez Falco

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

El abajo firmante, declara que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciado en Contabilidad Pública y Auditoría, son absolutamente originales, auténticos y personales, de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Cristian Daniel Almachi Cayo

C.I. 172007763-3

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Proyecto de aprobación de acuerdo con el Reglamento de Títulos y Grados de la Universidad Tecnológica Israel.

Quito, 12 de septiembre del 2019

Para constancia firman:

TRIBUNAL DE GRADO

F.....

PRESIDENTE

F.....

VOCAL

F.....

VOCAL

DEDICATORIA

A ti mi flor del universo que desde lo alto cuidas a tus hijos y en especial a mí que te quiero un montón. A mi madre, hermana, que son mi más grande tesoro, y el ejemplo que me han convertido en un gran ser humano.

El autor

AGRADECIMIENTO

A mi virgen de la Dolorosa que me ha permitido seguir adelante con salud, esperanza, felicidad, y amor, es la fuerza para seguir mi camino.

A mi madre y hermana quien con sus cuidados, preocupación y compañía me ayudaron para fortalecer mi espíritu y los ánimos necesarios para no rendirme.

Al resto de mi familia en especial a mi Jobis quién con su dulzura me ha brindado la fuerza para no rendirme jamás.

A mis lindos profesores Dr. Alfredo González, Mg. Carolina Jaramillo, Dra. Grisel Pérez y Mg. Andrés Ramos por su apoyo y paciencia para culminar la carrera.

Gracias

PENSAMIENTO

Como parte del proceso de investigación resalto a la Licenciada María Soledad Vaca por su ímpetu y carisma para llevar a la empresa Journeyfleet dentro de los mejores operadores de turismo que prestan servicios a diferentes partes del mundo. Su carácter ha permitido que la empresa logre triunfar en el mercado internacional y acreedora a varios premios internacionales.

ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR	i
APROBACIÓN DEL TUTOR TÉCNICO	ii
APROBACIÓN DEL COORDINADOR DE CARRERA	iii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
PENSAMIENTO	viii
ÍNDICE GENERAL	ix
ÍNDICE DE TABLAS	xii
RESUMEN	xiii
ABSTRACT	xiv
INTRODUCCIÓN	1
Objetivo General:	2
Objetivos Específicos	2
Justificación	2
CAPÍTULO 1: MARCO TEÓRICO	4
1.1. Contextualización espacio temporal	4
Investigaciones previas	8
1.2. Marco teórico conceptual	9
1.2.1. Conceptos Normas Internacionales de Contabilidad NIC 2 relacionados con el costo	9
1.2.2. Costo Unitario.....	10
1.2.3. Métodos de costeo	11
1.2.3. Asignación del cuadro de costos	12
1.2.4. Proceso y procedimiento	13
1.2.5. Gastos	13
1.2.6. Utilidad	14
1.2.7. Operadora de turismo	14
1.2.8. Operaciones Land.....	14
1.2.9. Tickets aéreos	15
1.2.10. Press Trip.....	15
1.2.11. Fam Trip.....	15

1.2.12. Servicio Hotelero.....	16
CAPÍTULO II: MARCO METODOLÓGICO	17
2.1. Enfoque metodológico.....	17
2.2. Población, unidades de estudio y muestra	17
2.3. Indicadores	19
2.4. Técnicas	19
2.5. Resultados	19
2.5.1. Análisis de los resultados e interpretación de las entrevistas a los vendedores internacionales .	19
2.5.2. Resultados e interpretación de las encuestas a los miembros del departamento de operaciones	22
2.5.3. Resultados e interpretación de la observación del proceso de asignación y proveeduría	26
2.6. Regularidades del diagnóstico realizado.....	27
CAPÍTULO III: PROPUESTA.....	28
3.1. Reseña de la empresa	28
3.2. Base legal	29
3.2.1 Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social	29
3.2.2 Servicio de Rentas Internas	30
3.2.3. Código de Trabajo	30
3.3. Estructura de la Empresa	31
Principios y Compromisos	31
3.4. Análisis interno de la organización	32
3.5. Propuesta del proceso de costeo	39
Costo por prestación de servicios en el servicio hotelero	39
3.5.1. Numeración de la Proforma Internacional (Invoice)	39
3.5.2. Aplicación del procedimiento de costeo para la operadora de turismo	39
CONCLUSIONES	48
RECOMENDACIONES	49
Referencias Bibliográficas	50
Anexos

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Organigrama Funcional.	32
Figura 2. Organigrama descriptivo por paquete turístico.	34
Figura 3. Proceso de costeo tradicional.	38
Figura 4. Estructura de la proforma internacional.	39
Figura 5. Proceso de Ventas Internacionales.	43
Figura 6. Procesos departamento de operaciones.	44
Figura 7. Proceso del departamento de contabilidad.	46
Figura 8. Flujoograma del proceso de mejora del costeo.	47

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Conocimiento sobre el procedimiento de costos	23
Tabla 2. Selección de proveedores	23
Tabla 3. Informativo Operaciones – Ventas Internacionales	23
Tabla 4. Implementación del proceso de costeo – departamento de operaciones	24
Tabla 5. Manual de procesos – determinación del costo	24
Tabla 6. Precios ofertados al cliente.....	24
Tabla 7. Informativo de precios de venta al cliente	25
Tabla 8. Comparativo de ganancias anteriores	25
Tabla 9. Sistema de costeo	25
Tabla 10. Importancia del sistema de costeo	26
Tabla 11. Detalle del costo por paquete turístico	36
Tabla 12. Tarifarios 2019.....	37
Tabla 13. Tarifarios 2019 – valor a pagar	37
Tabla 14. Tarifarios 2019 comparativo del costo	37
Tabla 15. Tarifarios 2019 – comparativo y porcentaje de ganancia	38
Tabla 16. Módulo inicial del cuadro de costos	40
Tabla 17. Reporte de ventas por vendedor	40
Tabla 18. Reporte de ventas por vendedor - proceso de costos	41
Tabla 19. Tarifarios servicio hotelero 2019.....	41
Tabla 20. Proceso de costeo - detalle paquete turístico	42
Tabla 21. Asignación del cuadro de costos – Expenses	43
Tabla 22. Cierre del proceso de costos – proforma	45
Tabla 23. Detalle cierre del mes proforma	46
Tabla 24. Comparativo, resultados por servicios hoteleros	47

RESUMEN

Las operadoras de turismo en el ámbito económico mantienen una relación muy estrecha con el manejo y la distribución de los servicios por cada paquete turístico, los precios que se derivan de la propuesta o proforma que se envía al cliente contienen valores proyectados para el uso de cada servicio y de este se desconoce cuál es el monto real que se debería ofertar al cliente, para obtener ganancia. La investigación se realizó en la empresa Journeyfleet Cía. Ltda con el objetivo de diseñar un procedimiento para la asignación del cuadro de costos en una operadora de turismo, en el cual participan el personal de la operadora y la propuesta del análisis del costeo por los servicios prestados, en cada paquete turístico; enfocado al ámbito hotelero. Para evaluar el requerimiento del proceso de costeo se aplicó la metodología de investigación mixta con el fin de enfocar los inconvenientes y causas en el proceso de la asignación del costo en comparación con la proforma enviada al cliente. Como resultado, se comprobó que es necesario una plantilla para: verificar el estado actual del cuadro de costos, las comparaciones, variaciones de los itinerarios aplicados durante la asignación del servicio, la ganancia a recibir y el porcentaje de utilidad al final del cierre mensual.

PALABRAS CLAVES: asignación, análisis, sistemas, métodos, comparativos

ABSTRACT

The tour operators in the economic field maintain a very close relationship with the management and distribution of services for each tourist package, the prices that are derived from the proposal or proforma that is sent to the client contain projected values for the use of each service and this is unknown what is the real amount that should be offered to the customer, to make a profit. The investigation was carried out in the company Journeyfleet Cía. Ltda with the aim of designing and comparing the current procedure to which the operator's staff handles and the proposal of the cost analysis for the services provided, in each tourist package; focused on the hotel sector. To evaluate the requirement of the costing process, the mixed research methodology was applied in order to focus the inconveniences and causes in the process of cost allocation compared to the proforma sent to the client. As a result, it was verified that a template is necessary to verify the current status of the cost table, comparisons, variations of the itineraries applied during the service assignment, the gain to be received and the percentage of utility at the end of the monthly closing

KEY WORDS: assignment, analysis, systems, methods, comparatives.

INTRODUCCIÓN

La empresa Journeyfleet encargada de fomentar los servicios de turismo y brindar comodidad al turista lleva más de 15 años en el mercado, situado en el cantón Rumiñahui provincia de Pichincha. Dentro de este se dividen diferentes servicios que ofertan hacia los clientes como son: land que constituye todo lo referente a servicios tierra hoteles, restaurantes, transfer, tren entre otros dentro del continente y fuera del continente; otro servicio son los barcos del cual se manejan dos exclusivos el Seaman Journey y el Sea Star; y finalmente el servicio de boletos aéreos para diferentes rutas.

Cabe resaltar que los paquetes que se brindan a los turistas son exclusivos para extranjeros. Journeyfleet como parte del giro del negocio es comisionar los paquetes turísticos y generar utilidades para cubrir sus gastos tanto administrativos, financieros y de ventas. La entidad tiene varios proveedores con diferente tipo de servicio y del cual genera una adquisición de un buen servicio hacia nuestros pasajeros, el volumen de las ventas mensuales es altas de acuerdo al requerimiento de los usuarios; sin olvidar el costo operativo y la diferencia que nos da del valor facturado.

Journeyfleet ha manejado los costos por actividad, por lo cual se ha utilizado métodos y alternativas referentes para sacar las asignaciones de cuadro de costos por servicio. El equipo de ventas internacionales donde se inicia el proceso de la venta se maneja con una utilidad cambiante de acuerdo al lugar, los días y los servicios que se brindan al ejecutar el paquete, dejando aislado un diseño o una plantilla donde se pueda demostrar un costo – beneficio de cada factura generada.

Siguiendo el proceso de recepción de los costos llega hacia al departamento de operaciones donde modifican bajo autorización del vendedor para después realizar las reservas respectivas y buscando una utilidad favorable del cual conlleva negociar con el proveedor, sin olvidar que la factura se la puede aumentar o disminuir y este se relaciona con el cobro respectivo del cliente; en ciertos servicios adopta una respuesta positiva y da beneficio para la empresa; sin embargo en otro tipo de productos no es favorable porque resalta un porcentaje menor de lo que se desea recibir como es Galápagos por lo que los servicios utilizados son más caros y al momento de venderlo se utiliza una base máximo del 7% de ganancia.

El departamento contable verifica los documentos de sustento aplicando retenciones, registros y pagos; sin menospreciar la asignación de costos que parten desde el departamento de ventas. A la vista se verifica la ganancia y el porcentaje que se espera recibir sin ningún análisis minucioso de los costos reales que se obtiene y el gasto causado por dicho servicio, se intenta revisar línea a línea el cuadro de costos, pero la cantidad de pagos que van saliendo día a día son demasiados y se acelera en sacarlos para la aprobación de gerencia. Al no llevar un manejo o un cálculo de los costos acorde al servicio brindado, se ha presentado inconvenientes al sacar reportes de fin de mes, donde la utilidad no es real y el balance al fin de mes no es verdadero y repercute en mejorar los procesos para la toma de decisiones.

Objetivo General:

Diseñar un procedimiento de costeo, mediante la asignación de costos por servicios para determinar los resultados y el análisis previo de los tours que presta la empresa Journeyfleet.

Objetivos Específicos

- Recopilar los elementos teóricos sobre costos, relacionados con los servicios que prestan las operadoras turísticas.
- Determinar los métodos y técnicas que faciliten el procedimiento, para determinar los costos en la empresa Journeyfleet.
- Proponer el procedimiento para determinar los costos de los servicios turísticos en la empresa Journeyfleet.

Justificación

El servicio turístico ha mantenido una estabilidad económica moderada y progresiva fomentando la cultura, la música y todos los atractivos turísticos del Ecuador hacia el beneficiario que es el turista. Journeyfleet se distingue del resto de operadoras de turismo, en generar la experiencia y el gusto de brindar el mejor servicio.

La empresa Journeyfleet una operadora de turismo receptivo, tiene como objetivo gestionar los destinos, ofrecer viajes planificados con un enfoque en entregar experiencias y generar costos competitivos dentro del mercado. La competencia con otras operadoras de turismo va enfocadas a ofertar el mejor precio al turista, sin embargo, al no llevar un control

de los costos por servicios influye en la utilidad de cada paquete turístico sea aumentar o disminuir se convierte en un riesgo.

La importancia del procedimiento de costos se centra en registrar, controlar, interpretar y generar resultados presentes, mejorar la comunicación y el análisis previo de cada servicio que se brinda durante la ejecución del paquete turístico; evitando riesgos e inconvenientes en las utilidades mensuales, de esta manera permitirá ejercer un control para la toma de decisiones; partiendo desde el precio de venta que se da a los clientes, precios de venta por los servicios que prestan los proveedores y al terminar la operación las comisiones generadas durante el mes. Además incluye presentar a los gerentes una información real y con un previo análisis de los resultados obtenidos, y por ende el costo – beneficio de la empresa.

Los beneficios que aporta es la toma de decisiones oportunas, determinando la viabilidad de los recursos del costo, proporciona un punto de referencia para que la empresa evalúe el desempeño de los servicios del paquete turístico de forma cronológica y sistemática.

CAPÍTULO 1: MARCO TEÓRICO

1.1.Contextualización espacio temporal

A nivel mundial el área del turismo logró enfatizar los lugares más atractivos para el mundo, con el fin de lograr atraer a turistas para disfrute de las instalaciones, ambiente, gastronomía, cultura y tradiciones propias de la región; a más de convertir en un lugar atractivo, beneficia el aspecto económico al país.

Una de las metas necesarias para competir a nivel internacional o mundial, son las experiencias propiamente impartidas por los nativos, socializando idioma, interacción y familiarizar al turista con un entorno ajeno; beneficiando y atrayendo más gente a visitar los lugares turísticos. El manejo y el cuidado del ambiente lo maneja el Estado.

La OMT que es la Organización Mundial del turismo encargada por la ONU, quien resguarda la progresión económica, y la sostenibilidad ambiental, adicional apoya a expandir los atractivos turísticos a nivel mundial. Evita que aumente el nivel de pobreza y fomenta el desarrollo sostenible de todo el mundo.

La Organización Mundial del turismo genera políticas e instrumentos que beneficie el turismo competitivo, la enseñanza de turismo y promover el desarrollo mediante diversos proyectos en más de 100 países. Las prioridades se caracterizan en los siguientes puntos:

- Integrar sistemáticamente el turismo en la agenda global.
- Mejorar la competitividad turística.
- Promover el desarrollo sostenible del turismo.
- Impulsar la contribución del turismo a la reducción de la pobreza y al desarrollo.
- Fomentar el conocimiento, la enseñanza y la capacitación.
- Fijar asociaciones.

La OMT dedica sus esfuerzos para contribuir los objetivos del desarrollo sostenible, efectivamente cumpliendo dentro de los 17 puntos que indica la ODS 8,12 y 14 en los que figura el turismo:

Objetivo 8 trabajo decente y crecimiento económico: el turismo se caracteriza como una de las fuerzas que importantes para la progresión financiera mundial, promoviendo oportunidades de trabajo para la sociedad sean mujeres o jóvenes, beneficiando por sus destrezas y desarrollo profesional. Se espera en el 2030 elaborar políticas enfocadas al

turismo sostenible que pretenda aumentar fuentes de empleo, suscite la cultura y derivar productos locales.

Objetivo 12 producción y consumo responsables: en el turismo ampara habilidades de consumo fundamentando en la aceleración global con la sostenibilidad, se elabora y aplica mecanismos que encaminen en los efectos del desarrollo sostenible, enfocados a lograr un turismo que beneficie a la sociedad con trabajo, resguardar las tradiciones y culturas del sector. Aspira que se desarrolle programas que incluyan iniciativas de uso oportuno de los recursos que dan resultados económicos, sociales y ambientales.

Objetivo 14 vida submarina: el turismo costero es uno de los principales atractivos turísticos en los pequeños estados insulares por su sistema ecológico saludable. El desarrollo del turismo tiene un fin en común que es ayudar a conservar, preservar y cuidar los ecosistemas marítimos.

Ecuador forma parte de los 158 miembros de la Organización Mundial del Turismo desde el año 1975 con la colaboración del IFTA The International Forum of Travel and Tourism Advocates cuyos objetivos se derivan:

- Proporcionar foros para intercambiar información sobre aspectos jurídicos de la Ley de Viajes.
- Proporcionar recursos informativos sobre la ley de viajes (leyes, jurisprudencia, etc)
- Fomentar al establecimiento normas legales para la industria de viajes.
- Trabajar con instituciones educativas en las investigaciones sobre aspectos jurídicos de los viajes.

En Ecuador, el Ministerio de Turismo ha sido siempre el eje principal de direccionar, manejar, resguardar la cultural y la biodiversidad del país, considerando y de acuerdo a la comunidad donde se ejecuta o se ha mencionado puntos principales donde puede acceder el visitante para disfrutar el atractivo que brinde cierto lugar. Adicional el Ministerio de Turismo valora cada atractivo y colocando políticas importantes necesarias para la prevención y cuidado del lugar al cual se va a visitar, a más de fomentar y promocionar el medio ambiente, valora el esfuerzo e ímpetu que tiene cada operador o agencia que tenga prioridad en atraer turistas extranjeros al país; sin embargo, la promoción de los atractivos turísticos se fundamenta mediante otro organismo que es la “OPTUR”. La asociación nacional de operadores de turismo receptivo “Optur” en el año 2004 obtuvo la aprobación del Ministerio de Turismo para desarrollar y fortalecer el sector turístico ecuatoriano ante el

mundo. Su propósito es fomentar y promocionar a los países del mundo, que uno de los destinos ideales para los turistas sea Ecuador, aproximadamente son 60 operadoras que realizan los seguimientos oportunos con agentes del exterior sea en América o en el viejo continente.

Optur a más de brindar diversos servicios para las operadoras de turismo, tiene un vínculo con las cámaras provinciales, Fenacaptur, Ministerio de Turismo, Ministerio de Ambiente, entre otros organismos; su principal objetivo es posesionar a Ecuador como primer destino turístico en América Latina implementando promociones en paquetes turísticos y ser competitivos en los diferentes países; el turismo se convierte en la mejor inversión a futuro.

Dentro de su misión es liderar el mercado internacional, promoviendo y ofertar los diversos paquetes turísticos que brinda Ecuador en diversas regiones sea por biodiversidad, cultura, paisajes, comunidad y el mercado; defender los derechos de los asociados a través de la participación de los socios. Es una asociación comprometida en preservar y cuidar el medio ambiente y el apoyo en las actividades turísticas.

Durante los últimos años de acuerdo a las estadísticas de Optur indica que desde el año 2013 la economía del turismo ha aumentado ingresos por las operadoras de turismo receptivo considerando que hace años atrás se enfocaba la economía del país al petróleo y sus derivados, dejando a un lado el turismo como fuente económica; en vista del declive en el precio de petróleo, las instituciones enfocan al mercado internacional, exponiendo los atractivos turísticos, la cultura, la fauna, flora, etc para obtener ingresos.

Las operadoras de turismo receptivo compiten para agrandar sus ingresos y reconocimiento a nivel internacional sea por servicios tierra, o de barcos, las operadoras en el caso de Journeyfleet compite con los mercados nacionales e internacionales abriendo futuros clientes en diversos países. En vista de la demanda y competencia con el resto de operadoras se busca alternativas para mejorar los ingresos dentro de ellas está el marketing, el área comercial y sobre todo un manejo de costo beneficio, con el fin de manejar un porcentaje ideal para la utilidad mensual. Esta utilidad nos permitirá financiar viajes para atraer agentes externos Fam Trips y Press Trips para futuras ventas.

El Ministerio de Turismo promueve la gestión y desarrollo fomentando la innovación de productos, servicios, destinos y proyectos que incrementan el desarrollo del turismo en Ecuador. Las operadoras de turismo receptivo en este caso Journeyfleet es acreedor de los siguientes beneficios:

- Acompañamiento en el proceso turístico.
- Organización de las diversas agencias y contactos, compartiendo contactos e información a las agencias del exterior.
- Promover información confiable y actualizada.
- Respuestas rápidas y confidenciales a todas sus consultas.
- Vinculación de socios locales y extranjeros.

Journeyfleet una operadora de turismo receptivo con más de 15 años en el mercado, ha producido una infinidad de paquetes turísticos a nivel nacional e internacional, reconocido en su mercado extranjero como Latintrails – Journeyfleet. Conformado por 31 personas actualmente, dividido por departamentos, cuyo objetivo es brindar los paquetes turísticos mediante las experiencias y el acoge que entrega a sus pasajeros al disfrutar cada servicio de los proveedores que trabajan con la operadora.

Durante la ejecución de los tours que brinda, tiene una estrecha relación con los diferentes organismos de control como son: Ministerio de Turismo, OPTUR, Cámara de Comercio, entre otros. Actualmente la operadora de turismo fue ganadora al mejor crucero internacional en los World Travel Awards 2019 a nivel de Sudamérica.

Es importante señalar que Journeyfleet es un apoyo que brinda el MIT adecuando y convocando en las ferias nacionales compartiendo los servicios que brinda la operadora, a más de gestionar en las futuras ventas con las agencias del exterior, se promociona los proveedores que trabajan con la misma, el servicio es beneficiado para la operadora de turismo y por el proveedor al cual se realiza las reservas.

Journeyfleet como miembro de los diversos organismos que protegen, promocionan y apoyan al turismo en sus diversos servicios, mantiene un cumplimiento y la asesoría necesaria para llevar una organización de acuerdo a los parámetros que exigen por formar parte de la asociación de operadores de turismo. Ante los mecanismos y estrategias que se cumple surgen las capacitaciones con el personal, en mejorar el servicio al cliente, aumentar publicidad, entre otros.

Las proyecciones y convenios a futuro beneficiaran al país y a la economía de las micro empresas que han trabajado durante un determinado tiempo, la meta propuesta es brindar iniciativa y deseos de mejorar la calidad del servicio y ser competitivo en el mercado

nacional e internacional. Los tours que han beneficiado a los clientes extranjeros solicitan ampliar las rutas en diferentes partes del país, que aún no se visibilizan.

A más de contribuir dentro del desarrollo empresarial, beneficia a puntos estratégicos acogiendo al extranjero para degustar y vivir las experiencias otorgadas por el ecuatoriano, otro de los aspectos es resaltar al emprendedor y la empresa minorista que se visibilice ante el mercado extranjero, promoviendo más fuentes de trabajo.

Investigaciones previas

Las referencias que se utilizaron fueron de acuerdo a la utilización de los conocimientos que fueron aplicados en las mismas, detallando de la siguiente forma:

Martínez, L. (2014). Diseño e implementación de un procedimiento de costos por órdenes de producción (Tesis de postgrado). Universidad Tecnológica de Pereira. Se analiza los instrumentos y procesos para contribuir en el desarrollo de dicho servicio. En cumplimiento del proceso de servicio que presta, va relacionado con el énfasis que se presta para la ejecución del servicio, optimizando estratégicamente los elementos del costo y beneficiando a la compañía con una utilidad real. Es importante que las empresas dedicadas a la prestación de servicios, en este caso de turismo mantengan un orden o procedimiento acorde a las actividades que generan durante la ejecución de un tour, es decir que los valores que determina el vendedor para el cumplimiento del servicio sean analizados conjuntamente con los departamentos que directamente e indirectamente participan en este proceso.

Gallardo, J. (2014). Propuesta de un procedimiento de costos por órdenes de producción para la fábrica de muebles modulares Gallardo – Mogal (Tesis de pregrado). Escuela Politécnica del Ejército. En esta tesis se analiza la aplicación de los procesos que determinan para garantizar los resultados propiamente obtenidos mediante la aplicación de los elementos del costo e importancia que se da la comunicación con los departamentos que se relacionan para que el servicio se brinde apropiadamente tanto para el cliente que goza del servicio como para la empresa que goce de la ganancia obtenida.

Alvarado, L. (2015). Implementación de un procedimiento de costos para el sector hotelero del municipio de Arauca, departamento de Arauca (Tesis de pregrado). Universidad Cooperativa de Colombia. En esta investigación se profundiza la propuesta de mejorar la ejecución del costeo en el ámbito hotelero, cuya descripción y manejo del servicio se enfatiza con la comparación de los diversos servicios que presta, es decir los elementos que

contribuyen para el desarrollo y composición del servicio que se presta. En el turismo la garantía es un buen servicio con un precio cómodo que facilite un ingreso óptimo.

Altamirano, G. (2015). Propuesta de diseño de un procedimiento de contabilidad de costos aplicado al hostel "La Casona" ubicado en la ciudad de Cuenca (Tesis de pregrado). Universidad Politécnica Salesiana. En este proceso determina el uso y manejo de la contabilidad aplicada al costeo del servicio hotelero, con el fin de optimizar recursos y mejorar el valor prestado al cliente y la ganancia a obtener por cada una de las diferentes transacciones que se generen. La aplicación de este tipo de técnicas corresponde y avalan los resultados aplicando políticas que generen la utilidad esperada, sin ocasionar alteraciones en el precio de venta al cliente.

1.2. Marco teórico conceptual

1.2.1. Conceptos Normas Internacionales de Contabilidad NIC 2 relacionados con el costo

La NIC 2 tiene como objetivo prescribir el tratamiento contable de los inventarios. En la contabilidad de los inventarios es la cantidad de costo que debe reconocerse como un activo, para que sea diferido hasta que los ingresos correspondientes sean reconocidos. La determinación del costo, así como para el subsiguiente reconocimiento como un gasto del período, incluyendo cualquier deterioro que rebaje el importe en libros el valor neto realizable. También suministra directrices sobre las fórmulas del costo que se usan para atribuir costos a los inventarios.

Dentro de las definiciones indicadas en la normativa, se considerará las relacionadas con la presente investigación, a continuación indico lo siguiente:

Valor neto realizable es el precio estimado de venta de un activo en el curso normal de la operación menos los costos estimados para determinar su producción y los necesarios para llevar a cabo la venta.

Valor realizable es el importe por el cual puede ser intercambiado un activo, o cancelado un pasivo, entre un comprador y un vendedor interesado y debidamente informado, que realizan una transacción libre.

De acuerdo a la NIC 2 en su párrafo 11 indica que el costo de adquisición de los inventarios corresponderá el precio de compra, los aranceles de importación y otros

impuestos (que no sean recuperables posteriormente de las autoridades fiscales), los transportes, el almacenamiento y otros costos directamente atribuibles a la adquisición de las mercaderías, los materiales o los servicios. Los descuentos comerciales, las rebajas y otras partidas similares deducirán para determinar el costo de adquisición.

De acuerdo a la NIC 2 en su párrafo 23 y 24 sobre las fórmulas del cálculo de costo indica que el costo de inventarios de productos que no son habitualmente intercambiables entre sí, así como de los bienes servicios producidos y segregados para proyectos específicos, se determinará a través de la identificación específica de sus costos individuales.

La identificación específica del costo significa que cada tipo de costo concreto se distribuye entre ciertas partidas identificadas dentro de los inventarios. Este es el tratamiento adecuado para los productos que se segregan para un proyecto específico, con independencia de que hayan sido comprados o producidos. Sin embargo, a identificación específica de costo resultará inadecuada cuando, en los inventarios hay un gran número de productos que sean habitualmente intercambiables. En estas circunstancias, el método para seleccionar qué productos individuales van a permanecer en la existencial final, podría ser usado para obtener efectos predeterminados en el resultado del período.

De acuerdo a la NIC 2 en su párrafo 34 del reconocimiento como un gasto determina que los inventarios que sean vendidos, el importe en libros de los mismos se reconocerá como gasto del período en el que se reconozcan los correspondientes ingresos de operación.

1.2.2. Costo Unitario

El costo unitario es el valor unitario del servicio que se va a brindar. Publiconta (2018) afirma:

Los diferentes conceptos que forman parte de la contabilidad de costos, dentro de ellos es el costo unitario que se define por el valor de un producto, que da como resultado el cálculo de los costos; obteniendo la suma de los costos fijos más el costo variable. (p.1)

En definición el costo unitario es el valor del producto o servicio que se va a entregar, el concepto tiene mucha referencia que la vincula del tema a tratarse.

El costo son valores que asignan para la ejecución del paquete turístico. Ferguson (2018) afirma:

Un aspecto de la actividad económica, para el empresario individual esto implica sus obligaciones de hacer pagos en efectivo, para el conjunto de la sociedad, el costo representa los recursos que deben sacrificarse para obtener un bien dado en diferentes empresas (p. 7).

Al analizar el concepto del autor aplicado a la operadora de turismo se puede determinar el precio ofertado al cliente que tiene un fin en pagar determinadas obligaciones que incluyen los servicios ofertados y es el conjunto de valores incurridos en un período perfectamente identificados con el producto que se fabrica.

1.2.3. Métodos de costeo

MyABCM en su página web (<https://www.myabcm.com/es/blog-post/principales-metodos-de-costeo/>) menciona la clasificación del costeo, se debe enfocar en la definición sobre el costo variable son aquellos que cambian de acuerdo a la producción y los costos fijos son los que permanecen estables independientemente de lo que produce la empresa.

Absorción

También conocido como costeo integral es que todos los gastos de fabricación ya sean directos o indirectos, se tengan en cuenta al determinar el costo final de ventas. La ventaja de este método es que facilita la investigación del costo total de cada producto, sin embargo, puede haber distorsiones en lo que se recolecta, lo que puede desequilibrar la distribución del ingreso de algunos productos.

Variable

Es un tipo de cálculo que solo utiliza información relacionada con los costos variables directos o indirectos, sin tener en cuenta los costos fijos. Es un método muy beneficioso si el propósito es determinar el margen de contribución de la empresa o aclarar los costos del producto. Sin embargo, como desventaja, los datos encontrados no son útiles a largo plazo, y también son inadecuados para definir la contabilidad.

Costo basado en actividades

Está relacionado con las actividades de la compañía y no con los productos o servicios. Es decir para ello, los gastos de una empresa se deben a cómo se fabrican los bienes y no a la que se produce.

Es el método ideal para identificar lo que realmente está vinculado a los costos, ya que puede medir los gastos y los gastos generales. Sin embargo, la compañía necesita tener una estandarización de sus procesos, y solo funciona si el objetivo es a largo plazo.

Unidad de esfuerzo de producción (UEP)

Es una metodología se hace una referencia de anticipación del costo, es decir, se crea margen de gastos antes de saber realmente cuáles son. Digamos que establece un ideal para ser alcanzado, por lo tanto, es posible gestionar y determinar las variaciones en el consumo. Es muy útil establecer el monto de gasto ideal que la empresa debe alcanzar si está funcionando a la perfección. Sin embargo, debido a que no es un método que se basa en aplicaciones reales, puede que no ayude a la empresa a mejorar su administración de costos.

Con la clasificación mencionada, se aplicará el costo basado en actividades, por la medición de los gastos efectuados en el proceso de armar la asignación de costos, sin embargo, en la investigación el enfoque va a las actividades que realiza los departamentos que interfieren en el tour turístico.

1.2.3. Asignación del cuadro de costos

La asignación del cuadro de costos es necesario para determinar y especificar qué servicio se está entregando al pasajero sea de diverso tipo, en sí la importancia es brindar un detalle desglosado de la proforma al cliente. Appiani (2018) afirma:

Al analizar los factores claves del éxito en una organización, esta cadena de valor, debe ampliarse también hacia los Proveedores y Clientes de la empresa (...) estas funciones intervienen en una función de costos. La estructura del costo (...) a fin de lograr un menor costo final en el producto o servicio que se ofrece, y de esta forma poder incrementar el margen de utilidad, logrando una mayor rentabilidad para la empresa (...) Factores claves para mejoras en los siguientes puntos:

- a) Reducción de costos. Disminuyendo el costo para los clientes del producto que les ofrecemos.
- b) Calidad
- c) Tiempo
- d) Innovación (p. 9).

Este aporte mejora la idea concreta de llevar una asignación de costos acorde a los tipos de servicio que se vinculan con el tour, el concepto es muy claro y la opinión brindada por el autor enriquece el manejo de la derivación del costo y como fomentar el manejo del mismo.

1.2.4. Proceso y procedimiento

El proceso es una serie de acciones que determinan una función a realizar y el procedimiento es un método para aplicar un resultado esperado. Álvarez (2018) afirma:

En el lenguaje común, existe una diferencia clara entre los conceptos de “proceso” y “procedimiento”; el “proceso” implicaría una serie de actos o fenómenos que se suceden en el tiempo, mientras que el “procedimiento” es un método, un esquema, una forma de hacer las cosas (p.1).

En correspondencia de lo que indica el autor, se puede enfatizar que en el trabajo de investigación se aplica ambas formas, el proceso es la ejecución del sistema de costeo que se aplica para determinar el valor del costo aplicado al tour, y el procedimiento son las técnicas que se utilizan al aplicar la asignación del costo.

1.2.5. Gastos

Los gastos aplican a todas las inversiones que a futuro se obtendrá una ganancia por el servicio que se presta al cliente. Aptiva (2017) afirma:

Cuando surge un gasto se produce una doble circulación económica: de un lado sale dinero, y, como contrapartida, se recibe en su momento algo real, una contraprestación en bienes y servicios que colaborarán en el proceso productivo. Los gastos se identifican con la corriente real de las operaciones de consumo de bienes y servicios, en las que incurre una empresa para poder llevar a cabo su actividad de explotación y actuaciones extraordinarias (p.1).

En vista el autor enfoca a las salidas del dinero en diferentes servicios, aplicando a la operadora de turismo es el gasto que involucra una prestación de un servicio a un determinado proveedor, con el fin de garantizar y goce del servicio a los pasajeros que solicitaron dicha actividad.

Con la definición respectiva en el ámbito turístico son valores que se pagan a los proveedores para que brinden el servicio a los clientes, y de estas diferencias entre el gasto que se cancela y lo vendido al cliente genera una utilidad del servicio y “son valores que se

utilizan para cumplir con las funciones de administrar, vender y financiar costo de distribución” (Vallejos, 2017, p.8).

1.2.6. Utilidad

La utilidad brindada se genera con las diferencias entre los gastado en el servicio con la factura de venta. La Academia de contabilidad financiera (2014) afirma:

Es el resultado de restar a los ingresos obtenidos de un período, los gastos que se genera para obtener esos ingresos. Cuando estos son mayores que los gastos, se genera una utilidad, si ocurre lo contrario existirá una pérdida en el ejercicio (p. 14).

Cuando se menciona el concepto de utilidad, se dice que son los resultados apreciados en la comparación entre el gasto e ingreso obteniendo un concepto que profundiza el tema a observar.

1.2.7. Operadora de turismo

La operadora de turismo según Hasharon (2016): “la operadora de turismo brinda servicios a los proveedores que se relacionan con el turismo” (p. 3). Al observar y verificar los procesos de la operadora de turismo se revisa si el precio está incluido la tarifa del tour.

“La operadora de turismo son entidades comerciales, conformadas por personales naturales o jurídicas que promocionan vender tours turísticos, ubicadas en el país ofertando servicios programados por agencias del exterior” (Ministerio de Turismo, 2018)

El criterio de ambos autores se asemeja, sin embargo, cada uno en un enfoque diferente, por lo cual la operadora de turismo es un ente cuyo servicio principal es brindar paquetes turísticos a las diferentes agencias nacionales o extranjeras promoviendo los atractivos turísticos en distintas categorías, se enfoca en el presupuesto del cliente, la exigencia que solicita, el tipo o el lugar al que desea viajar. La operadora busca proveedores que tengan similitud y excelentes referencias para enviar al pasajero.

1.2.8. Operaciones Land

El significado de Land corresponde a los servicios utilizados dentro del continente y fuera del continente, por ejemplo: restaurantes, hospedaje, transfer, entradas a los diferentes parques, patentes, ferrocarriles, etc. A demás con la garantía de haber realizado un estudio y

comprobar si el servicio que ofertan está acorde a las exigencias que pide el cliente. Se busca excelencia y garantía de los servicios prestados con el proveedor.

Opermundo en su página web (www.opermundo.com) indica que los servicios land son los servicios intermediarios entre los clientes y entidades facilitan los itinerarios en diversos servicios.

1.2.9. Tickets aéreos

Los servicios que se presta en los tickets es de acuerdo a la ruta establecida desde un check in hasta un check out, las rutas se consideran si el pasajero decide adquirir el servicio o corre por cuenta del pasajero. Los servicios de tickets también se prestan cuando el cliente desea cruzar la Amazonía.

Codetia en su página web (www.codetia.com) indica que los tickets son los servicios de emisión de boletos aéreos, que lo maneja una agencia o a su vez el pasajero adquiere mediante una agencia de viajes o se acerca a la aerolínea para realizar las reservas, con la fecha, ruta y el destino al cual va a viajar.

1.2.10. Press Trip

Un concepto claro de Press Trip son las visitas que tienen diversas agencias del exterior para comparar y opinar sobre los servicios turísticos que brinda la operadora, adicional es una inversión que a corto o mediano plazo se obtendrá ventas de este tipo de agencias. Los gastos incurridos para este tipo son netamente a pérdida al finalizar el cierre de mes

Lingue en su página web (www.linguee.es) indica que el Press Trip son viajes de grupos dedicados a la prensa, sin embargo, aplicado al turismo son visitas al país para mencionar o publicar los atractivos turísticos que tiene el país, y este es mencionado en las agencias del exterior para la generación del turismo receptivo.

1.2.11. Fam Trip

Un Fam Trip es un viaje de negocios similar al Press Trip, pero su diferencia es comprobar los servicios que brinda la operadora hacia la familia de los inversionistas, conformado por miembros o en un conjunto de personas de una misma familia. Al cierre del mes corresponde un gasto, pero con una proyección a recuperar este tipo de pérdida.

El Fam Trip “traducido en castellano significa viaje de familiarización aplicado al turismo, enfocados a las agencias de viaje para conocer los productos ofertados a un destino

concreto, con el acompañamiento de oficinas receptoras, hoteles y compañías aéreas” (Viajamos hoy, 2017).

El concepto es acorde al procedimiento de costos sin embargo se enfoca en la operadora de turismo controlando los diversos servicios que ofertada cada paquete considerando el precio de venta de los paquetes turísticos, el costo del servicio sea hospedaje, alimentación o transfer y la diferencia que resulta en la ganancia a percibir manteniendo un procedimiento de costos acorde a la operadora.

1.2.12. Servicio Hotelero

En el ámbito turístico el servicio hotelero es uno de los puntos más fuertes para armar los paquetes turísticos. Sánchez (2017) afirma que dentro del conjunto de medios de alojamiento turístico pueden distinguirse un grupo de alojamientos de tipo hotelero, que son los que nos resultan de mayor interés para el trabajo, y otro grupo de tipo extrahotelero (que incluyan viviendas turísticas, camping, apartamentos, ciudades de vacaciones, albergues, residencias, etc.) A pesar de existir dos agrupaciones diferentes son los establecimientos hoteleros el elemento básico de la oferta total del alojamiento (...) aunque con diferencias importantes según la categoría del hotel, su dimensión, ubicación y localización geográfica y otras características del tipo estructural, concurren una diversidad de procesos particulares de gran complejidad (p.166).

De acuerdo al punto de vista del autor, se distingue el servicio hotelero por varios aspectos que en el turismo son esenciales, dentro de ellos es la categoría, precio y disponibilidad de las habitaciones a las cuales desea hospedarse.

CAPÍTULO II: MARCO METODOLÓGICO

2.1. Enfoque metodológico

La investigación en la empresa Journeyfleet tendrá un enfoque cuantitativo, en la que corresponde todos los cálculos que incurren para generar los costos reales y la utilidad para los diversos servicios que brinda la compañía. A más del cálculo respectivo, se resalta un punto de equilibrio que beneficia a la empresa para conocer un estatus real si se está ganando o se está perdiendo.

La ejecución de verificar los costos profundiza la gestión, mejorar los procesos en el criterio de comparar precios de los proveedores y a cuál se le va a adquirir un porcentaje de ganancia de este resultado obtener mayor comisión. Es evidente que parte del cálculo del costo consiste en determinar las aplicaciones, técnicas y métodos de los costos por servicios de la operadora.

2.2. Población, unidades de estudio y muestra

Para realizar la investigación se ha denominado como población a la Operadora de Turismo Journeyfleet, la cual fue constituida en la provincia Pichincha cantón Rumiñahui y se encuentra localizada en la misma ciudad. La empresa cuenta con diferentes áreas como son Ventas Internacionales, Ventas Nacionales, Marketing, Operaciones, Servicio al cliente y Contabilidad. El estudio que se utilizará para la población en la investigación, detallo a continuación:

Tabla 1.

Población

Departamentos	# Empleados
Ventas Internacionales	4
Operaciones	3
Contabilidad	3

Fuente: Journeyfleet

Departamento: Operaciones

Unidades de estudio

De acuerdo al estudio, se enfoca al área donde con lleva armar los costos del paquete turístico en Ventas Internacionales, por su relación estrecha de los servicios que presta la operadora hacia sus clientes, el área de Operaciones, por la relación directa que tiene con los proveedores y el departamento de Contabilidad, por el análisis de la utilidad y el cierre de mes. Por lo mencionado y para fines de investigación consideraremos unidades de estudio en las 3 áreas mencionadas. El personal que pertenece a las unidades de estudio, se considerará el 100% de los trabajadores, por lo que la muestra coincide con la población. La primera unidad de estudio está conformada por 4 vendedores internacionales, la segunda unidad de estudio está conformada por el Jefe de Operaciones y 2 asistentes operativos; la tercera unidad de estudio está constituida por el Supervisor, y 2 asistentes contables encargados de la proveeduría.

Muestra

Según Tamayo (2016): Es la que puede determinar la problemática ya que les capaz de generar los datos con las cuales se identifican las fallas dentro del proceso (...) afirma que “la muestra es el grupo de individuos que se toma de la población, para estudiar un fenómeno estadístico” (p.38) al observar es la selección de un grupo de personas a cuál se enfoca el estudio del tema sea selectiva o aleatoria.

Para la muestra no hubo un cálculo de la muestra ya que se toma en su totalidad a la población, dentro de esta se detalla a continuación:

Se tomarán al personal de ventas nacionales e internacionales por lo siguiente:

- Ofertan los servicios a los pasajeros.
- Manejan el cuadro de costos con el desglose del tour del pasajero.
- Controlan las ganancias de lo facturado.

Del personal de operaciones:

- Dividen el cuadro de costos de ventas de acuerdo a la asignación del vendedor.
- Manejan una cartera de proveedores con las características que implican el servicio del pasajero.
- Acceso a los precios que ofertan los proveedores.
- Calculan el porcentaje y el valor a ganar por cada servicio.

De acuerdo al número de proveedores que trabajamos, únicamente se utilizarán los proveedores que más tiempo han trabajado con nosotros y clasificando en los diferentes servicios estos sean de hospedaje, alimentación.

En el área contable se tomará en cuenta al responsable del área de proveeduría.

2.3. Indicadores

Para efectuar la investigación se considera que los indicadores a medir son:

- Conocimiento de un procedimiento de costos
- Experiencia en el manejo de costos.
- Técnicas para el cálculo de la utilidad
- Tipo de proveedores.

2.4. Técnicas

- Entrevistas con el departamento de ventas con el objetivo de obtener información sobre las asignaciones de los cuadros de costos, el diseño de las preguntas para la entrevista va de acuerdo a la experiencia de los involucrados, es decir el manejo de los costos por paquetes turísticos.
- Encuestas con el personal de operaciones con el fin de verificar y evidenciar que tipo de cálculo, fórmula o política aplican para generar la utilidad del servicio, el diseño de la misma conforma el manejo de costos y gastos de acuerdo al requerimiento o exigencia del cliente.
- Observación y cuadros comparativos de las facturas emitidas de nuestros proveedores fijos y habituales en conjunto con el responsable de proveeduría.

2.5. Resultados

2.5.1. Análisis de los resultados e interpretación de las entrevistas a los vendedores internacionales

Para el diseño del procedimiento de costos es necesario la opinión de los ejes principales sobre el manejo y aplicación de los servicios por día; para ello se diseñaron preguntas abiertas (ver anexo No. 1). Después se define que la población para aplicar la entrevista son los miembros del departamento de ventas internacionales (6 personas).

Las entrevistas se llevaron a cabo en las oficinas de la empresa Journeyfleet, en un lapso de 10 minutos por el tiempo que disponen los integrantes; sin embargo, cada participante muestra diferente actitud al mencionar sobre el porcentaje de ganancia que se puede generar en diversos servicios.

Para identificar los resultados de la entrevista, se aplica un análisis cualitativo relacionando y agrupando a cada pregunta desde el inicio y fin de la asignación del cuadro de costos, resultando las siguientes opiniones:

1. Los costos son manejados mediante un porcentaje fijo dependiendo el servicio sea este tierra, barco o ticket.
2. El paquete turístico se desglosa de acuerdo a lo que necesita el pasajero, si este es servicio tierra se arma lo requerido mediante rutas, si el pasajero desea un Full day o un Overnight se consigna los servicios que se va utilizar por día, aplicando un comparativo de los pagos que se hace al proveedor versus lo que facturo a mi cliente.
3. El tarifario lo conocen los empleados, sin embargo no lo aplican y no consultan con el personal de operaciones, del cual disponen de los valores de cada paquete turístico, por lo que manejan con itinerarios desactualizados y toman decisiones sin medir los riesgos.
4. Para la ganancia se tiene un porcentaje que desde un inicio se evalúa de acuerdo al tipo de servicio, sin embargo se busca precios cómodos y accesibles para el cliente extranjero y de esta forma se puede ganar un porcentaje alto, aunque en ciertos servicios se aplica los imprevistos por diversas razones que el cliente desea añadir a su tour; pero al final de cada mes en los cierres se determina y se conoce la ganancia total por cada proforma facturada; además no se observa la ganancia que se desea debido a que se aplican servicios asignados por despachos o aumento las tarifas.
5. Sobre el diseño de un procedimiento de costos contestaron lo siguiente:
 - La ventaja es que se dispone de la información sin ningún límite y los servicios que se generan en las líneas del cuadro de costos, cuya finalidad es obtener mayor ganancia y adquirir las comisiones deseadas.
 - La desventaja que en ciertos servicios se utiliza valores estándar, pero en cambio en otros servicios es variable y se busca ajustar un valor fijo para adquirir mayor ganancia y aumentar el valor de factura al cliente.

Se conoce los componentes del costo por servicio, sin embargo, se está utilizando el manejo del costo como un valor numérico y no se profundiza el concepto y la importancia para llegar a un beneficio compartido de los vendedores y la empresa. Al realizar comparaciones con las experiencias que los vendedores de Journeyfleet en otras operadoras de turismo es muy notorio “en Journeyfleet maneja un costo por cada servicio brindado y se dispone de cuanto podemos ocupar (...) el ingreso que se comisiona”.

Journeyfleet ha mantenido estas políticas ya desde muchos años funcionando por lo que es factible el control que se lleva, pero se está descuidando el manejo de un procedimiento de costos por lo que se puede proyectar el punto de equilibrio por servicio y obtener al cierre de cada mes el valor real de costo, gasto y la utilidad que conlleva el servicio, en este sentido se enfoca en el servicio hotelero del que es uno de los servicios donde se comisiona más por lo convenios y por la cartera de servicios que se tiene con los proveedores; con los puntos mencionados se busca mejorar el costo – beneficio de la empresa.

En cuanto a las opiniones mencionadas por el departamento de ventas internacionales menciona los siguientes puntos:

1. Los costos aplican un porcentaje fijo dependiendo el servicio sea este tierra, barco o ticket

Los vendedores utilizan históricos por año del que se forma los presupuestos y las tarifas proyectadas anualmente sea individual o grupal. El manejo de presupuesto lo hacen incurriendo cambios y evaluaciones por los diversos servicios que prestamos a los turistas, comenta un vendedor “que es ideal y oportuno que el cliente califique la calidad del servicio, con esto permite si descontamos al proveedor o cambiamos a otro, siempre es importante la opinión de nuestro cliente y el prestigio como operadora”.

Los porcentajes que se mantiene hasta la fecha de acuerdo a lo que los vendedores mencionan “15% servicios tierra, 10% Island Hopping, 5% Amazonía, varía del 15 al 20% paquetes internacionales, barcos 15%, Hopper por ser un nuevo servicio se gana un 5% hasta que se establezca como un paquete turístico bueno, y finalmente los tickets que en si no se gana no más del 5%”. En vista de la información brindada se entiende que son valores fijos que pueden variar, y se considera como una base para calcular la utilidad de cada proforma “invoice”.

2. El paquete turístico se desglosa de acuerdo a lo que necesita el pasajero, si este es servicio tierra se arma lo requerido mediante rutas, si el pasajero desea un Full day o

un Overnight se consigna los servicios que se va utilizar por día, aplicando un comparativo de los pagos que se hace al proveedor versus lo que facturo a mi cliente. Se utiliza las asignaciones dependiendo el valor que se factura y el tour que requiere el pasajero, con el fin de utilizar las líneas de costos, además se utiliza los tarifarios de lo que se paga a los proveedores, considerando como un egreso y esto se resta con el costo del servicio generando la diferencia de ambos la utilidad percibida.

3. El tarifario lo conocemos sin embargo hay otros compañeros que no llevan un tarifario, pero consultan con los compañeros de operaciones por lo que aplican las reservas y puedo muy bien modificar mi factura o a su vez ofertar más servicios al pasajero
4. Para la ganancia se tiene un porcentaje que desde un inicio se evalúa de acuerdo al tipo de servicio, sin embargo se busca precios cómodos y accesibles para el cliente extranjero y de esta forma se puede ganar un porcentaje alto, aunque en ciertos servicios se aplica los imprevistos por diversas razones que el cliente desea añadir a su tour; pero al final de cada mes en los cierres se determina y se conoce la ganancia total por cada proforma facturada; en algunas no observamos la ganancia que deseamos por lo que aplican servicios que asignan por despachos o porque aumento las tarifas

No se está considerando el impacto que causa al aumentar servicios, por consiguiente, baja la ganancia en ciertos servicios que se tiene un porcentaje de ganancia alta y se debería colocar una línea de imprevistos por cualquier adicional que se presente.

5. Aplicando el procedimiento de costos en la operadora de turismo, usted lo tomaría y por qué

Con el hecho de incluir dentro del proceso de la operadora de turismo el procedimiento de costos se sistematiza y al fin de cada mes se conoce el resultado de lo percibido y toma de decisiones si lo fuera, además la tranquilidad de que se lleva el control de las operaciones.

6. ¿Cuál es la fórmula que usted utiliza para generar la utilidad bruta?

Precio de venta – Valor pagado al proveedor = Utilidad bruta

2.5.2. Resultados e interpretación de las encuestas a los miembros del departamento de operaciones

Con base a las preguntas proporcionadas en la encuesta, se menciona las siguientes:

¿Usted dispone de un procedimiento de costos acorde a la ganancia que requiere el vendedor?

Tabla 2

Conocimiento sobre el procedimiento de costos

Si	No
3	0

Fuente: Journeyfleet

Departamento: Operaciones

Análisis: Se observa que en un su totalidad el departamento de operaciones si tiene el conocimiento de costos, por lo que manejan los paquetes turísticos para las reservas.

¿Durante las reservas de los servicios se consideran diversos proveedores para seleccionar cual proveedor es conveniente?

Tabla 3.

Selección de proveedores

Si	No
3	0

Fuente: Journeyfleet

Departamento: Operaciones

Análisis: Se observa que en un su totalidad aplican la selección de los proveedores para los diversos paquetes turísticos, se considera el valor que se puede realizar la reserva sin perjudicar la ganancia de la proforma.

¿Usted notifica al vendedor cual es el porcentaje de ganancia que va resultar en dicho paquete turístico?

Tabla 4.

Informativo Operaciones – Ventas Internacionales

Si	No
2	1

Fuente: Journeyfleet

Departamento: Operaciones

Análisis: El resultado arrojado en la encuesta indica al vendedor el porcentaje de ganancia por cada línea de costo, sin embargo, la respuesta negativa menciona que una persona comparte la información al vendedor.

¿A criterio suyo, la implementación de un proceso de costeo proporcionará algún beneficio para el crecimiento de futuras ventas para la empresa?

Tabla 5.

Implementación del proceso de costeo – departamento de operaciones

Si	No
3	0

Fuente: Journeyfleet

Departamento: Operaciones

Análisis: El personal del departamento de operaciones está totalmente de acuerdo que se incluya un tipo de proceso con el fin de reconocer y garantizar el manejo de las ganancias a obtener.

¿Conoce si la empresa dispone de un manual de procesos para determinar el costo por servicio turístico?

Tabla 6.

Manual de procesos – determinación del costo

Si	No
3	0

Fuente: Journeyfleet

Departamento: Operaciones

Análisis: El departamento de operaciones tiene conocimiento de que la empresa tiene los manuales de procesos.

¿Usted considera que los precios ofertados al cliente, son establecidos de acuerdo a un procedimiento de costeo?

Tabla 7. Precios ofertados al cliente

Si	No
0	3

Fuente: Journeyfleet

Departamento: Operaciones

Análisis: De acuerdo al departamento de operaciones considera que debe constar el seguimiento del costeo para establecer el precio de venta al cliente.

¿Considera que la empresa cuenta con tarifarios, para la fijación del precio de venta al cliente?

Tabla 8.

Informativo de precios de venta al cliente

Si	No
0	3

Fuente: Journeyfleet

Departamento: Operaciones

Análisis: Los resultados emiten conclusiones de las que no cuenta con información, para comparar un precio del otro.

¿Considera que las ganancias de la empresa han sido superiores en relación a años anteriores?

Tabla 9.

Comparativo de ganancias anteriores

Si	No
0	3

Fuente: Journeyfleet

Departamento: Operaciones

Análisis: De acuerdo a los análisis y la información compartida con los vendedores, las ganancias varían en ciertos servicios y no hay un margen de utilidad acorde a lo esperado.

¿Considera que la empresa debería utilizar un sistema de costeo?

Tabla 10.

Sistema de costeo

Si	No
3	0

Fuente: Journeyfleet

Departamento: Operaciones

Análisis: El resultado refleja que solicitan un sistema para el cálculo real del costeo.

¿Considera que la implementación de un sistema ayudaría para la medición y reconocimiento del costo, gasto y utilidad, durante la asignación del paquete turístico?

Tabla 11.

Importancia del sistema de costeo

Si	No
3	0

Fuente: Journeyfleet

Departamento: Operaciones

Análisis: Con el resultado el departamento de operaciones, observan que es necesario para la asignación de costos en el paquete turístico.

2.5.3. Resultados e interpretación de la observación del proceso de asignación y proveeduría

La observación se realiza en el departamento de operaciones y contabilidad desglosando por departamento y procedimientos que se realice con respecto al costo por servicio, en este caso será hospedaje.

Departamento de operaciones – asignación de cuadro de costos

El proceso del paquete turístico fue confirmado por el vendedor e inmediatamente manda a operaciones para que realice la asignación de las reservas para los diferentes servicios en este caso es el hospedaje. De acuerdo al cuadro de costos se observa el costo general por línea de la asignación sin embargo se verifica tarifarios para comparar cual precio conviene y confirmar las reservas. Se hace un cálculo o una fórmula que tienen y refleja el porcentaje de ganancia, tomando en cuenta los límites que se pueden disponer para obtener la ganancia.

Otro de los procesos es verificar y confirmar con el proveedor el servicio e inmediatamente envía al correo la proforma ya que la operadora de turismo paga sus servicios con anticipación y bloqueando los espacios del hotel de acuerdo al requerimiento del pasajero y el sitio que se va a dar el tour.

La proforma llega y se verifican los valores, tarifas, espacios y día que se hospeda el huésped, además se arma el cuadro de costo, junto con el invoice y el pasajero al cual se envía a contabilidad para que pague los servicios dados. La asignación del cuadro de costos se encuentra el valor total de la proforma y el nombre del proveedor al cual se cancela.

Departamento Contabilidad – proveeduría

Se llega al correo y se verifica si concuerda los valores y la asignación del cuadro de costos, en vista de esto se revisa si existe dinero disponible para el pago al proveedor. La

cantidad de pago es abundante en donde se verifica si existe una utilidad considerable por lo que se hace el pago restando las retenciones respectivas y procediendo con el envío de pago a gerencia para la aprobación.

2.6. Regularidades del diagnóstico realizado

Se verifica y se analiza los resultados generados con la entrevista y la encuesta en los siguiente, a partir de la revisión de las proformas que genera el vendedor se calcula indirectamente el precio estimado que se vende al cliente, sin ningún análisis de los tarifarios en los diferentes servicios que se oferta, provocando un margen de ganancia erróneo y al azar considerando que no hay un comparativo entre el costo y el gasto. Las asignaciones del cuadro de costos no hay un comparativo y por falta de conocimiento en los costos se estima que tienen una base para generar la ganancia de cada proforma.

En Operaciones no se visualiza un procedimiento de costos que focalice el costeo por cada servicio que se brinda, considerando que el vendedor envía el detalle del paquete turístico, valor cobrado al cliente, pero no hay un porcentaje de ganancia que estime para recibir al término de cada mes. Operaciones maneja genéricamente los precios de los tarifarios y mantiene un control del porcentaje a recibir por cada carpeta sin perjudicar al vendedor o a la compañía, es necesario realizar un análisis previo del pago que se da al proveedor contra lo cobrado con el cliente y consensuar una base o un porcentaje límite de utilidad a percibir.

CAPÍTULO III: PROPUESTA

3.1. Reseña de la empresa

A nivel nacional su nombre comercial es Latintrails conocida en el país como *Destination Management Company* cuyo objetivo es la entrega de las experiencias únicas, durante estos 11 años de labor brinda la asesoría de viajes organizados en el Ecuador como son itinerarios de los Andes, costa del Pacífico, el Amazonas, las Islas Galápagos y Perú.

En el año 2006 por iniciativa de los propietarios Sr. Marcel Perkins y su esposa Sra. María Soledad Vaca por iniciativa de observar que el giro del negocio se sustenta en el turismo desean crear la empresa Latintrails que se encamino bajo unos pocos clientes internacionales del cual se realiza la inversión para crear la empresa, sin embargo, realizan viajes al exterior para buscar mercado internacional y promocionar a la operadora en diversas partes del mundo. Y a partir del año 2010 ya se estableció en un puesto muy alto formando parte y reconocida por Optur donde es el organismo que se presta para promocionar al resto de operadoras a nivel internacional y de ahí nace Journeyfleet como parte de Latintrails desempeñando las mismas funciones compitiendo con el resto de operadores y establecer múltiples servicios.

Journeyfleet es una operadora de turismo enfocada a brindar y promocionar paquetes turísticos de nuestro país, la idea de formar una operadora es de entregar el mejor servicio a nuestros pasajeros y demostrar los atractivos turísticos que posee nuestro país, un plus adicional que únicamente se trabaja con clientes extranjeros es decir Journeyfleet forma parte de las operadoras de turismo receptivo cuyo fin es fomentar las actividades del turismo como son el medio ambiente, cultura, comunidad y el mercado.

Ofrecen otro tipo de servicios como son las operaciones de 2 yates en Galápagos como son *Sea Star Journey* y *Seaman Catamaran*. Ambos se manejan con diferentes tarifarios y fechas de a bordo de acuerdo a la necesidad del pasajero. El bote pequeño *Galápagos Hopper* ofrece excursiones desde la Isla San Cristóbal a otras islas demostrando la flora y fauna. Durante el año 2017 South America's Leading Boutique Cruise en el concurso a nivel internacional nombran al yate *Sea Star Journey* como "El mejor crucero boutique de Sudamérica 2017" como el viaje de las estrellas de mar de Galápagos, este premio permite

que las operaciones con los barcos conlleven mayor volumen de pasajeros y reconocimiento a nivel internacional por el resto de operadoras de turismo.

En la Amazonía se brinda las excursiones en la selva tropical del Ecuador donde se dispone de un hotel que tiene todas las comodidades para disfrutar el clima, la flora y la diversidad animal, además se planifica las actividades diarias en la Amazonía *Hakuna Matata Amazon Lodge*.

En este año se dispone de otro de los servicios que exclusivamente se entrega a los clientes como es el servicio de hospedaje y experiencias vividas del Ecuador; en donde se salvaguarda las costumbre de los antepasados y que en el transcurso de los tiempos se van perdiendo, sin embargo, en vista de permanecer las costumbres se crea un hotel donde a más de brindar un espacio cómodo para descansar, es las experiencias compartidas en las diferentes partes del Ecuador, estas se las brinda en la gastronomía en Quito, el *Illa Experience Hotel*.

3.2. Base legal

Journeyfleet es considerada una empresa de compañía limitada en la que se contrae entre tres o más personas que solamente responden de las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva.

En el caso de la empresa Journeyfleet, la actividad que ejecutan está regulada por:

- Ley de Seguridad Social
- Ley de Régimen Tributario Interno
- Reglamento a la Ley de Régimen Tributario Interno
- Código de Trabajo
- Ley de Compañías
- Ley de Turismo
- Patentes y Permisos Municipales

3.2.1 Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social

Journeyfleet aporta mensualmente al IESS el 12.15% de aporte patronal, de acuerdo a lo mencionado en la ley de Seguridad Social en el Capítulo II Art. 9 De los Asegurados Obligados, el personal actualmente está conformado de 28 personas con una persona con discapacidad, que al igual que el resto de personal, es considerada bajo la misma ley en el

Capítulo I Art. 3 de Riesgos Cubiertos señala la protección contra contingencia de discapacidad.

3.2.2 Servicio de Rentas Internas

Journeyfleet es una sociedad bajo la modalidad de responsabilidad limitada donde realiza sus declaraciones mensuales del IVA e impuesto a la renta que se lo realiza anualmente, la actividad de la cual se encuentra registrada es “comercializar de forma regular o en modalidad de chárter los viajes de turismo hacia las islas Galápagos ya sea en barcos propios o de terceras personas”

Journeyfleet como operadora de turismo receptivo bajo la LORTI en sus artículos 56 y 66, menciona las tarifas de facturación y retención considerando que a una operadora de turismo receptivo se retiene el IVA del 100% y el impuesto a la renta dependiendo su naturaleza.

3.2.3. Código de Trabajo

Journeyfleet se apega a todas las leyes y regulaciones que el Ministerio de Relaciones Laborales (MRL) emite, cumple a sus trabajadores todo lo estipulado en el mismo, adoptando los reglamentos que el Código de Trabajo en el Art. 42 numeral 33 en su página (www.trabajo.gob.ec) determina que el empleador público o privado, que cuente con un número mínimo de veinticinco trabajadores, está obligado a contratar, al menos, a una persona con discapacidad, en labores permanentes se consideren apropiadas en relación con sus conocimientos, condición física y aptitudes individuales, observándose los principios de equidad de género y diversidad de discapacidad. A partir del año 2009, el porcentaje obligatorio de contratación de personas con discapacidad, es del 4% del total de trabajadores de cada empresa o patrono persona natural.

La Unidad de Discapacidades del Ministerio de trabajo (MDT) coordina, planifica y organiza actividades relacionadas con este sector. Además, es un espacio amigable donde trabajadores con discapacidad y empresarios pueden acudir para cumplir sus expectativas laborales.

A efectos de facilitar el acceso de personas con discapacidad a plazas y fuentes de trabajo, se cuenta con una bolsa de empleo en la cual se pueden registrar personas con discapacidad que requieran de trabajo a través de la página web o en las oficinas del Ministerio del Trabajo a nivel nacional.

3.3. Estructura de la Empresa

En la actualidad Journeyfleet cuenta con una oficina en la Provincia de Pichincha, cantón Rumiñahui en las calles Isla Española y Av. General Rumiñahui en el sector del Triángulo, las instalaciones se adecúan en una casa donde se dividen por departamentos iniciando desde el departamento de ventas nacionales conformado por 4 personas, el siguiente el departamento de ventas internacionales conformado por 6 personas y divididos por estaciones ya que ellos manejan diferentes agencias del exterior; a continuación en la planta baja el departamento de customer service donde se encuentra dos personas para las llamadas telefónicas con los clientes, el siguiente departamento es operaciones dividido en 3 estaciones ya que manejan diversos proveedores, a continuación el área de gerencia administrativa financiera, siguiente el departamento de contabilidad dividido en 4 estaciones y finalmente en el segundo piso se encuentra el departamento de marketing por 5 estaciones y gerencia comercial donde se encuentra el representante legal de la empresa.

Misión

Nosotros hacemos de los viajes a Suramérica un sueño hecho realidad a través del enriquecimiento de vida. Promovemos el respeto por los ecosistemas, las comunidades y creamos economías sustentables. El turismo no es solo nuestra actividad sino nuestra pasión y nuestro objetivo es ofrecer los más altos estándares de la industria.

Visión

Ser la Operadora líder en Ecuador y Suramérica. Ser considerado uno de los principales generadores de nuestros estándares de servicio, generando experiencias de vida mediante la promoción de la cultura local, el medio ambiente y de mejorar el estilo de vida de las comunidades locales.

Principios y Compromisos

1. Los movimientos se basan en procesos, estableciendo objetivos que son valorados y restablecidos con regularidad anual.
2. Definirán mecanismos hacia evitar el daño a los recursos y su uso adecuado.
3. Mejorar el servicio turístico para gestionar los procesos con eficacia y eficiencia.

3.4. Análisis interno de la organización

Se observa varios acontecimientos que afectan en el manejo del proceso de costeo tanto en el departamento de Ventas Internacionales como Operaciones, por no existir comunicación al respecto en el tema de las asignaciones del cuadro de costos y las variaciones de las utilidades que se percibe al final de cada mes. El departamento de ventas internacionales cuenta con 6 personas y el departamento de operaciones 3 personas de las que se utilizó metodologías para comparar e interpretar los resultados dados en las entrevistas y encuestas dadas.

3.4.1 Organigrama Funcional

La división de la empresa en el ámbito departamental se encuentra dividido de forma esquemática de acuerdo a las funciones, en donde se visualiza y se identifica la responsabilidad y el giro del negocio.

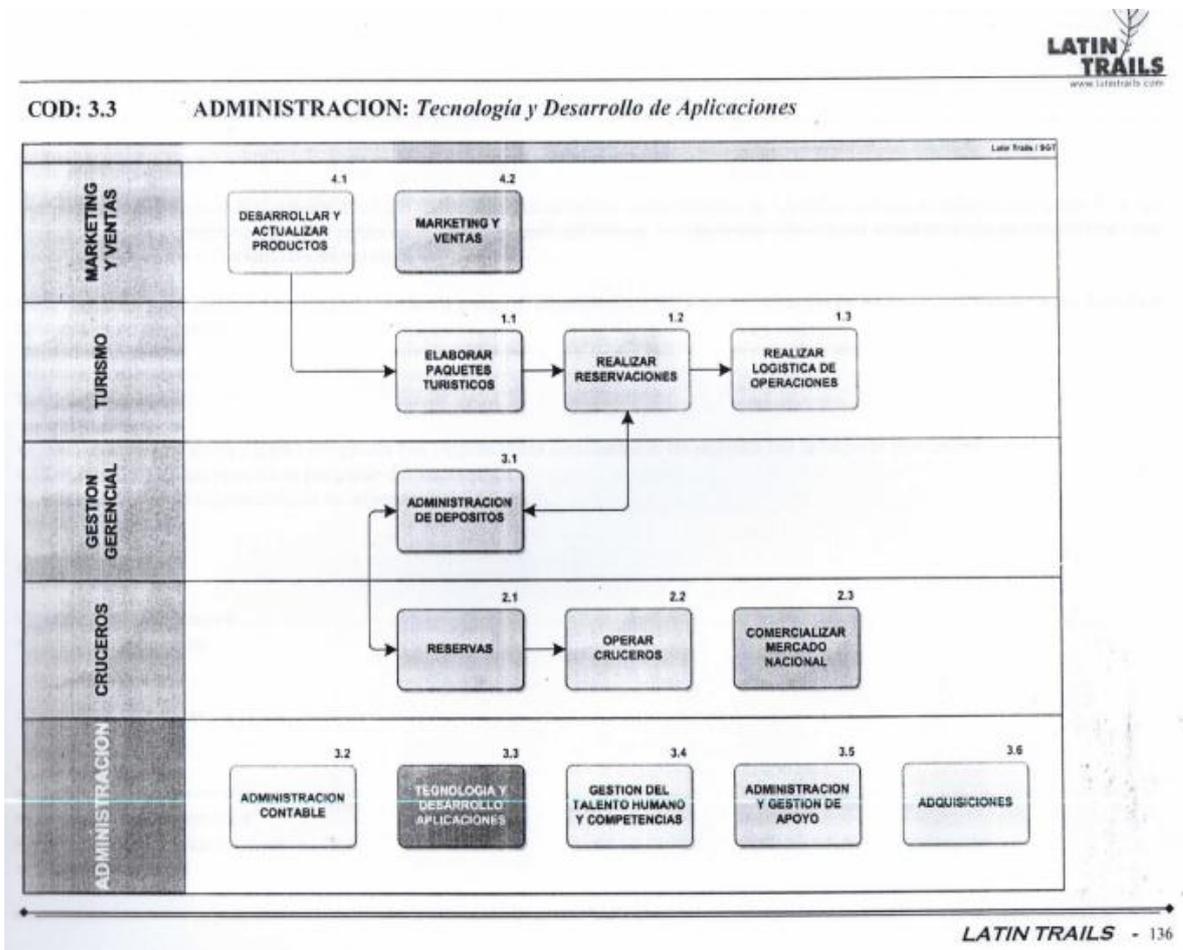


Figura 1. Organigrama Funcional.

Manual de funciones 2015 por Journeyfleet – Latintrails.

3.4.2 Ventas Internacionales

Los paquetes turísticos ya son asignados de acuerdo a lo que requiere el pasajero sin embargo el manejo del cuadro de costos es un punto muy favorable como desfavorable, considerando que ellos tienen conocimientos básicos para sacar la utilidad como es $INGRESOS - GASTOS = UTILIDAD$; esta fórmula es dable pero no contiene en sí cual es el proceso para llegar a la ganancia deseada, es considerable que no hubo ninguna capacitación o conocimiento previo para sacar un mecanismo para llegar a la utilidad. En vista de los acontecimientos indicados se considera que es necesario manejar un proceso de costos por lo que al final de cada mes en los cierres de los servicios no se ajustan a la realidad, únicamente se lo revisa como un tema genérico. En otros aspectos, no se visualiza una comunicación entre ventas internacionales con operaciones; al final estos buscan un buen servicio con un precio acorde a la proforma.

El costo que asignan los vendedores es comparado con el tarifario del año en curso, sin embargo, en ciertos casos si existiera un cambio de factura o retiran dentro de la proforma algún servicio, modifican en ciertos casos el cuadro de costos y en otros casos no lo hacen y lo dejan a criterio del operador cuando disponen de un conocimiento básico. Estos inconvenientes generan problemas y confusión al momento de realizar los pagos y hacer los comparativos del cuadro de costos menos lo facturado.

Otro de los aspectos, es la responsabilidad que da Gerencia al departamento de Contabilidad para que realice los cambios de la factura cuando el vendedor lo requiere, sin embargo, estos no son notificados a Contabilidad y genere retrasos para efectuar el pago; el envío del cuadro de costos a operaciones con las debidas modificaciones o a su vez si existe cambios en las proformas internacionales y se debe reubicar pago de clientes.

COD: 4.1.3 DESARROLLAR Y ACTUALIZAR PRODUCTOS: Generar Descriptivos de Nuevos Productos

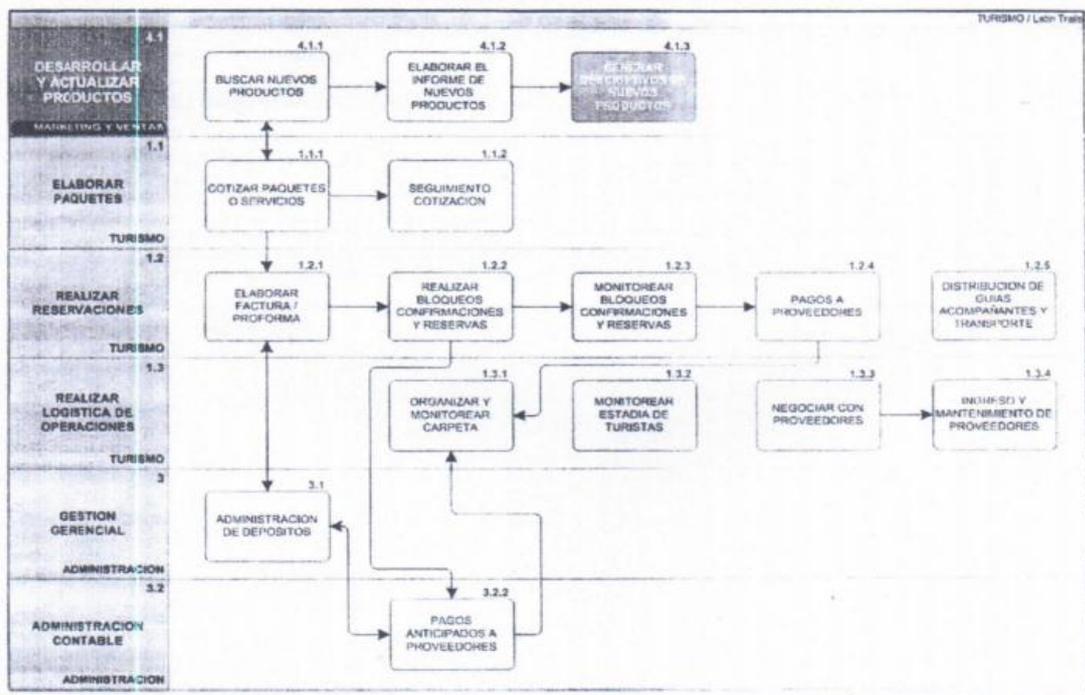


Figura 2. Organigrama descriptivo por paquete turístico.
Manual de funciones 2015 por Journeyfleet – Latintrails.

Las notas de crédito como gastos son generados cuando se presta para los Press Trip, Fam Trip y esto contablemente es una pérdida y a su vez una inversión para futuras ventas, al finalizar el mes se considera dentro del resumen de proformas estas notas de crédito que bajan la ganancia, dependiendo del valor que se facturó y a su vez bajan las comisiones de los vendedores.

3.4.3 Operaciones

Las reservas se comparan con los tarifarios y llevan un control del costo de cada servicio que se va utilizar; sin embargo, se consulta que tipo o que categoría de hotel u otros servicios desea acogerse el cliente, pero en ciertos casos cuando no se notifica a tiempo el valor o el porcentaje de ganancia baja considerablemente y se busca de otras líneas del cuadro de costos bajarlas para poder cancelar el servicio.

Otro de los aspectos es la falta de comunicación al momento de realizar cambios en los cuadros de costos sin considerar la ganancia que se va a tomar al momento de cerrar la

proforma; este proceso con la fórmula que utilizan es algunos servicios si resulta en cambio en otros no es factible porque se considera más el valor del egreso que la ganancia a percibir en cada cierre.

3.4.4 Contabilidad

Los procesos que se viene dando para realizar los pagos, consisten en ingresar el cuadro de costos, verificando lo cobrado contra la proforma internacional, si están correctos los valores; se procede a verificar si el cliente pago el servicio anticipadamente. En contabilidad se revisa la asignación y se comprueba los porcentajes de ganancia por servicio, en el caso que el valor es inferior a la tabla mencionada se procede a mover o bajar ciertos rubros para equilibrar la utilidad, esto se notifica a operaciones para que se realice la modificación.

Otro de las evidencias es el cierre de las proformas, del cual se verifica los pagos contra lo cobrado y esa diferencia se obtiene la utilidad o la pérdida, pero no hay un análisis del resultado, por lo que repercute en el balance que se presenta a Gerencia.

3.4.5 Proceso actual de asignación de costos que se efectúa en la empresa

1. El proceso habitual del vendedor, inicia manejándose un cuadro de costos aproximado, que no mide la parte cuantitativa sino un estimado del valor que se ofertará al cliente final, dentro de este detalle menciona el inicio y el fin del paquete turístico, detallando los valores que se van a ofertar para cumplir el tour.

Tabla 12.*Detalle del costo por paquete turístico*

			Agency	MILLER REISEN		
			Paxs	HEINDL x4	<i>cambio de factura</i>	
			N° Invoice	20190029		
			2019			
#	Day	Date	Program	Service	1 Pax	4 Pax
1	Tuesday	05/02/2019	UIO	<i>Personal program Quito, Hotel Casa Las Plazas x su cuenta</i>		
				Hotel Swisotel	175,00	700,00
				<i>Hotel Casa Las Plazas x su cuenta</i>		
2	Wednesday	06/02/2019	OTA	Hotel Cusin	175,00	700,00
3	Thursday	08/02/2019	GYE	Hotel Sheraton	175,00	700,00
				TOTAL	734,25	2.937,00
				Imprevistos	-	-
				TOTAL	734,25	2.937,00

Fuente: Latintrails - Journeyfleet

1. En la parte superior se encuentra el invoice del vendedor, se detalla el precio de venta al cliente al cual se enfatiza en los servicios de hospedaje (resaltado de color amarillo). Los valores que se observa a comparación del tarifario 2019 no concuerdan el porcentaje de ganancia estipulado por la compañía, es un valor al azar sin ningún análisis previo.

2. El cuadro de costos armado por el vendedor, se envía al departamento de Operaciones para la cotización y la reserva por cada servicio.
3. El departamento de Operaciones maneja un tarifario actualizado, en el cual negocia con el proveedor para bajar el valor a pagar por dicho servicio.

Tabla 13.

Tarifarios 2019

N°	RUTA	SERVICIO	HOTEL	SERVICIO2	RACK	NET	FINAL SINGLE
1	QUITO	HOTEL	SWISSOTEL	Swiss Premier Room	300	143	168
31	QUITO	HOTEL	SHERATON	Clásica	338	170	201
238	OTAVALO	HOTEL	CUSIN	Habitaciones Sierra 1-24	0	122,00	143,53

Fuente: Latintrails - Journeyfleet

Análisis: Con el tarifario y las negociaciones previas con los proveedores se obtuvo el siguiente valor a cancelar, sin comparar el valor del cuadro de costos del vendedor, generando una diferencia.

Tabla 14.

Tarifarios 2019 – valor a pagar

N°	RUTA	SERVICIO	HOTEL	CATEGORIA	SERVICIO2	RACK	NET	FINAL SINGL	VALOR A PAGAR
1	QUITO	HOTEL	SWISSOTEL	LUJO	Swiss Premi	300	143	168	673
31	QUITO	HOTEL	SHERATON	LUJO	Clásica	338	170	201	802
238	OTAVALO	HOTEL	CUSIN	Lujo	Habitacione	0	122,00	143,53	574

Fuente: Latintrails - Journeyfleet

Tabla 15.

Tarifarios 2019 comparativo del costo

N°	RUTA	SERVICIO	HOTEL	CATEGORIA	SERVICIO2	VALOR A PAGAR	VENTA VENDEDOR	DIFERENCIA
1	QUITO	HOTEL	SWISSOTEL	LUJO	Swiss Premi	673	700	27
31	QUITO	HOTEL	SHERATON	LUJO	Clásica	802	700	-102
238	OTAVALO	HOTEL	CUSIN	Lujo	Habitacione	574	700	126

Fuente: Latintrails – Journeyfleet

- El departamento de Operaciones envía la factura para el pago del proveedor al departamento de Contabilidad, en el cual se revisa y se analiza el porcentaje de ganancia por servicio, del cual arroja lo siguiente:

Tabla 16.

Tarifarios 2019 – comparativo y porcentaje de ganancia

N°	RUTA	SERVICIO	HOTEL	CATEGORIA	SERVICIO2	VALOR A PAGAR	VENTA VENDEDOR	DIFERENCIA	% GANANCIA
1	QUITO	HOTEL	SWISSOTEL	LUJO	Swiss Premi	673	700	27	4,01%
31	QUITO	HOTEL	SHERATON	LUJO	Clásica	802	700	-102	-12,72%
238	OTAVALO	HOTEL	CUSIN	Lujo	Habitacione	574	700	126	21,95%

Fuente: Latintrails - Journeyfleet

- Al cierre del mes el contador revisa los porcentajes de ganancia del paquete turístico y dejando a un lado la ganancia por cada línea de servicio que se está prestando.
- Las comisiones del vendedor en ciertos paquetes son favorables, pero en otros no se encuentran de acuerdo.
- Flujograma

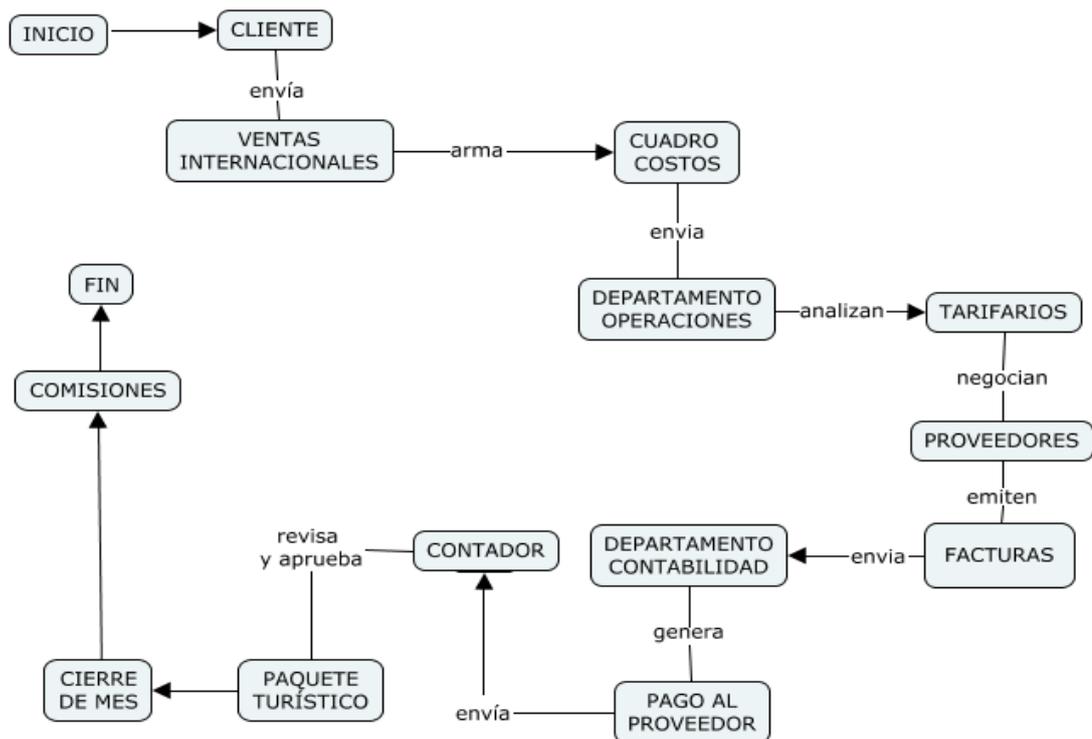


Figura 3. Proceso de costeo tradicional.

Realizado por: Cristian Almachi.

3.5. Propuesta del proceso de costeo

Costo por prestación de servicios en el servicio hotelero

En vista de los servicios de la operadora turismo son diversos, se utiliza un comparativo de cuál de los servicios mantienen una ganancia considerada, por lo que se menciona el servicio hotelero como parte de este análisis y el costo de prestación de servicios generada al realizar la reserva en un hotel.

3.5.1. Numeración de la Proforma Internacional (Invoice)

Como son proformas y facturas internacionales sin derecho tributario por lo que se facturan al exterior con una numeración conformada de la siguiente forma:

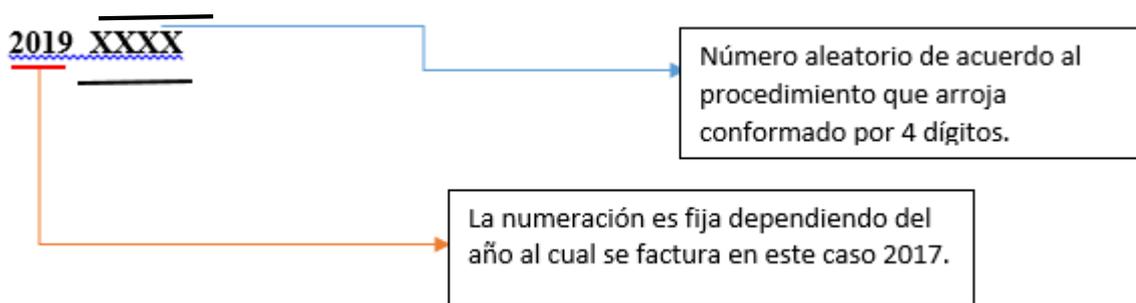


Figura 4. Estructura de la proforma internacional.

Realizado por: Cristian Almachi.

3.5.2. Aplicación del procedimiento de costeo para la operadora de turismo

3.5.2.01 Departamento de ventas internacionales

1. El vendedor contacta al cliente ofertan los servicios para armar el paquete turístico, previamente revisado conjuntamente con el departamento de operaciones.
2. Una vez revisado y analizado, se procede a armar la información de la proforma internacional e ingresar en el Excel de la plantilla inicial:

Agencia: Miller Reisen

Vendedor: Christopher Wild

Proforma: 20190029

Pax: Heindl x 4

Fecha de Operación: 05-02-2019 al 08-02-2019

Estos campos deben ingresarse en la plantilla inicial:

Tabla 17.

Módulo inicial del cuadro de costos

Elaborado por: Cristian Almachi

3. Al terminar de ingresar la plantilla, se procede a revisar si los datos están ingresados correctamente y si estos están completos, presionamos el botón “Guardar”.
4. Esta información alimentará en el cuadro resumen de las proformas, para una revisión por paquete turístico; es decir emitirá un detalle minucioso por servicio y la ganancia adquirida.

Tabla 18.

Reporte de ventas por vendedor

INVOICE	PAQUETE	VENDEDOR	AGENCIA	PAX	MES INICIO	MES FINAL	FECHA INICIO	FECHA FINAL	VALOR
20190029	LAND (L)	CHRISTOPHER	MILLER REISE	4	FEBRERO	FEBRERO	05/02/2019	08/02/2019	\$ 523,53

Elaborado por: Cristian Almachi

5. Para la proforma, cotización y asignación del cuadro de costos se maneja una plantilla donde permitirá buscar en la aplicación el botón “Tarifarios Hoteles”, en la que se observa los diferentes hoteles, rutas y valores que van a negociar el Departamento de Operaciones

N°	RUTA	SERVICIO	HOTEL	SERVICIO2	RACK	NET	FINAL SINGLE	FINAL DOBLE	FINAL TRIPLE
1	QUITO	HOTEL	SWISSOTEL	Swiss Premier Room	300	143	168	168	0
2	QUITO	HOTEL	SWISSOTEL	Swiss Business Advantag	300	167	197	197	0
3	QUITO	HOTEL	SWISSOTEL	Swiss Executive Room	374	214	252	280	0
4	QUITO	HOTEL	SWISSOTEL	Swiss Business Suite	436	250	295	323	0
5	QUITO	HOTEL	SWISSOTEL	Swiss Executive Suite	473	287	338	366	0
6	QUITO	HOTEL	SWISSOTEL	cama adicional	0	0	0	80	0
7	QUITO	HOTEL	CASA GANG	Luxury Rooms	559	423	498	498	0
8	QUITO	HOTEL	CASA GANG	Luxury Plus	584	479	563	563	0
9	QUITO	HOTEL	CASA GANG	Jr. Suite	708	535	629	629	0
10	QUITO	HOTEL	CASA GANG	Plaza View Suite	708	535	629	629	0
11	QUITO	HOTEL	CASA GANG	Balcony Suite	708	535	629	629	0
12	QUITO	HOTEL	CASA GANG	Suite	1118	839	986	986	0
13	QUITO	HOTEL	CASA GANG	Cama Adicional	0	0	0	111	0
14	QUITO	HOTEL	PLAZA GRAN	Royal Back Suite	745	276	325	325	0
15	QUITO	HOTEL	PLAZA GRAN	Royal Front Suite	745	276	325	325	0
16	QUITO	HOTEL	PLAZA GRAN	Plaza View Suite	838	453	533	533	0
17	QUITO	HOTEL	PLAZA GRAN	Suite Presidencial	2729	2198	2442	2442	0
18	QUITO	HOTEL	PLAZA GRAN	Cama Extra	0	0	0	146	0
19	QUITO	HOTEL	HILTON COL	De Luxe Sta. Maria	331	127	150	173	0
20	QUITO	HOTEL	HILTON COL	Cama Extra Deluxe	0	0	0	74	0
21	QUITO	HOTEL	HILTON COL	Club Room Sta. Maria	348	159	187	187	0

RETORNAR

Elaborado por: Cristian Almachi

- Se da un click en el botón “Retornar” y regresa a la pestaña para asignar el cuadro de costos, luego se coloca el número de pasajeros para proceder con el cálculo previo del servicio que se va a entregar al cliente.

Tabla 21.

Proceso de costeo - detalle paquete turístico

PROFORMA	20190029	AGENCIA	MILLER REISEN	PAQUETE TURISTICO	LAND (L)
PAX/ REF	4	VENDEDOR	CHRISTOPHER WILD	FECHA INICIO	05/02/2019
				FECHA FIN	08/02/2019

TOURIST PACKAGE						COST OF TARIFF			ENTER THE SELLER	RESULT	ENTER THE OPERATOR	UTILITY
DAY	DATE	RUTAS	COD	CATERER	SERVICE	COST	PAX	TOTAL COST	SALES		EXPENSES	
05-Feb-19	mar	QUITO	1	SWISSOTEL	Swiss Premier Room	168,294	4	673,176471	700,00	OK	600,00	100,00
06-Feb-19	mié	OTAVAL	238	CUSIN	Habitaciones Sierra 1-	143,529	4	574,117647	700,00	OK	690	10,00
08-Feb-19	vie	GUAYA	153	SHERATON	Suite	176,812	4	707,247059	700,00	RENEGOCIAR	720	-20,00

Elaborado por: Cristian Almachi

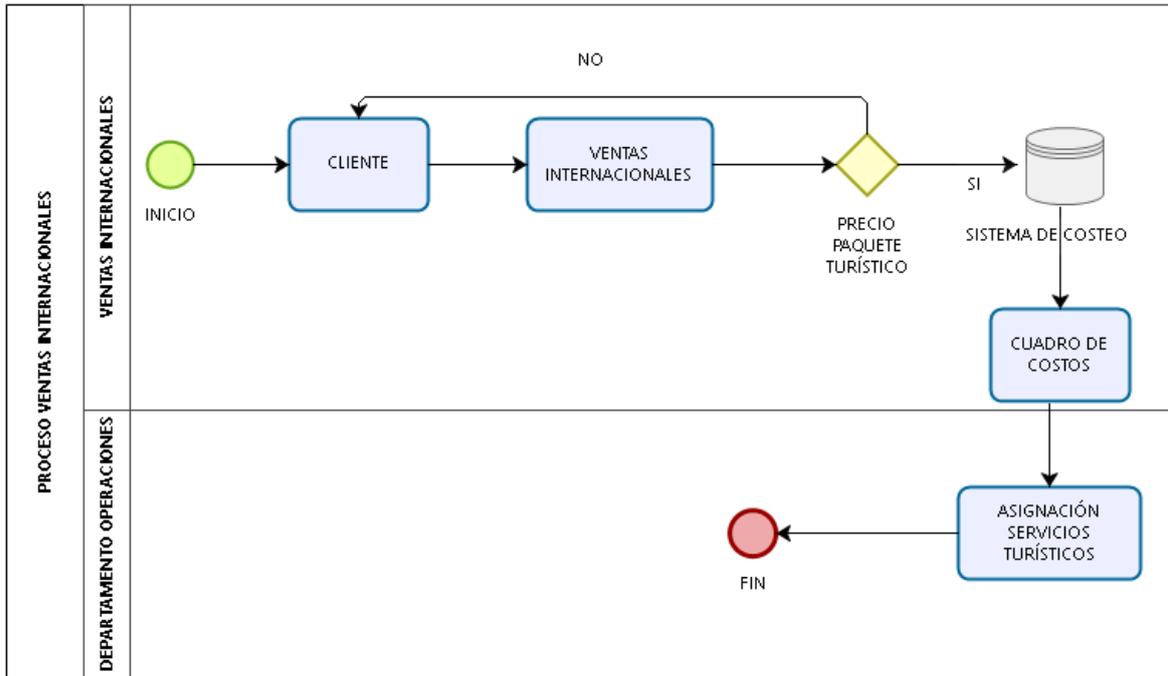


Figura 5. Proceso de Ventas Internacionales.

Copyright 2019 por Cristian Almachi.

3.5.2.02 Departamento de Operaciones

1. Revisa los tarifarios aplicados en el año, y procede con la negociación con el proveedor, para solicitar descuentos o gratuidades, con el fin de obtener mayor ganancia en el invoice del vendedor.

Tabla 22.

Asignación del cuadro de costos – Expenses

PROFORMA	20190029	AGENCIA	MILLER REISEN	PAQUETE TURISTICO	LAND (L)
PAX/ REF	4	VENDEDOR	CHRISTOPHER WILD	FECHA INICIO	05/02/2019
				FECHA FIN	08/02/2019

TOURIST PACKAGE						COST OF TARIFF			ENTER THE SELLER	RESULT	ENTER THE OPERATOR	UTILITY
DAY	DATE	RUTAS	COD	CATERER	SERVICE	COST	PAX	TOTAL COST	SALES		EXPENSES	
05-Feb-19	mar	QUITO	1	SWISSOTEL	Swiss Premier Room	168,294	4	673,176471	700,00	OK	600,00	100,00
06-Feb-19	mié	OTAVAL	238	CUSIN	Habitaciones Sierra 1-	143,529	4	574,117647	700,00	OK	690	10,00
08-Feb-19	vie	GUAYAC	153	SHERATON	Suite	176,812	4	707,247059	700,00	RENEGOCIAR	720	-20,00

La columna Expenses, lo llena el operador

Fuente: Cristian Almachi

2. El operador verifica el porcentaje de ganancia, aplicando las políticas internas sobre el mínimo de ganancia que se va a obtener.
3. El operador refiere la factura del proveedor para que proceda el departamento de Contabilidad a realizar el pago.

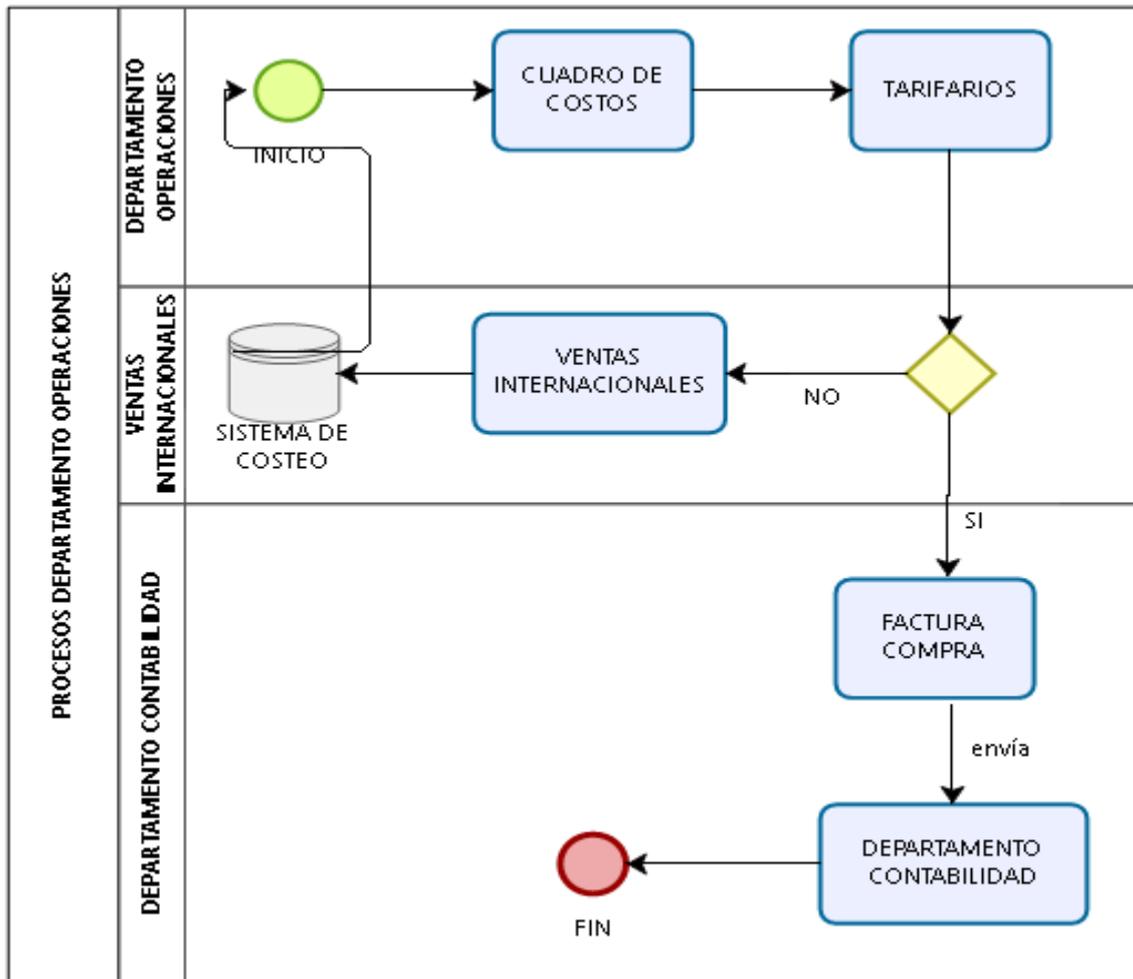


Figura 6. Procesos departamento de operaciones.

Realizado: por Cristian Almachi.

3.5.2.03 Departamento de Contabilidad

1. El pago se lo realiza en base al análisis de la utilidad que se emite en el cuadro de costos, por consiguiente, existe valores que se deben renegociar para evitar pérdida en el servicio.
2. En la columna de gastos se ingresa el valor que se pagó al proveedor, en este aspecto va a existir una variación entre el costo y el gasto por el valor de la tasa turística o por el 10% de servicios. El departamento de contabilidad será el encargado de

proporcionar la información e ingresar el valor que se cancela. En la columna de utilidad arroja la fórmula que es:

$$\text{INGRESO} - \text{GASTO} = \text{UTILIDAD}$$

Tabla 23.

Cierre del proceso de costos – proforma

PROFORMA	20190029		AGENCIA	MILLER REISEN		PAQUETE TURISTICO	LAND (L)	
PAX/ REF	4		VENDEDOR	CHRISTOPHER WILD		FECHA INICIO	05/02/2019	
						FECHA FIN	08/02/2019	

TOURIST PACKAGE						COST OF TARIFF			ENTER THE SELLER	RESULT	ENTER THE OPERATOR	UTILITY	
DAY	DATE	RUTAS	COD	CATERER	SERVICE	COST	PAX	TOTAL COST	SALES		EXPENSES		
05-Feb-19	mar	QUITO	1	SWISSOTEL	Swiss Premier Room	168,294	4	673,176471	700,00	OK	600,00	100,00	
06-Feb-19	mié	OTAVAL	238	CUSIN	Habitaciones Sierra 1-	143,529	4	574,117647	700,00	OK	690,00	10,00	
08-Feb-19	vie	GUAYAC	153	SHERATON	Suite	176,812	4	707,247059	700,00	RENEGOCIAR	720	-20,00	
												0	
TOTALES								1954,54118	2100,00		2010,00	90,00	
											PORCENTAJE GANANCIA		4%

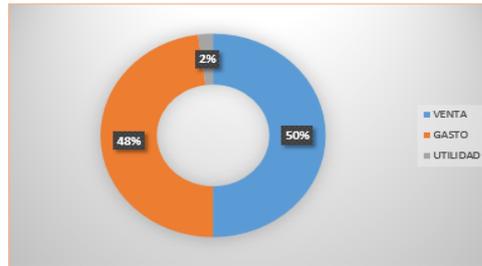
Elaborado por: Cristian Almachi

- En la siguiente pestaña “Resultado” es la situación actual de una determinada proforma emite el valor de la utilidad a percibir, en este resumen se debe seleccionar el número de proforma y automáticamente genera la información; el vendedor digitará el total del gasto efectuado para que en sí el procedimiento calcule el valor de la utilidad. Adicional envía una gráfica que interpreta la situación actual de la carpeta.

Tabla 24.

Detalle cierre del mes proforma

INVOICE	20190029	PRECIO DE VENTA \$ 2.100,00	GASTOS EFECTUADOS	\$ 2.010,00
VENDEDOR	CHRISTOPHER WILD		UTILIDAD	\$ 90,00
AGENCIA	MILLER REISEN	GUARDAR	UTILIDAD	
PAX	4		\$ 90,00	
PRECIO VENTA	\$ 2.100,00			



Elaborado por: Cristian Almachi

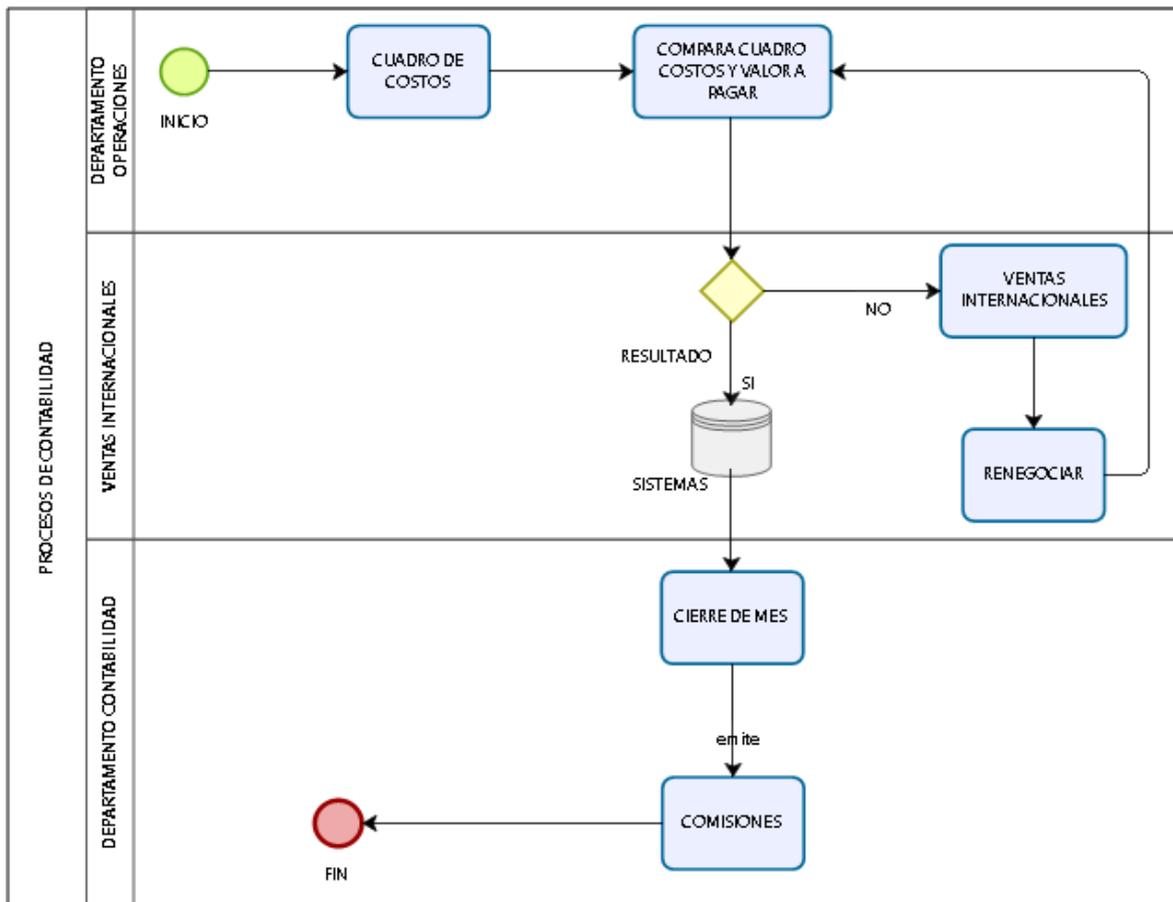


Figura 7. Proceso del departamento de contabilidad.

Realizado por: Cristian Almachi.

Comparativo del método tradicional vs el proceso de costeo.

En base a los procesos se encuentra en la Tabla 7 una diferencia calculada al cierre del mes; sin embargo, en la Tabla 13 menciona que en los dos primeros servicios se obtiene ganancia, pero se debería negociar el último servicio para obtener una ganancia acorde a las políticas de Journeyfleet.

Tabla 25.

Comparativo, resultados por servicios hoteleros

SISTEMA ANTERIOR

SERVICIOS	VENTA	GASTO	GANANCIA/ PÉRDIDA	% UTILIDAD
HOTEL SWISSOTEL	700	673	27	4,01%
HOTEL SHERATON	700	802	-102	-12,72%
HOTEL CUSIN	700	574	126	21,95%

SISTEMA ACTUAL

SERVICIOS	VENTA	GASTO	GANANCIA/ PÉRDIDA	% UTILIDAD
HOTEL SWISSOTEL	700	600	100	16,67%
HOTEL SHERATON	700	690	10	1,45%
HOTEL CUSIN	700	720	-20	-2,78%

Elaborado por: Cristian Almachi

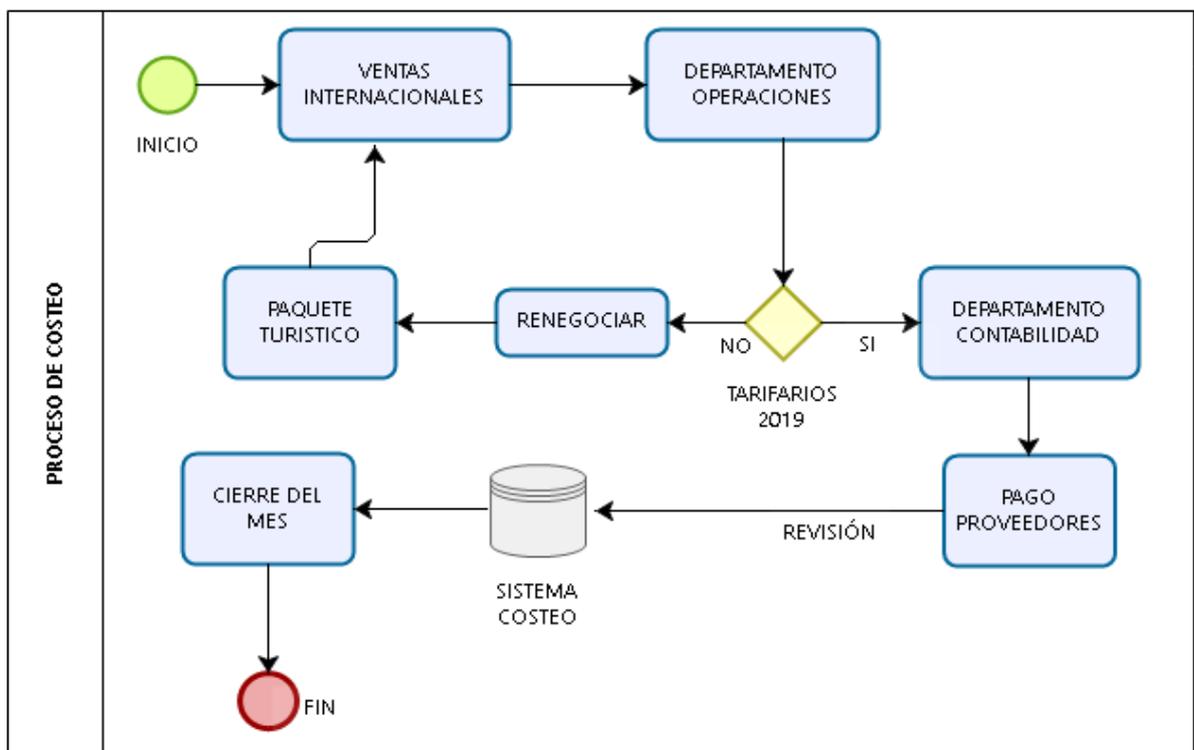


Figura 8. Flujograma del proceso de mejora del costeo.

Realizado por: Cristian Almachi.

CONCLUSIONES

Al realizar el trabajo de la implementación del proceso de costos se espera que la empresa Journeyfleet Cía. Ltda. en la cual se realizó la investigación con el objetivo de diseñar un procedimiento para la asignación de costos por servicios, se manifiestan las siguientes conclusiones:

- El tema central de estudio y aprendizaje sobre los elementos teóricos del costo, se ha expuesto y analizado, los fundamentos básicos de dichos conceptos y por otro, las características de los servicios que presta la operadora de turismo, según las conceptualizaciones por diversos autores. Así partiendo de las definiciones concretas de los elementos que involucran al proceso de costeo, y su influencia en el proceso de enseñanza y aprendizaje hacia el personal de la empresa.
- Considerando la presente investigación y los resultados de las encuestas, entrevistas y observaciones realizadas, vemos que es factible y útil el diseño del proceso de costeo a la empresa Journeyfleet, éste le permitirá optimizar los recursos que dispone cada una de las áreas relacionadas con el paquete turístico, a través de la aplicación correcta de los elementos y técnicas contables.
- El proceso de costos proviene de la necesidad de armar paquetes turísticos sin afectar la calidad del servicio, categoría y el precio a cotizar al cliente, por lo que es importante manejar una plantilla de costeo o el control individual por cada vendedor, quién podrá reconocer el costo real a pagar al proveedor y cuanto se debería vender al cliente; y por ende las comisiones, a su vez el porcentaje de ganancia que por política de la empresa se manifiesta en una base para la ganancia del servicio.

RECOMENDACIONES

- Journeyfleet debería implementar el diseño del proceso de asignación de costos que se presenta en la investigación de este trabajo, conteniendo los componentes que se requieren para el cálculo real de la ganancia a percibir.
- Para la actualización de los tarifarios se deben llevar un control previo, y un comparativo del año anterior al que se operó, esta información debe compartirse con los vendedores para homologar los costos y las cotizaciones que se entreguen a los clientes.
- En vista de que es un diseño, la empresa puede establecer mejoras en los procesos, enlaces y cálculos actualizados para evitar datos incorrectos y sin sustento, es decir que el resultado que brinde el procedimiento, da la confianza, garantía para generar mayores ventas sin olvidar el resultado positivo que se obtendrá al término de cada operación con un servicio que a más de garantizar el trabajo de los paquetes turísticos a los clientes, es competir con precios cómodos en el mercado.

Referencias Bibliográficas

- Altamirano, G. (2015). *Propuesta de diseño de un procedimiento de contabilidad de costos aplicado al hostel "La Casona" ubicado en la ciudad de Cuenca (Tesis de pregrado)*. Universidad Politécnica Salesiana.
- Alvarado, L. (2015). *Implementación de un procedimiento de costos para el sector hotelero del municipio de Arauca, departamento de Arauca (Tesis de pregrado)*. Universidad Cooperativa de Colombia.
- Ayala, D. (2014). *Implementación de un procedimiento de costos unitarios de producción para la empresa Tonisa S.A. en la ciudad de Guayaquil (Tesis de pregrado), para el año 2013*. Universidad de Guayaquil.
- Codetia. (2017). *Codetia Desarrollo & Sistemas Nueva version del Procedimiento de Tickets (incidencias)*. Obtenido de <https://www.codetia.com/noticias-codetia/nueva-version-del-sistema-de-tickets-incidencias/>
- Gallardo, J. (2014). *Propuesta de un procedimiento de costos por órdenes de producción para la fábrica de muebles modulares Gallardo – Mogal (Tesis de pregrado)*. Escuela Politécnica del Ejército.
- Latin trails (2018). *Acerca de latin trails*. Obtenido de <https://latintrails.com/es/acerca-de-latin-trails/>
- Lozano, E. (2015). *Análisis de los procedimiento de costeo en el sector hotelero en Cuenca (Tesis de pregrado)*, Universidad de Cuenca.
- Martinez, L. (2014). *Diseño e implementación de un procedimiento de costos por órdenes de producción (Tesis de postgrado)*. Universidad Tecnológica de Pereira.
- Ministerio del trabajo (2017). *Inserción de personas con discapacidades*. Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/insercion-de-personas-con-discapacidades/>
- Peralta, M. (2015). *Modelo de costos hoteleros al hotel perla verde de la ciudad de Babahoyo (Tesis de pregrado)*, Repositorio Institucional Uniandes .
- Ortiz, N. (2014). *Diseño de un procedimiento de costos para la producción y comercialización de productos en la línea deportiva de Aspid creaciones (Tesis de pregrado)*. Universidad Central del Ecuador.
- Quituisaca, S. (2014). *Implementación de un modelo de contabilidad de costos por procesos para Sinchi Carrasco Asociados Compañía Limitada productora de materiales para la construcción (Tesis de pregrado)*. Universidad Politécnica Salesiana.

Sanchez, N. (2014). *El procedimiento de costos abc y su incidencia en la rentabilidad del Hotel La Chimenea de la ciudad de Baños de Agua Santa (Tesis de pregrado)*, Universidad Técnica de Ambato.

Tamayo, T. (2016). *Tesis de investigación*. Obtenido de <http://formatoapa.com/como-citar-paginas-de-internet/>

Viajamos hoy (2016). *Que es un Fam Trip*. Obtenido de <https://viajamoshoy.wordpress.com/2013/04/04/que-es-un-fam-trip/>

Anexos

ANEXO #1: Entrevista con los vendedores internacionales de la empresa Journeyfleet

1. ¿Cómo usted calcula los costos en un paquete turístico?
2. ¿Cómo asigna la distribución del valor del paquete turístico en un cuadro de costos?
3. ¿Usted mantiene un tarifario de los precios por proveedor?
4. ¿Qué problemas o inconvenientes a generado para adquirir la ganancia deseada?
5. ¿Aplicando el procedimiento de costos en la operadora de turismo, usted lo tomaría y por qué?
6. ¿Cuál es la fórmula que usted utiliza para generar la utilidad?

ANEXO # 2: Encuesta a los miembros del departamento de operaciones

1. ¿Usted dispone de un procedimiento de costos acorde a la ganancia que requiere el vendedor?

SI NO

2. ¿Durante las reservas de los servicios se consideran diversos proveedores para seleccionar cual proveedor es conveniente?

SI NO

3. ¿Usted notifica al vendedor cual es el porcentaje de ganancia que va resultar en dicho paquete turístico?

SI NO

4. ¿A criterio suyo, la implementación de un proceso de costeo proporcionará algún beneficio para el crecimiento de futuras ventas para la empresa?

SI NO

5. ¿Conoce si la empresa dispone de un manual de procesos para determinar el costo por servicio turístico?

SI NO

6. ¿Usted considera que los precios ofertados al cliente, son establecidos de acuerdo a un procedimiento de costeo?

SI NO

7. ¿Considera que la empresa cuenta con tarifarios, para la fijación del precio de venta al cliente?

SI NO

8. ¿Considera que las ganancias de la empresa ha sido superior en relación a años anteriores?

SI NO

9. ¿Considera que la empresa debería utilizar un sistema de costeo?

SI NO

10. ¿Considera que la implementación de un sistema ayudaría para la medición y reconocimiento del costo, gasto y utilidad, durante la asignación del paquete turístico?

SI NO

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO # 3: Ficha de observación

Fecha:...../...../..... Departamento:.....

Observador: Cristian Almachi

Aspectos a observar:

1. Aspectos personales:

	Regular	Bueno	Muy bueno
a) Conocimiento del proceso de costeo			
b) Coherencia entre lo que dice y hace.			
c) Comunicación con los otros departamentos			
d) Solución a los problemas			

Descripción de aspectos relevantes del desempeño:

2. Personal de operaciones y contabilidad en relación con la proveeduría:

	Si	No	No se observa
a) Los conocimientos con los que trabaja son actualizados.			
b) El personal demuestra dominio en el uso de los conocimientos.			
c) El personal en su área establece relaciones con otros contenidos y fácilmente los integra con otros.			
d) Recoge y compara información de los tarifarios turísticos.			
f) Identifica los proveedores que se pagan anticipadamente.			
g) Se observa el trabajo de contenidos: 1. Conceptuales 2. Procedimentales 3. Actitudinales	Si	No	¿Cuales?
h) El personal utiliza diversos métodos, técnicas y/o estrategias apropiadas para el trabajo encomendado.			
i) Recursos que utiliza			

Descripción de aspectos relevantes del desempeño:

3. Momentos de la asignación y pago del proveedor según el envío de información del departamento de operaciones ha contabilidad.

	Si	No	Observaciones
Inicio			
Desarrollo			
Cierre			

ANEXO # 4

Guía para la valoración de la propuesta

I. Valore la guía atendiendo a los siguientes indicadores:

Indicador	Excelente	Muy buena	Buena	Regular	Mala	Observaciones
Pertinencia						
Factible						
Calidad						
Seguridad						
Garantía						

II. Ofrezca las recomendaciones que considere oportunas para mejorar la propuesta:
