



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE GUAYAQUIL**

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

La Contabilidad creativa en la rentabilidad del sector Turístico del
Ecuador

Trabajo de titulación previo a la obtención del
Título de Licenciado/a en Contabilidad y Auditoría

AUTOR: Caroline Nicole Flores Vítores

Jordano Rubén Nenger Mariscal

TUTOR: Ing. María Alejandra Alvarado Zúñiga

Guayaquil-Ecuador

2023

CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD Y AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Nosotros, Caroline Nicole Flores Vítores con documento de identidad No. 0956760888 y Jordano Rubén Nenger Mariscal, con documento de identidad No. 0923455513 manifestamos que:

Somos los autores y responsables del presente trabajo y autorizamos a que sin fines de lucro la Universidad Politécnica Salesiana pueda usar, difundir, reproducir o publicar de manera total o parcial el presente documento de titulación.

Guayaquil, 15 de Agosto de 2023

Atentamente,

Caroline Flores V.

Caroline Nicole Flores Vítores
C.I. 0956760888

Jordano

Jordano Rubén Nenger Mariscal
C.I. 0923455513

CERTIFICADO DE DIRECCIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, María Alejandra Zúñiga A., con documento de identificación N° 0917375537, docente de la Universidad Politécnica Salesiana, declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación: LA CONTABILIDAD CREATIVA EN LA RENTABILIDAD DEL SECTOR TURÍSTICO DEL ECUADOR, realizado por Caroline Nicole Flores Vitores con documento de identificación N° 0956760888, y por Jordano Rubén Nenger Mariscal con documento de identificación N° 0923455513, obteniendo como resultado final el trabajo de titulación bajo la opción Ensayos o Artículos Académicos que cumple con todos los requisitos determinados por la Universidad Politécnica Salesiana.

Guayaquil, 15 de agosto de 2023

Atentamente,



Ing. María Alejandra Zúñiga A. MSc. MBA.
0917375537

La Contabilidad Creativa en la Rentabilidad del Sector Turístico del Ecuador

Caroline Nicole Flores Vítores es egresada de la Carrera de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Politécnica Salesiana (Ecuador) (cfloresv4@est.ups.edu.ec)

Jordano Rubén Nenger Mariscal es egresado de la Carrera de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Politécnica Salesiana (Ecuador) (jnenger@est.ups.edu.ec)

María Alejandra Zúñiga Alvarado es profesora de la Universidad Politécnica Salesiana (Ecuador) (mzunigaa@ups.edu.ec)

VI. Resumen

La presente investigación titulada: “La Contabilidad Creativa y la Rentabilidad del Sector Turístico del Ecuador” identifica las empresas dedicadas al turismo que presenten indicios de contabilidad creativa para determinar cómo influye el uso de la contabilidad creativa en la rentabilidad de las empresas. Para el estudio se aplicaron las herramientas M-Score y ROA (Rentabilidad sobre los Activos).

El carácter de la investigación fue de tipo empírico puesto que se estudiaron las variables: Contabilidad Creativa vs. La rentabilidad sobre los activos de las empresas ecuatorianas dedicadas al turismo durante los años pre y post pandemia: 2018 al 2021. El enfoque empleado fue cuantitativo, con un alcance descriptivo y explicativo.

Como conclusión general, luego del análisis de datos, se evidencia que la mayoría de las empresas que muestran indicios de contabilidad creativa tienen indicadores de rentabilidad sobre los activos más altos, lo que evidenció una relación directa entre las variables de estudio.

Palabras claves

Contabilidad creativa, rentabilidad, estados financieros, sector turístico, M-Score

VII. Abstract

This research: "Creative Accounting and the Profitability about the Ecuadorian Touristic Sector" allows us to determine the impact that the use of creative accounting has on the profitability of companies in the Ecuadorian tourism sector through the M-Score tool, allowing us to analyze in which companies there are signs of creative accounting and how it affected the indicator of business profitability measured using the indicator of return on assets (ROA).

The nature of the research was empirical since the studied variables were Creative Accounting vs. Profitability in touristic sector about Ecuadorian companies during the years 2018 to 2021. Descriptive analysis was used to study the relationship between the variables; arriving to determine that if there is a direct relationship between them. As a general conclusion, it is evident that most of the companies that show signs of accounting have higher profitability indicators than those that did not use creative accounting.

Keywords

Creative Accounting, profitability, financial statements, touristic sector, M-Score

índice

VI. Resumen	4
VII. Abstract	5
1. Introducción	7
2. Marco Teórico	8
2.1. Antecedentes teóricos	8
2.2 Bases teóricas	12
2.2.1 Contabilidad Creativa	12
2.2.1.1 Definición de Contabilidad Creativa	12
2.2.2 Indicios de la contabilidad creativa	14
2.2.3. Tipos de Contabilidad Creativa	15
2.2.4 Modelo M-Score de Beneish	17
2.2.5. La rentabilidad empresarial	19
2.2.6 La rentabilidad del portafolio	20
2.2.7 Los indicadores de rentabilidad	21
2.2.8 Tipos de indicadores de rentabilidad	21
2.2.9 La rentabilidad sobre los activos	22
2.2.10 Relación entre la contabilidad creativa y el ROA	22
2.3 Marco contextual	22
2.3.1 El Sector Turístico Ecuatoriano	22
2.4 Materiales y Métodos	24
4. Resultados	28
4.1 Modelo M-Score	28
4.3 Indicadores Rentabilidad sobre los Activos	38
5. Conclusiones y Discusión	43

1. Introducción

Alrededor del mundo, la pandemia fue un hecho que causó graves repercusiones en los distintos sectores, según un estudio de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe, la crisis económica llevó a que las actividades productivas se suspendan de forma parcial y hasta total. En el informe, se identifica dentro de los sectores más afectados el relacionado con el turismo, hoteles y restaurantes (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2023).

Al igual que en la mayoría de los países, en el Ecuador la rentabilidad de las grandes empresas dedicadas al turismo durante los años de pandemia y post pandemia se vio mermada en gran medida; ya que, al desencadenarse un virus tan potente, se obligó al cierre de fronteras, tanto aéreas como terrestres; causando grandes pérdidas a los países y por ende a todo el sector como tal. Las empresas ya que no tuvieron ingresos fijos, y sus finanzas comenzaron a decaer en especial a los sectores que viven exclusivamente del sector turístico (Veloz, 2022).

Dentro de este contexto, el concepto de contabilidad creativa aparece como una actividad que ha tomado importancia sobre todo en las últimas décadas. El uso de estos métodos ha sido empleado frecuentemente por los contadores, auditores y profesionales relacionados a la contabilidad. La información financiera de las entidades ha sido retocada y mejorada para que refleje resultados que le sean atractivos a terceros como accionistas e inversionistas; y así lograr financiamiento y mantener su empresa a flote. Sin embargo; los datos no son reales (Zabaleta et al., 2019).

Considerando lo antes expuesto, este artículo científico pretende determinar si el uso de contabilidad creativa influye en los porcentajes de rentabilidad de las empresas del sector turístico durante los años 2018 al 2021; para ello se utilizará la sistematización de fundamentos teóricos y conceptuales a fin de establecer relaciones, indicios o aplicación de la contabilidad creativa en los estados e indicadores financieros que provoquen modificaciones en la rentabilidad de las empresas dedicadas al sector

turístico.

Este estudio se justifica y es relevante porque surge de la necesidad de identificar indicios de contabilidad creativa, como elemento para establecer la relación existente entre las variables contabilidad creativa y rentabilidad en las empresas del sector de alojamiento y servicios de comidas.

En base a lo antes mencionado nace la pregunta de investigación: ¿Cómo influye el uso de la contabilidad creativa en la rentabilidad de las empresas del sector turismo en el Ecuador?

2. Marco Teórico

2.1. Antecedentes teóricos

La contabilidad creativa ha surgido como un tema de creciente interés en los últimos años, aunque el término no es totalmente nuevo, ha sido mencionado por varios autores en años anteriores como se evidencia en los antecedentes que se exponen en los siguientes párrafos.

El artículo “Análisis de la contabilidad creativa: principales causas, finalidades y prácticas empleadas” de Gallegos y Freire (2019) brinda un enfoque claro que evidencia las diferentes tendencias de aplicar la creatividad financiera y las intrincadas operaciones, que junto a los tecnicismos contables que tomaron suscitaron problemas a las empresas. La metodología fue de análisis documental empírico. Las conclusiones se centran en la observación de que el marco normativo es flexible y permisivo, desvirtuando los valores éticos de los profesionales contables, nombra a casos como Enron, Parmalat, entre otros. Esta información despertó interés sobre el tema, el porqué de empresas tan importantes que generaron falsos estados contables para evidenciar una abundancia inexistente y que a la larga provocó contratiempos y pérdidas.

En el artículo científico “La influencia de la contabilidad creativa en la ética profesional del contador público” de los autores Hernández Gil, Losada Rodríguez y Orozco abordan el problema que la contaduría pública ha sufrido durante los últimos tiempos; este autor se hace referencia a las prácticas contables que, aunque legales, pueden ser cuestionables en cuanto a la manipulación de los estados financieros con el fin de mejorar la apariencia de la rentabilidad de una empresa. En este caso, los auditores externos son los llamados a observar en profundidad el procedimiento de estas empresas y ellos podrán interpretar el porqué de esta práctica, siendo los veedores y autorizados a poner un hito e intentar controlar o regular esta práctica contable. La metodología aplicada es de recopilación bibliográfica y documental, a través de 51 referencias bibliográficas. La conclusión lograda fue que la contabilidad creativa se ha convertido en una amenaza que “afecta la ética organizacional y profesional, de quien se presta a cometer actos fraudulentos, por la sencilla razón de acomodar cifras y mostrar una realidad que no corresponde con lo verdaderamente ejecutado” (Hernández et al., 2019).

El estudio efectuado por Patiño (2017) cuyo título es “La práctica de la contabilidad creativa: una revisión multi casos en el Ecuador”, destaca el objetivo del artículo, que consistió en demostrar a la contabilidad creativa como un medio que puede ser usado en buenos términos y que puede ser útil en las empresas privadas. La metodología aplicada fue de tipo documental y la conclusión presentada es que la manipulación errada de esta herramienta contable responde a intereses particulares. Se encontró la relación con el tema porque la contabilidad creativa puede llegar a convertirse en una práctica común en los sectores productivos del Ecuador, especialmente en empresas de menor tamaño y con menor acceso al financiamiento externo. Estas empresas pueden utilizar técnicas contables cuestionables para mejorar artificialmente sus resultados financieros y atraer inversionistas o acceder a préstamos bancarios, entre otros.

En una investigación escrita por Vega et al. (2021) titulada “Contabilidad Creativa: Perspectivas jurídicas y empresariales a partir de los procesos de información”, establece que la contabilidad creativa es aquel fenómeno que se suscita cuando los

directivos y contadores de las empresas exponen resultados incongruentes con el estado real de la contabilidad de la empresa o entidad, que puede ser estudiada jurídica y empresarialmente lo que causa el uso continuo de esta práctica que debe estar orientada a la innovación y no a cubrir falencias. La metodología del estudio fue no experimental-transversal, de enfoque descriptivo y la técnica aplicada fue estudio de contenidos. Los resultados alcanzados concluyeron que la creatividad contable debe evitar eventos fraudulentos, para ello debe perfeccionarse.

En el artículo científico escrito por Yahaira Castro: “La Contabilidad Creativa, una puerta abierta a la corrupción” hace una aproximación a partir de la percepción de tres profesionales en Contaduría de la Universidad Nacional de Colombia, sede Bogotá, quienes exponen que la contabilidad creativa puede ser asociada a un delito contable; incluso, muestran que la herramienta Atlas Ti identifica los elementos que hicieron popular este problema, el cual obedece a la falta de cumplimiento del criterio profesional del responsable de la contabilidad de la empresa. La metodología obedece a una revisión documental que crea un análisis semántico de las respuestas a la entrevista semiestructurada. En los resultados no hubo definición de contabilidad creativa de parte de los entrevistados (Castro, 2021).

En una investigación llevada a cabo por Salazar et al.(2018) titulada “La contabilidad ambiental en el desarrollo sustentable del sector turístico de la provincia de Tungurahua” se evidenció que la contabilidad creativa en el sector turístico ecuatoriano puede tener efectos negativos en la toma de decisiones empresariales. La manipulación de los estados financieros puede distorsionar la percepción real de la rentabilidad de una empresa, lo que lleva a decisiones estratégicas basadas en información engañosa. La metodología fue el estudio bibliográfico, basado en un estudio de campo y con un análisis enfocado hacia lo cualitativo. La conclusión clarificó que el 71,4% de puntos turísticos en Ecuador no tienen fomento alguno, por ende, las finanzas y la contabilidad presentan problemáticas. El tema se relaciona con este estudio porque expone el turismo sin impacto en el Ecuador y con una nimia economía y contabilidad que podría recaer en actos sin ética.

En un estudio exploratorio de Flores (2017) titulado: “El proceso contable y la toma de decisiones en el sector hotelero de la ciudad de Puyo” se concretó que la relación entre la contabilidad creativa y la sostenibilidad financiera en el sector hotelero de la región oriental del Ecuador requiere de una contabilidad real, una evaluación sistematizada de la información financiera certera, cuyos resultados muestren que la práctica de contabilidad puede generar toma de decisiones oportuna para evitar la pérdida económica que enfrentan, sin crear una falsa sensación de rentabilidad. La metodología se basó en la investigación de campo junto al análisis documental; el enfoque fue mixto, cuantitativo y cualitativo. Las conclusiones especificaron el desorden contable en el sector hotelero del Puyo; sin una estructura financiera; por tanto, las decisiones financieras tomadas fueron inoportunas. La relación con el estudio en curso es que, si se contrasta la contabilidad real con la contabilidad creativa, la real supera a la creativa porque ofrece toma de decisiones oportuna.

Una investigación realizada por Chiriguayo (2021) cuyo título es “Gestión contable y la toma de decisiones en el sector hotelero” analizó la influencia de la contabilidad en la confianza de los inversores en el sector turístico ecuatoriano. Se encontró que la utilización de prácticas contables idóneas influye positivamente en la confianza de los inversores, lo que crea el acceso a financiamiento y la capacidad de crecimiento de las empresas turísticas; el documento es un ensayo argumentativo basado en un estudio documental. La conclusión ofrecida es que la gestión contable en el sector hotelero al igual que en otros sectores requiere un control interno con una visualización de la estabilidad financiera que acoge decisiones a corto y largo plazo.

En un artículo de Mantilla y Urbina (2023) que tiene el título “Investigación y Formación Contable en Ecuador. Una aproximación a su realidad actual” se argumentó sobre la preocupación académica en las instituciones superiores por la falta de ética al sobredimensionar la práctica de la contabilidad creativa, la cual es una ciencia y forma parte de una práctica profesional. La investigación es documental y bibliográfica, con carácter explicativo. Y la conclusión es que, esta área en Ecuador es “incipiente”, porque hay escasa producción investigativa, científica, sin generación de

conocimiento específico y formativo.

El accionar de las autoridades regulatorias debe fortalecer los mecanismos de supervisión y control, así como establecer sanciones más severas para aquellos que utilicen prácticas contables fraudulentas. Un estudio realizado por Moreta y Sánchez (2022) investigó la percepción de los profesionales de la contabilidad acerca de la contabilidad creativa y de auditoría en Tungurahua, Ecuador. Los resultados revelaron que sí existe un uso desmedido de esta práctica, teniendo conciencia y conocimiento sobre las implicaciones éticas y financieras, lo que resalta la necesidad de una mayor educación y formación en este ámbito.

En conclusión, los artículos analizados argumentan la existencia de una flexibilidad en la normativa contable, lo que podría traer consigo la aplicación de una práctica creativa inadecuada. Además, las cuentas de inventarios, inversiones, depreciaciones de activos fijos, contratos de construcción, así como reconocer ingresos, entre otros ítems son los más afectados por la sobredimensión de la contabilidad creativa. Por ello, es necesario estudiar la influencia de estas prácticas sobre los indicadores financieros empresariales.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Contabilidad Creativa

2.1.1.1 Definición de Contabilidad Creativa

La contabilidad creativa fue inicialmente, definida en 1988 por el autor inglés Ian Griffiths, en su artículo titulado “Contabilidad Creativa: cómo hacer que los beneficios aparezcan del modo más favorable”, del cual destaca la idea que “todas las cuentas que se publican se basan en libros que han sido manipulados cuidadosamente”. Esta expresión deja entrever el proceder de algunos contables para manipular los estados financieros. Cabe señalar que, algunas empresas inglesas a pesar de haber publicado excelentes estados financieros se declararon en quiebra, dejando en el aire este concepto expresado por muchos estudiosos.

La contabilidad creativa fue definida de muchas maneras, pero en una primera

definición, bastante general, sería “el proceso a través del cual el personal contable utiliza sus conocimientos sobre las reglas contables con el objetivo de manipular las cifras contables de una empresa” Amat y Blake (1996) este concepto, evidencia cómo la ética de los contadores emplea el poder sobre las cifras de una empresa Referenciando la frase española “hecha la ley, hecha la trampa”; se puede interpretar que la valoración de los distintos elementos de la contabilidad de una empresa (tales como inmovilizaciones, haberes, pasivos, ingresos, depreciaciones...) podrían ser sujetos de manipulación.

Una de las definiciones citadas por Encalada et al.(2021) es la teoría que Germán Hüber, alemán quien expresó en el libro “Contabilidad creativa: una aproximación empírica”, publicado en 1999, lo que se produce cuando el contador aprovecha la inexistencia de normas o reglas de la contabilidad, también, cuando reconoce, valora e informa sobre situaciones que pudieran afectar a los estados financieros de las empresas. De forma similar Lainez y Callao (1999) expresaron que la contabilidad creativa sirve para retrasar y hasta para suavizar noticias adversas, visionando una mejora a plazos cortos. La subjetividad y ambigüedad son elementos que permiten acceder a este tipo de práctica profesional, la cual no está mencionado en ninguna normativa jurídica reguladora de la práctica contable.

La contabilidad creativa también es conocida como una operación de carácter financiero, la cual está relacionada con la presentación de los estados financieros, con la finalidad de optimizar o minimizar la rentabilidad de las entidades. Cuya intención es la de ilustrar una forma diferente de aplicación dentro de las normas contables; a fin de mostrar los hechos económicos de una manera alineada a las metas administrativas (Moposita, 2020).

Hoy en día, por el efecto de la recesión ocasionada por la pandemia de 2020, esta práctica crea un perfil para maquillar o manipular los resultados en sus estados financieros. La problemática contable radica en que los objetivos económicos y financieros incumplidos impulsan a algunos a alcanzarlos sin contemplar los medios. La ambigüedad sobresale en este concepto, y se coloca en los extremos porque no

se esclarece el papel de la contabilidad creativa, en primer lugar, sería una estrategia y, en segundo lugar, se ubica el delito a través del fraude (Altamirano, 2018).

En el artículo de Pirela (2021) “Contabilidad creativa: principales causas que motivan su uso en las empresas del Municipio San Francisco del estado Zulia, Venezuela” se cita a Naser K., quien expresó que la contabilidad creativa obedece a una manipulación de esta ciencia y una de las finalidades es aprovechar algunos vacíos de la normativa legal. El estudio enfatiza que manipular cifras está opuesto al objetivo de la contabilidad que se basa en la búsqueda de datos reales.

Carlos Santos en el artículo “La contabilidad creativa, el directivo y la ética organizacional”, menciona que los auditores y asesores de gerencia reciben una presión extrema que los induce a la práctica de la contabilidad creativa, la cual consiste en una acción riesgosa, pues la información financiera expuesta carece de veracidad y credibilidad, quebrantando y causando un deterioro de la visión crediticia y financiera. La ética profesional es tan blanda e imperceptible ante las presiones que reciben los contadores, este obrar cuestionable debilita la ética del profesional (Santos, 2016).

2.2.2 Indicios de la contabilidad creativa

American Accounting Association le concedió relevancia a la contabilidad creativa. La contabilidad es considerada por los estudiosos de Estados Unidos como aquel proceso para medir y comunicar los aspectos económicos reales con la finalidad de que tomen las decisiones correctas en el momento justo, este estudio se llamó “Una declaración de la teoría básica de la Contabilidad: un artículo de revisión” (Sterling, 1967).

Esta tesis resultó de gran importancia en el desarrollo de la temática contable, pues utiliza a la contabilidad como punto referencial en el instante en que decide cruzar los límites de la ética. La información financiera empezó a tener importancia en cuanto a la presentación y comunicación oportuna de los estados financieros, pues mediante la veracidad de estos; los gerentes y accionistas pueden corregir errores que

obstaculicen la correcta adquisición de los objetivos económicos empresariales (Moposita, 2020).

El cuestionamiento creado alrededor de las decisiones que asumen las organizaciones en el momento de seleccionar qué práctica escoger o si seleccionar la contabilidad creativa en el análisis y en la presentación de los estados financieros. Una de las prácticas de este tipo de contabilidad puede darse cuando se realizan cotizaciones en la Bolsa de Valores, instante preciso para el maquillaje, la transfiguración de valores, a fin de que los inversionistas observen un desglose óptimo gracias a las alteraciones e información distorsionada (Vega et al., 2021)

Los beneficios esporádicos, volátiles, intentan omitir, esconder, o retrasar una situación que terminan en caos contable. Las provisiones innecesarias en el pasivo contra transacciones del activo en los años positivos podrían disminuirse cuando lleguen los años de crisis; esta simple acción implica detrás una tendencia que busca estabilidad dentro de la economía empresarial e incluso refleja una tendencia estable en el crecimiento financiero. En definitiva, la Contabilidad Creativa no debe vulnerar en ninguna instancia la ley, por el contrario, debería aprovechar esos espacios o vacíos contables para potenciar acciones positivas flexibilizando las normativas, junto a los principios contables fundamentales.

2.2.3. Tipos de Contabilidad Creativa

Las empresas tienen la necesidad de generar un informe real a los diferentes tenedores de acciones para que las decisiones a futuro sean oportunas y confiables, por ello, es considerada desde estos dos aspectos: una estrategia que sirve para mejorar la contabilidad y la segunda parte se referirá a la transgresión de la ley, pudiendo convertirse en una práctica oportunista que ha llegado a la ilegalidad (Altamirano, 2018).

Se describen las siguientes clasificaciones:

- **Política contable agresiva:** Este método permite la manipulación de las cifras

contables, para mejorar de forma absoluta los resultados del ejercicio en un periodo determinado, de forma que se muestre una imagen robusta a los inversionistas, y lograr una mayor capacidad para endeudamiento.

- **Política contable conservadora:** Empleada para disminuir la utilidad de la empresa, buscando mostrar una figura poco rentable de la empresa, para que los resultados de ejercicios económicos posteriores muestren un crecimiento económico satisfactorio de la entidad, en ocasiones se busca disminuir la utilidad con el fin de pagar menos impuestos a los organismos fiscales.

- **Estabilidad del resultado:** Se produce cuando se estabiliza el resultado del ejercicio, tomando como bases resultados de años anteriores, pues su finalidad es proyectar un equilibrio y estabilidad de la utilidad a través del tiempo, creando una idea de que existe un equilibrio económico en la situación financiera de la empresa.

De esta manera se logra presentar estados financieros con una serie histórica de estabilidad, en esta técnica se evita alterar de forma contundente al ingreso o gasto, salvo los casos en los que se generaron pérdidas o utilidades demasiado elevadas, entonces se procederá a afectar grandemente a las cuentas de resultados con el fin de generar estabilidad financiera en la empresa. En este contexto según Grupo AndBank (2023) indica que los estados financieros en el Ecuador no reflejan la situación económica real de las empresas, pues se muestran más o menos rentables de acuerdo con los intereses de los miembros directivos, situación que ha generado grandes pérdidas al país, en cuanto a consecuencias fiscales por evasión al fisco, o a su vez por la imagen falsa que presentan las empresas en la bolsa de valores.

Cabe destacar el análisis de Santiana (2013) deja claro que “tanto la elusión como la evasión afectan gravemente a una nación, cuyo presupuesto depende principalmente de los ingresos ordinarios tributarios, produciéndose una insuficiencia de fondos en la economía ecuatoriana”; es decir, la evasión al fisco es condenable para la economía de un país.

Según Marco Tafur S. en el artículo periodístico: “Evasión tributaria” grandes empresas ecuatorianas”, manifestó que: las grandes empresas del Ecuador pertenecientes a reducidas familias son aquellas que más evaden impuestos, entre estas empresas evasoras se encuentran las del grupo Noboa, Holcim, Aymesa, Asiauto, Ecasa, Hotel Marriot, Cerámica Cuenca, Teleamazonas Guayaquil, entre otras; las prácticas de contabilidad creativa generada por estas empresas le haN costado una pérdida de 3.000 millones de dólares anuales al Ecuador una cantidad que en el presupuesto general del estado para el 2008 representaba el 28,6% (Tafur,2021).

2.2.4 Modelo M-Score de Beneish

El modelo M-Score es una métrica financiera la cual es utilizada para poder evaluar la calidad en cuanto a las ganancias reportadas de una empresa y así poder identificar si existen posibles manipulaciones o irregularidades contables que podría indicar problemas financieros o fraudes, esto se basa en un modelo estadístico en la cual se utilizan ocho variables financieras específicas para calcular un puntaje.

Este tipo de variable es seleccionada para poder identificar ciertos comportamientos; los cuales se consideran inusuales en las declaraciones financieras de las empresas debido a que este podría indicar que existe manipulación en los estados financieros de la empresa.

La fórmula de Beneish M-Score es la siguiente:

$$**M-SCORE** = -4.840 + 0,920XDSRI + 0,528XGMI + 0,0404XAQI + 0,892XSGI + 0,115XDEPI - 0,172XSGAI + 4,679X \ TATA - 0,327XLVGI$$

Si el M-Score es >-2.22 , esta muestra indicios de fraude financiero dentro de las empresas.

La variable número uno es una constante, los elementos que le siguen son indicadores calculados previamente a través de una beta.

DSRI: Este indicador verifica la existencia de índices de cuentas por cobrar en función del índice de ingresos por ventas. Si aumenta no proporcionalmente, indica un aumento falso en las cuentas anteriores. Un DSRI alto indica una probabilidad más alta de datos sobreestimados.

$$DSRI = \frac{\text{Cuentas por cobrar } t / \text{Ventas } t}{\text{Cuentas por cobrar } t-1 / \text{Ventas } t-1}$$

GMI: Este índice muestra la relación entre la utilidad bruta del año en curso y la utilidad del año anterior. Por ello, las empresas cuyos márgenes de beneficio se han erosionado serán más susceptibles de manipulación en estas cuentas.

$$GMI = \frac{\text{Margen Bruto } t}{\text{Margen bruto } t-1}$$

AQI: Este tipo de indicador se encarga de medir la calidad del total los Activos no corrientes sobre el total de los activos del año anterior. Si existe un incremento mayor a 1 esto nos indicaría que los activos no corrientes como lo serían los intangibles ya que se estarían incrementando con relación a los tangibles.

$$AQI = \frac{\text{Activos no corrientes } t / \text{Activos Totales}}{\text{Activos no corrientes } t-1 / \text{Activos totales}}$$

SGL: Este índice trata de averiguar si se está frente a una entidad “growth” mediante el crecimiento de las ventas del año actual, sobre las ventas del año anterior. No obstante, el aumento de las ventas no debería de significar que existe manipulación. Sin embargo, la exigencia de capital y financiamientos de las empresas puede influir de manera significativa en los gerentes para que estos manipulen las cuentas con el fin de obtener una mayor ganancia.

$$SGL = \frac{\text{Ventas del año } t}{\text{Ventas del año } t-1}$$

DEPI: Este tipo de indicador se encarga de medir la amortización. Si el DEPI es mayor a 1 esto nos indicaría que la depreciación ha sido disminuida, con lo cual. Podría significar que para disminuir la pérdida se ha optado por incrementar los años de vida útil del activo fijo.

$$DEPI = \frac{Depreciación_{t-1}}{(Depreciación_{t-1} + PPE_{t-1})} \\ Depreciación_t / (Depreciación_t + PPE_t)$$

SGAI: Este índice se encarga de verificar la ratio de los Costes generales. Si la ratio es mayor a 1, esto mostraría una eficiencia menor a lo esperado. Esto daría motivos para así manipular los resultados.

$$SGAI = \frac{Gastos\ generales\ y\ administrativos_t}{Ventas_t} \\ Gastos\ generales\ y\ administrativos_{t-1} / Ventas_{t-1}$$

LVGI: este indicador nos muestra el nivel de apalancamiento. Ya que si este es mayor a 1 nos indicaría un aumento en el apalancamiento. Si esto sucede significaría que existe un endeudamiento muy elevado y el cual estaría aumentando con el tiempo, por ende, los directivos se verían motivados a manipular sus estados financieros.

$$LVGI = \frac{(Deuda\ largo\ plazo_t + Pasivo_t)}{Activo\ total_t} \\ (Deuda\ largo\ plazo_{t-1} + Pasivo_{t-1}) / Activo\ total_{t-1}$$

TATA: este indicador nos explica cómo se calcula el total devengado sobre el total de activos. Este se calcula como la variabilidad en el capital operativo a excepción de caja, salvo la amortización. Permittiéndonos detectar si existe un desfase entre la ganancia contable.

$$TATA = \frac{Resultados\ del\ ejercicio\ de\ operaciones\ continuas - Flujo\ de\ caja\ operativo}{Activos\ totales}$$

2.2.5. La rentabilidad empresarial

Conceptualizando la rentabilidad, es la medición económica de la productividad que va relacionada los costos y con los ingresos. Siendo el índice que calcula la relación entre la utilidad o la ganancia obtenida, y su inversión o recursos que se utilizan para obtenerla. Según Zambrano et al. (2021) la rentabilidad genera o garantiza la liquidez

futura de la empresa, es decir las utilidades se convertirán en efectivo generando liquidez, siempre y cuando, exista un adecuado manejo financiero que incluya acertadas políticas de crédito y cobranzas en cualquier retraso presenciado en la cartera de la empresa o microempresa.

Un concepto referente a la rentabilidad es que las organizaciones deben reaccionar de forma adecuada frente a diversos desafíos económicos originados por el Covid-19, para mantenerla, y deben implementar estrategias que les permitan continuar teniendo rentabilidad, como es el control de gastos, negociaciones con el proveedor, alianzas con otras empresas del sector (Aguirre et al., 2020).

2.2.6 La rentabilidad del portafolio

La teoría de portafolio se apoya en la idea de que los inversionistas deben de tener en cuenta varios detalles para tomar decisiones de inversión. Esta teoría describe la manera de obtener un grado de éxito de inversión en el patrimonio y los activos financieros (Vanegas, 2020).

La rentabilidad esperada de un portafolio, se puede calcular como la suma ponderada de las rentabilidades esperadas de cada inversión. Por otra parte, el riesgo de un portafolio se determina por la diferencia o variante estándar de las rentabilidades de las inversiones que lo componen. La teoría de portafolio sostiene que el riesgo total no es simplemente la suma de los riesgos de las inversiones individuales, sino que también depende de la relación entre ellas. Además, esta teoría propone que los inversores deben buscar un punto de equilibrio entre el riesgo y la rentabilidad esperada, ya que un a mayor rentabilidad esperada suele estar asociada con un mayor riesgo (Vanegas, 2020).

La planificación financiera debe de responsabilizar a los encargados del negocio llevándolos a delinear una idea para que se pueda usar el capital de manera sensata, ya que los flujos de cajas y las deudas están (relacionadas) con respecto al objetivo de la empresa el cual es generar una utilidad, rentabilidad y valor agregado en la empresa, midiendo en su gran mayoría la rentabilidad mediante la utilización de dos

tipos de enfoques los cuales son: La teoría de portafolio y la teoría de los activos financieros (Gaytán, 2020).

2.2.7 Los indicadores de rentabilidad

Son aquellas herramientas financieras que permiten medir la capacidad que una empresa tiene para generar ganancias en relación de sus ingresos, capitales contables, costos operativos, y los activos del balance general.

En caso de calcular los indicadores de rentabilidad se deben considerar los siguientes aspectos:

- 1.-Relación de causa-efecto entre los recursos y la inversión
- 2.-Se debe considerar el promedio del periodo para hacer los cálculos
- 3.- Identificar el tiempo para medir la rentabilidad

Los indicadores de rentabilidad son muy importantes porque permiten analizar la situación de la empresa y poder aplicar los correctivos necesarios, tomando decisiones oportunas.

2.2.8 Tipos de indicadores de rentabilidad

De acuerdo con el e-book de Planificación Financiera (2021) editorial Bold, los indicadores de rentabilidad se definen como:

ROE: Return on equity: Retorno sobre el patrimonio. $\text{Utilidad neta} / \text{Capital contable}$
Mide la capacidad en la que tiene una empresa para generar valor a sus accionistas.

ROCE: Return on capital employed: Retorno sobre el capital invertido. $\text{Utilidad operativa neta} / \text{Capital empleado}$. Mide la eficiencia con la que se utiliza el capital.

ROA: Return on Assets: Retorno sobre los activos: $\text{Utilidad Neta del ejercicio} / \text{Total de Activos}$. Mide la capacidad para generar ingresos a través de sus activos.

2.2.9 La rentabilidad sobre los activos

El ROA o también conocido como Rendimiento sobre Activos es un indicador financiero fundamental puesto que sirve para medir la rentabilidad del total de los activos; debido a ello, las empresas lo usan para evaluar la rentabilidad y la gestión. También hay que tomar en cuenta que las entidades bancarias lo usan para así poder determinar si una empresa es viable o no y de esta manera deciden si se les otorga un préstamo o no en caso de que dicha empresa vaya a solicitarlo. Es considerada una medida de la eficacia puesto que la empresa está generando utilidades con los activos que posee. En caso de que el ROA caiga o baje debe ser tomada como medida de precaución para optimizar los recursos y su gestión.

Este indicador es pieza clave en la toma de decisiones de una empresa, puesto que un indicador positivo es una señal de buena gestión, mientras que un indicador negativo da la pauta de una gestión que debe mejorar.

2.2.10 Relación entre la contabilidad creativa y el ROA

A pesar de que estos dos conceptos pueden ser distintos, estos están relacionados debido a que si una empresa posee un ROA irregularmente alto a diferencia de otras empresas del mismo sector. Esta particularidad, causaría que las personas que estén interesadas en invertir realicen una investigación a fondo para detectar irregularidades y verificar si dicha empresa está o no manipulando sus ganancias mediante ciertas prácticas e incluso llegando a cometer fraude contable, resultando en un ROA elevado de manera artificial, lo que provocaría que la empresa aparente ser mucho más rentable.

2.3 Marco contextual

2.3.1 El Sector Turístico Ecuatoriano

Al ser el turismo uno de los sectores fundamentales en la economía y una de las fuentes más importantes de ingresos con las que puede contar un país o territorio, las empresas que lo forman se vuelven un segmento de análisis clave. Se entiende por turismo a todas aquellas actividades a realizar en distintas regiones o espacios en los que no se vive de manera fija con el fin de disfrutar. Se pueden presentar diferentes

variaciones en el turismo, las clases son: el turismo cultural, el turismo de aventura, el turismo de entretenimiento y el turismo de relajación (Mora et al.,2018).

Todos los países y sus respectivas regiones del planeta cuentan con el sector turístico como fuente de actividad económica importante, ya que es generadora de empleo, y favorece el desarrollo tanto gastronómico como hotelero; estos no son los únicos sectores que se ven con un crecimiento considerable ya que el transporte acuático, terrestre y aéreo también se ven beneficiados debido a la llegada de turistas.

Existen lugares en el mundo que se encuentran clasificados como puntos importantes o activos; mientras tanto hay otros que no, y esto tiene que ver con el cuidado que cada país le brinde a este tipo de actividades, logrando crear de esta manera una mejor experiencia para los turistas.

Según el Organismo Mundial del Turismo, el tamaño de este tipo de negocio es mayor o igual magnitud a las exportaciones de petróleo o incluso a los productos alimenticios o automovilísticos. El sector turístico se ha convertido en el protagonista con respecto al comercio exterior, al mismo tiempo representa una de las más grandes fuentes de ingresos para gran parte de los países que se encuentran en desarrollo. Este tipo de incremento va acorde con el aumento de la competencia entre distintos lugares turísticos (CEPAL, 2020).

La OMT (Organización Mundial del Turismo) afirma que 1 de cada 11 empleados contribuyen en los distintos sectores vinculados a este, como lo son los hoteles y los servicios de comidas, entre otros, también existen otros tipos de industrias que se benefician de manera indirecta gracias a la influencia de los turistas. Este tipo de actividades también son una fuente importante de divisas, ya que esta ayuda a la estabilidad económica, asimismo, para gran parte de las distintas economías emergentes (Herrera, 2020).

2.4 Materiales y Métodos

El carácter de esta investigación es de tipo empírico puesto que se obtiene el conocimiento a través del análisis de las variables de contabilidad creativa vs. rentabilidad de las empresas en el sector turístico del Ecuador.

Según el objeto de estudio es una investigación básica porque busca ampliar el conocimiento teórico sobre el que se basa la contabilidad creativa y la rentabilidad de las empresas ecuatorianas.

El enfoque empleado es cuantitativo porque se recopilará, analizará e integraran datos estadísticos sobre la contabilidad creativa y la rentabilidad de las empresas ecuatorianas.

En cuanto al alcance desarrollado es de tipo descriptivo y explicativo sobre la relación entre las variables contabilidad creativa y rentabilidad sobre el ROA en las empresas dentro del sector turístico. El diseño de la investigación se consideró como no experimental puesto que no existió manipulación deliberada de las variables; a su vez será realizado de manera longitudinal por las reiteradas mediciones a las variables durante los años 2018 al 2021.

Para la obtención de la información se han empleado técnicas bibliográficas y documentales en las que existe información muy importante sobre el tema de estudio. Además, se obtuvo la matriz de datos de toda la población del sector turístico del Ecuador extraída de la Super Intendencia de Compañías. Para el estudio, se analizó y depuró la matriz considerando que:

La población está formada por todas las empresas del sector turístico del Ecuador, divididas de acuerdo con el sector que corresponde al CIIU 55 desde la I1 hasta la I2 que para el año 2018 tuvieron un total de 14 empresas; en el 2019 fueron 32; durante el 2020 hubo 62 empresas y para el año 2021: 187 compañías. En base a la información obtenida se depuró la base considerando las empresas que no mostraron ingresos, y dentro de ese grupo aquellas que tuvieron presencia en el mercado durante los siguientes años, quedando la base como se indica a continuación:

TABLA 1

Empresas del Sector Turístico del Ecuador CIIU 55 I1-I2

AÑOS	2018	2019	2020	2021	2018	2019	2020	2021
DATOS			EMPRESAS		%	%	%	%
UNIVERSO REAL	14	32	62	187	100%	100%	100%	100%
EMPRESAS SIN INGRESOS	8	21	34	100	57%	57%	66%	53%
UNIVERSO SECUNDARIO	6	11	28	87	43%	43%	34%	47%
EMPRESAS UTILIZADAS	4	6	6	6	29%	29%	19%	3%

Elaborado por: Autores

Fuente: Información obtenida de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros/ Sector Societario / Estados Financieros por rama

Las variables estudiadas se detallan a continuación en la matriz de operacionalización de las variables con sus dimensiones e indicadores:

TABLA 2
Operacionalización de las variables

Variable	Tipo de variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Definición Operacional	Indicadores	Ítems o instrumentos
Contabilidad Creativa	Independiente	Es el proceso de manipulación de la información financiera para manejar ciertos vacíos de la normativa legal contable con el propósito de transformar la	Principios Contables manipulados Informes financieros no confiables Beneficiar a empresarios	<ul style="list-style-type: none"> Método para valuar activos y pasivos alterados 	<ul style="list-style-type: none"> Sobrevaloración o subvaloración de activos y pasivos Alteraciones en la vida útil de Propiedad, Planta y Equipo Métodos de depreciación no convencionales Ocultar sucesos contables importantes Maquillar informes financieros Escoger la información a presentar 	Estados de Situación Financiera
				<ul style="list-style-type: none"> Revelación de los estados financieros Razones para emplear la contabilidad creativa 		

	información contable.				<ul style="list-style-type: none"> • Presión de los directivos o socios • Presión por parte del mercado • Obtención de ganancias
	Es el beneficio obtenido de una inversión.				<ul style="list-style-type: none"> • Rentabilidad sobre los recursos propios (ROE)
Rentabilidad Dependiente	Expresa el porcentaje de la utilidades o pérdidas sobre el total de activos	Determinación de la rentabilidad sobre los activos	Indicadores de rentabilidad y cálculos		<ul style="list-style-type: none"> • Retorno sobre el capital invertido (ROCE) • Rentabilidad neta del activo (ROA)
					<p>Estado de Resultados Integral</p> <p>Estado de Situación Financiera</p>

Elaborado por: Autores

La Variable Independiente será estudiada a través del modelo de Beneish que permite detectar los movimientos de los estados financieros.

$$M - Score = -4,4 + 0,90 (DSRI) + 0,528(GMI) + 0,404(AQI) + 0,892(SGI) + 0,115(DEPI) - 0,172(SGAI) + 4,679(DEVE) - 0,327(LVGI)$$

La Variable Dependiente será analizada a través del indicador financiero ROA que mide la rentabilidad sobre los activos; la fórmula es:

ROA = Utilidad Neta / Activo total de una empresa.

4. Resultados

En la presente investigación se obtuvieron los siguientes resultados mediante el modelo del M-Score para identificar si existen indicios de contabilidad creativa en las empresas estudiadas:

4.1 Modelo M-Score

Tabla 3

Modelo de M-Score año 2018-2019

Empresas	DSRI	GMI	AQI	DEPI	SGI	SGAI	TATA	LVGI	MODELO M-SCORE
HOTEL COLON INTERNACIONAL CA	0.96754797	1.592388137	1.060324081	0.970261725	1.053498617	1.800926381	-0.489392001	1.757195993	-4.803630776
HOTELES Y RESTAURANTES HORPAH C.LTDA.	1.04049221	0.793630279	0	9.196104725	1.045176475	1.225254288	0.535370551	0.69398579	0.593460793
PAPIZZEC S.A.	1.53829197	2.477304592	3.262582364	1.036447626	1.065823829	0.978942824	-1.323391102	1.05629351	-6.434698063

COMPañIA DE ECONOMIA MIXTA HOTELERA Y TURISTICA AMBATO	4.70337777	-1.101380778	0	0.029267082	0.937639818	1.859733752	0.173852672	0.496259807	0.076624414
---	------------	--------------	---	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

Elaborado por: Los Autores

En la tabla 3 se observa la aplicación de la herramienta M-Score de las empresas analizadas durante el 2018 que en total suman 14; de las cuales luego de la depuración en cuanto a ingresos y permanencia en el mercado turístico corresponden a 4 empresas que representan un 29% del total de empresas del sector turístico.

Tabla 4

Empresas que muestran índice de contabilidad creativa 2018-2019 después de aplicarles la herramienta M-Score

Empresas	DSRI	GMI	AQI	DEPI	SGI	SGAI	TATA	LVGI	MODELO M-SCORE
HOTELES Y RESTAURANTES HORPAH C.LTDA.	1.04049221	0.793630279	0	9.196104725	1.045176475	1.225254288	0.535370551	0.69398579	0.593460793
COMPañIA DE ECONOMIA MIXTA HOTELERA Y TURISTICA AMBATO	4.70337777	-1.101380778	0	0.029267082	0.937639818	1.859733752	0.173852672	0.496259807	0.076624414
TOTAL EMPRESAS									2

Elaborado por: Los Autores

En la tabla 4 se analizan las empresas que luego de la obtención del indicador de Beneish muestran indicios de aplicación de contabilidad creativa; cabe recalcar, que el total de empresas consideradas en el 2018 fueron 14, de las cuáles luego de la depuración de datos se tomaron 4 compañías que representan un 29% del total de empresas del sector turístico de acuerdo con los parámetros necesarios para el estudio. Dentro de este grupo se observa que un 50% de las empresas utilizan contabilidad creativa.

Tabla 5

Empresas que no muestran índice de contabilidad creativa 2018-2019 después de aplicarles la herramienta M-Score

Empresas	DSRI	GMI	AQI	DEPI	SGI	SGAI	TATA	LVGI	MODELO M-SCORE
HOTEL COLON INTERNACIONAL CA	0.96754797	1.592388137	1.060324081	0.970261725	1.053498617	1.800926381	- 0.489392001	1.757195993	-4.803630776
PAPIZZEC S.A.	1.53829197	2.477304592	3.262582364	1.036447626	1.065823829	0.978942824	- 1.323391102	1.05629351	-6.434698063
TOTAL EMPRESAS									2

Elaborado por: Los Autores

En la tabla 5 se incluyen las empresas que luego de calcular el M-score no muestran signos de la utilización de contabilidad creativa porque no contienen elementos dentro del análisis que indiquen la existencia de posible manipulación de la información. Dentro del 29% de empresas que corresponden al estudio para el año 2018, se visualiza que el 50% no tienen indicios de la utilización de contabilidad creativa.

Tabla 6

Modelo del M-Score 2019-2020

Empresas	DSRI	GMI	AQI	DEPI	SGI	SGAI	TATA	LVGI	MODELO M-SCORE
HOTEL COLON INTERNACIONAL CA	0.577044946	1.059487012	1.028487873	1.025915042	0.320939062	1.655125057	-0.037115558	0.975556646	- 3.707294763
COMPañIA DE ECONOMIA MIXTA HOTELERA Y TURISTICA	6.53913282	1	0	3.827978563	1.057078121	0.858711421	0.011356326	8.943850133	0.067932305
AMBATO HOTELES Y RESTAURANTES HORPAH C.LTDA.	0.969758257	1.679937118	0	0.49493654	0.866365339	0.882439327	0.049940013	1.119336707	- 2.075233367
PAPIZZECS.A.	0.927191042	0.556796011	4.944904296	0.862755833	1.21866191	1.003093288	0.004450143	1.10397427	-1.02170068
GRANSNACK S.A.	0	0	0	0	0.294117647	0	0	1	- 4.904647059
RESTAURANTE VERSAN FACS CIA.LTDA.	0	0	0	0	0.136704996	65.06190228	0.002277084	0.0009076745	- 15.89834867

Elaborado por: Los Autores

En la tabla 6 se visualizan datos del 2019 de las empresas turísticas que corresponden a un total de 32; de las cuáles son sujeto de análisis 6, las mismas que representan un 29% del total de empresas. El modelo M-score se analiza teniendo en cuenta que aquellos resultados menores a -2,22 indican una manipulación improbable; de -2,22 a -1,78 indican posible manipulación y los mayores a 1,78 señalan probable manipulación de datos.

Tabla 7

Empresas que muestran índice de contabilidad creativa 2019-2020 después de aplicarles la herramienta M-Score

Empresas	DSRI	GMI	AQI	DEPI	SGI	SGAI	TATA	LVGI	MODELO M-SCORE
COMPañIA DE ECONOMIA MIXTA HOTELERA Y TURISTICA AMBATO HOTELES Y RESTAURANTE S HORPAH C.LTDA.	6.53913282	1	0	3.827978563	1.057078121	0.858711421	0.011356326	8.943850133	0.067932305
	0.969758257	1.679937118	0	0.49493654	0.866365339	0.882439327	0.049940013	1.119336707	-2.075233367

PAPIZZEC S.A.	0.927191042	0.556796011	4.944904296	0.862755833	1.21866191	1.003093288	0.004450143	1.10397427	-1.02170068
---------------	-------------	-------------	-------------	-------------	------------	-------------	-------------	------------	-------------

TOTAL EMPRESAS									3
---------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	----------

Elaborado por: Los Autores

En la tabla 7 se muestra que luego de la aplicación del indicador en el 50% de las empresas analizadas existen indicios de manipulación de datos. Es importante indicar que, de 32 empresas estudiadas, 6 de ellas cumplen con los parámetros requeridos para el análisis y el 50% de ellas obtienen valores de M-Score que están considerados como posible manipulación de información.

Tabla 8

Empresas que no muestran índice de contabilidad creativa 2019-2020 después de aplicarles la herramienta M-Score

Empresas	DSRI	GMI	AQI	DEPI	SGI	SGAI	TATA	LVGI	MODELO M- SCORE
HOTEL COLON INTERNACIONAL CA	0.577044946	1.059487012	1.02848787 3	1.025915042	0.320939062	1.655125057	-0.037115558	0.975556646	-3.707294763
GRANSNACK S.A.	0	0	0	0	0.294117647	0	0	1	-4.904647059
RESTAURANTE VERSAN FACS CIA.LTDA.	0	0	0	0	0.136704996	65.06190228	0.002277084	0.0009076745	-15.89834867

**TOTAL
EMPRESAS**

3

Elaborado por: Los Autores

Al analizar el 2019, de las 32 empresas estudiadas; dentro de las cuales 6 empresas cumplen con los parámetros para el estudio; el 50% de compañías luego del cálculo del modelo M-score no muestran signos de manipulación en la información financiera.

Tabla 9

Empresas	DSRI	GMI	AQI	DEPI	SGI	SGAI	TATA	LVGI	MODELO M- SCORE
HOTEL COLON INTERNACIONAL CA COMPAÑIA DE ECONOMIA MIXTA	1.732967261	0.943853005	1.028487873	1.025915042	0.320939062	1.655125057	-0.48939201	0.975556646	-4.821102505
HOTELERA Y TURISTICA AMBATO	0.152925476	1	0	3.827978563	1.057078121	0.858711421	0.173852672	8.943850133	-5.047058049
PAPIZZEC S.A. HOTELES Y RESTAURANTES HORPAH C.LTDA..	0.77163682	1.790589428	1.161707978	1.215347141	0.866365339	1.296726806	-1.071900021	1.017797951	-7.030400889
RESTAURANTE VERSAN FACS CIA.LTDA.	1.01456368	0.582813465	0	0.635288518	0.758345529	0.907723501	0.004450143	3.499371604	-0.782670124
	16248.98	0	0	0	16248.98	0	0.9987073	1	29442.65771

GRANSNACK S.A..	0	0	0	0	0.333333333	0	0.004803711	0	-4.520190103
-----------------	---	---	---	---	-------------	---	-------------	---	--------------

Modelo de M-Score año 2020-2021

Elaborado por: Los Autores

En la tabla 9 se analiza la aplicación de la herramienta M-Score de las empresas durante el 2020 que en total suman 62; de las cuales luego de la depuración en cuanto a ingresos y permanencia en el mercado turístico corresponden a 6 empresas, lo que representa el 19%.

Tabla 10
Empresas que muestran índice de contabilidad creativa 2020-2021 después de aplicarles la herramienta M-Score

Empresas	DSRI	GMI	AQI	DEPI	SGI	SGAI	TATA	LVGI	MODELO M-SCORE
HOTELES Y RESTAURANTE S HORPAH C.LTDA..	1.01456368	0.582813465	0	0.635288518	0.758345529	0.907723501	0.004450143	3.499371604	-0.782670124
RESTAURANTE VERSAN FACS CIA.LTDA.	16248.98	0	0	0	16248.98	0	0.9987073	1	29442.65771
TOTAL EMPRESAS									2

Elaborado por: Los Autores

En la tabla 10 se observan las empresas del año 2020 que en total son 62 para el estudio. Luego del análisis de datos el 19% de las empresas turísticas escogidas es decir 6, dos de ellas muestran la utilización de contabilidad creativa. Es decir, el 33,33% de las empresas muestran indicios de manipulación de datos.

Tabla 11

Empresas que no muestran índice de contabilidad creativa 2020-2021 después de aplicarles la herramienta M-Score

Empresas	DSRI	GMI	AQI	DEPI	SGI	SGAI	TATA	LVGI	MODELO M-SCORE
HOTEL COLON INTERNACIONAL CA	1.732967261	0.943853005	1.02848787 3	1.025915042	0.32093906 2	1.655125057	-0.48939201	0.975556646	-4.821102505
COMPañIA DE ECONOMIA MIXTA HOTELERA Y TURISTICA AMBATO	0.152925476	1	0	3.827978563	1.05707812 1	0.858711421	0.173852672	8.943850133	-5.047058049
PAPIZZEC S.A.	0.77163682	1.790589428	1.16170797 8	1.215347141	0.86636533 9	1.296726806	-1.071900021	1.017797951	-7.030400889
GRANSNACK S.A..	0	0	0	0	0.33333333 3	0	0.00480371 1	0	-4.520190103
TOTAL EMPRESAS									4

Elaborado por: Los Autores

En la tabla 11 se muestran las empresas que no tienen señales de haber utilizado contabilidad creativa, puesto que el indicador Mscore es menor a 2,22, de acuerdo con lo señalado en la escala de Beneish. Se observa que el 67% de empresas no han realizado manipulación en los datos.

4.3 Indicadores Rentabilidad sobre los Activos

A continuación, se analiza la rentabilidad sobre los activos en las empresas estudiadas:

Tabla 12

ROA: 2018

Empresas que muestran índices de haber aplicado contabilidad creativa en sus Estados Financieros

EMPRESAS	GANANCIA (PÉRDIDA) NETA DEL PERIODO	ACTIVO	ROA
HOTELES Y RESTAURANTES HORPAH C.LTDA. COMPAÑIA DE ECONOMIA MIXTA	29,134.71	497,502.08	5.86%
HOTELERA Y TURISTICA AMBATO	107,552.66	3518671.58	3.06%

Elaborado por: Los Autores

En la Tabla 12 se observa el cálculo del indicador financiero de rentabilidad sobre los activos calculado para las empresas cuyo M-score mostró la aplicación de contabilidad creativa. Para el 2018 se analiza una tendencia similar entre ambas empresas cuyos porcentajes en promedio ascienden a 4,46%; lo que significa que la empresa realiza una gestión apropiada de sus activos para la generación de utilidades.

Tabla 13

ROA: 2018

Empresas que no muestran índices de haber aplicado contabilidad creativa en sus Estados Financieros.

EMPRESAS	GANANCIA (PÉRDIDA) NETA DEL PERIODO	ACTIVO	ROA
HOTEL COLON INTERNACIONAL CA	553,832.91	43,384,055.45	1.28%
PAPIZZEC S.A.	132,519.2	3184980.96	4.16%

Para el 2018, un 50% de las empresas estudiadas no muestran indicios de haber utilizado contabilidad creativa con un porcentaje de rentabilidad promedio de 2.72% vs. 4.46% para aquellas que si utilizaron contabilidad creativa.

Tabla 14

ROA 2019

Empresas que muestran indicios de haber aplicado contabilidad creativa en sus Estados Financieros.

EMPRESAS	GANANCIA (PÉRDIDA) NETA DEL PERIODO	ACTIVO	ROA
HOTELES RESTAURANTES HORPAH C.LTDA.	28,226.24	414,614.55	6.81%
COMPañIA DE ECONOMIA MIXTA HOTELERA Y TURISTICA AMBATO	14,724.42	4,514,931.53	0.33%
PAPIZZEC S.A.	57,838.80	3,457,632.05	1.67%

Para el año 2019 los hoteles y restaurantes que muestran indicios de manipulación de

datos obtuvieron una rentabilidad positiva promedio de 2,94% lo que indica un buen manejo de sus activos como recurso productivo para obtener beneficios empresariales.

Tabla 15

ROA 2019

Empresas que no muestran indicios de haber aplicado contabilidad creativa en sus Estados Financieros

EMPRESAS	GANANCIA (PÉRDIDA)NETA DEL PERIODO	ACTIVO	ROA
HOTEL COLON INTERNACIONAL CA	597,737.6	49,176,008.97	1.22%
GRANSNACK S.A. RESTAURANTE	0	99,296.15	0.00%
VERSAN FACS CIA.LTDA.	-8,747.34	18,665.2	-46.86%

Para el año 2019, las empresas que no tuvieron indicios de manipulación presentaron en promedio una tasa porcentual del -15,23% aunque los datos son muy dispersos teniendo como límites 0 y 47%; siendo significativo el valor inferior al 46,86% registrado por una de las empresas.

Tabla 16

ROA 2020

Empresas que muestran indicios de haber aplicado contabilidad creativa en sus Estados Financieros.

EMPRESAS	GANANCIA (PÉRDIDA) NETA DEL PERIODO	ACTIVO	ROA
HOTELES RESTAURANTES HORPAH C.LTDA.	24,312.35	48,6831.07	4.99%
PAPIZZEC S.A.	35,374.53	7,949,077.04	0.45%

RESTAURANTE				
VERSAN	FACS	6.13	2,692.04	0.23%
CIA.LTDA.				

Para el año 2020 las empresas que utilizaron manejo de datos mostraron una rentabilidad positiva promedio de 1,88% lo que significa que los activos adquiridos para uso de la empresa han sido productivos y la empresa ha sido capaz de generar beneficios.

Tabla 17

ROA 2020

Empresas que no muestran indicios de haber aplicado contabilidad creativa en sus Estados Financieros.

EMPRESAS	GANANCIA (PÉRDIDA) NETA DEL PERIODO	ACTIVO	ROA
HOTEL COLON INTERNACIONAL CA COMPAÑIA DE ECONOMIA MIXTA HOTELERA Y TURISTICA AMBATO	-1,717,773.28	46,281,757.79	-3.71%
GRANSNACK S.A.	0	99,296.15	0.00%

Para el 2020 las empresas sin manipulación contable muestran rentabilidad sobre los activos con valores negativos o muy bajos cercanos a 0%. El ROA promedio corresponde a -0,86%.

Tabla 18

ROA 2021

Empresas que muestran indicios de haber aplicado contabilidad creativa en sus Estados Financieros (en base al análisis del 2020)

EMPRESAS	GANANCIA (PÉRDIDA) NETA DEL PERIODO	ACTIVO	ROA
HOTELES Y RESTAURANTES HORPAH C.LTDA.	96,837.15	434,431.62	22.29%
PAPIZZEC S.A. RESTAURANTE	114,449.65	10,283,544.05	1.11%
VERSAN FACS CIA.LTDA.	0	2,692.04	0.00%

Para el año 2021 las empresas obtuvieron una rentabilidad promedio sobre los activos de 7,8%; lo que se traduce como una gestión positiva dentro de las empresas.

Tabla 19

ROA 2021

Empresas que no muestran indicios de haber aplicado contabilidad creativa en sus Estados Financieros.

EMPRESAS	GANANCIA (PÉRDIDA) NETA DEL PERIODO	ACTIVO	ROA
HOTEL COLON INTERNACIONAL CA COMPAÑIA DE ECONOMIA MIXTA HOTELERA Y TURISTICA AMBATO	-2,327,626.59	45,476,809.37	-5.12%
GRANSNACK S.A.	0	99,296.15	0.00%

Para el año 2021 la rentabilidad de la mayoría de las empresas fue negativa; en promedio el ROA fue de -2,27 y en algunos casos llegó a ser cero, lo que es un indicador negativo del manejo y gestión empresarial.

5. Conclusiones y Discusión

La contabilidad creativa en el sector turístico del Ecuador ha sido objeto de debate y preocupación en los últimos años sobre a partir de la pandemia de COVID 2019. Varios autores señalan, que esta práctica puede tener efectos negativos en la rentabilidad real de las empresas turísticas, distorsionar la toma de decisiones empresariales, erosionar la confianza de los inversores y poner en riesgo la sostenibilidad financiera a largo plazo.

Para este análisis se compararon para cada año desde el 2018 al 2019 aquellas empresas que muestran indicios de aplicación de contabilidad creativa vs. las que no mostraron señales de manipulación de información, y se compararon con el indicador de rentabilidad de los activos medido a través de la herramienta financiera ROA.

Para el año 2018 las empresas con indicios de contabilidad creativa mostraron índices de rentabilidad mayores que aquellas empresas que no tenían señales de manipulación de la información financiera. En los años del 2019, 2020 y 2021 se mantiene constante el patrón de aumento en la rentabilidad sobre los activos en las compañías que se identificaron con signos de manipulación de la información financiera vs. aquellas empresas que no presentaron cambios significativos en el índice de Beneish.

Para los años 2019, 2020 y 2021, las empresas que se identificaron sin indicios de contabilidad creativa mostraron rentabilidades negativas o cercanas a cero. Cabe señalar, que estos años están marcados por la pandemia de la COVID-2019, la misma que trajo consigo grandes pérdidas a nivel empresarial sobre todo en el sector turístico.

Para futuros estudios se considera importante establecer los factores que motivan a las empresas en la utilización de la contabilidad creativa, determinando si su uso produce beneficios reales a las compañías o provoca situaciones negativas a mediano y largo plazo. Dentro de este contexto, es de fundamental importancia

fortalecer la regulación, promover la conciencia y educación sobre la contabilidad responsable, y fomentar la transparencia en la presentación de información financiera en el sector turístico del Ecuador.

Finalmente, se concluye que las empresas que mostraron indicios de la aplicación de contabilidad creativa obtuvieron indicadores promedios de rentabilidad sobre los activos más altos, que aquellas compañías que en las que no se identificaron señales del uso de contabilidad creativa en el sector turístico del Ecuador.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguirre, C., Barona, C., & Dávila, G. (septiembre de 2020). La rentabilidad como herramienta para la toma de decisiones: análisis empírico en una empresa industrial (U. P. Unión, Ed.) *Revista Valor Contable*, 7(1), 50-64. Retrieved 19 de julio de 2023, from https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri_vc/article/download/1396/1750
- Altamirano Salazar, Aníbal Washington La Contabilidad Creativa En El Gobierno Cooperativo De Las Empresas Ciencias Administrativas, núm. 12, 2018 Universidad Nacional de La Plata, Argentina Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=511656033012>
DOI: <https://doi.org/10.24215/23143738e027>
- Arévalo, C., & Torres, P. &. (2019). Contabilidad creativa y sostenibilidad financiera en el sector turístico del Ecuador. *Revista de Gestión Turística*, 24(1), 98-115.
- Becerra Molina, Jorge Edison, Jaramillo Calle, Carmen Yolanda, Astudillo Arias, Pedro Yamil, & Velasteguí López, Luis Efraín. (2021). Impactos contables de la covid-19 en el entorno de los negocios de la región 6. *Revista Universidad y Sociedad*, 13(6), 306-317. Epub 10 de diciembre de 2021. Recuperado en 09 de agosto de 2023, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202021000600306&lng=es&tlng=es.
- Calderón Portocarrero, R. (2017). Contabilidad creativa: la manipulación de la información mediante la aplicación de procedimientos contables incorrectos. *Adversia*, (18), 1–18. Recuperado a partir de <https://revistas.udea.edu.co/index.php/adversia/article/view/327383>
- Castillo-Altamirano, M., & Ballesteros-López, L. (2023). Turismo en época de pandemia: impacto del mensaje publicitario en el comportamiento turístico. *593 Digital Publisher CEIT*, 8(1-1), 419-431. <https://doi.org/10.33386/593dp.2023.1-1.1203>

- Castro Solórzano, Y.C. 2021. Contabilidad creativa, una puerta abierta a la corrupción: aproximación a partir de la percepción de tres profesionales en contaduría de la Universidad Nacional de Colombia, sede Bogotá. Apuntes Contables. 27 (oct. 2020), 11–31. DOI: <https://doi.org/10.18601/16577175.n27.02>
- Chiriguayo, P. d. (1 de junio de 2021). Gestión contable y la toma de decisiones en el sector hotelero. [Ensayo de Maestría, Universidad de la Península de Santa Elena] Retrieved 19 de junio de 2023, from Repositorio.upse.edu.ec: <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/5873/1/UPSE-TCA-2021-0064.pdf>
- Encalada-Tenorio, G., Acosta-Roby , M. G., Caicedo-Monserrate , D. L., & Ocampo-Ulloa , W. L. (2021). La contabilidad creativa y su importancia en la gestión de la información financiera. Revista Científica FIPCAEC (Fomento De La investigación Y publicación científico-técnica multidisciplinaria). ISSN: 2588-090X . Polo De Capacitación, Investigación Y Publicación (POCAIP), 6(1), 173-189. <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v6i1.434>
- Enríquez, A., & Sáenz, C. (2021). Primeras lecciones y desafíos de la pandemia de COVID-19 para los países del SICA (electrónica ed., Vol. 1). (CEPAL, Ed.) Santiago, Chile: CEPAL. ISSN: 1684-0364
- Flores, A. (2017). Repositorio Universidad Técnica de Ambato. (R. U. Ambato, Ed.) pág. 30. [Tesis previo a la obtención de título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría, Universidad Técnica de Ambato] Retrieved 19 de junio de 2023, from Repositorio Universidad Técnica de Ambato: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/24486/1/T3846i.pdf>
- Gallegos, L., & Freire, L. (2019). Análisis de la contabilidad creativa: principales causas, finalidades y prácticas empleadas. RECIAMUC, 1(4), 267-293. <https://doi.org/https://doi.org/10.26820/reciamuc/1.4.2017.267-293>
- García, A. &. (2017). Prácticas de contabilidad creativa en el sector turístico del Ecuador. Revista de Contabilidad, 20(2), 54-69.

Grupo AndBank. (2023). Grupo AndBank, banca privada, on line. Retrieved 18 de julio de 2023, from Grupo AndBank, banca privada: <https://www.andbank.com/seguridad-en-internet>

Higuita, M., Serna, M., Vallejo, L., & Chamorro, C. (15 de julio-diciembre de 2021). Riesgos tributarios, penales y financieros en los contadores públicos y en las empresas por desarrollar una contabilidad creativa. (2, Ed.) Revista En Contexto, 9(15), 67-89. ISSN: 2346-3279

Lager, M. (enero de 2023). ¿El turismo como estrategia de desarrollo? Un análisis empírico desde la Costa ecuatoriana. El caso de la comuna ancestral Olón. (ESPOL, Ed.) Revista Científica Investigaciones Turísticas, 26(1), 162-182. <https://doi.org/https://doi.org/10.14198/INTURI.22633>

Lainez, J. A., & Callao, S. (1999). Contabilidad creativa. Madrid, España: Ediciones Civitas. <https://doi.org/84-470-1193-3> Mantilla, M., & Urbina, A. (30 de abril de 2023). Investigación y formación contable en Ecuador. Una aproximación a su realidad actual. (U. Javeriana, Ed.) Cuadernos de Contabilidad, 24. <https://doi.org/https://doi.org/10.11144/Javeriana.cc24.ifce>

Mape Vanegas, R. (2020). Repositorio Universidad El Bosque. Retrieved 20 de julio de 2023, from Repositorio Universidad El Bosque: https://repositorio.unbosque.edu.co/bitstream/handle/20.500.12495/6268/Mape_Vanegas_Ruth_2020.pdf?sequence=1 Moposita, H. (febrero de 2020). Biblioteca: Repositorio Universidad Técnica de Ambato. (U. T. Ambato, Ed.) <https://doi.org/123456789/30811>

Patiño S., D. P. (agosto-noviembre de 2017). La práctica de la contabilidad creativa: una revisión multicasos en el Ecuador. (E. Universidad de las Fuerzas Armadas, Ed.) Revista Digital Tambara - Ciencias Económicas, 1(3), 1-12. Retrieved 18 de junio de 2023, from <https://tambara.org/wpcontent/uploads/2017/08/LA-PR%C3%81CTICA-DE-LA-CONTABILIDADCREATIVA-UNA->

[REVISI%C3%93N-MULTICASOS-EN-EL-ECUADOR.pdf](#)

Patiño Soto, D. P. (s.f.). La práctica de la contabilidad creativa: una revisión multicasos en el Ecuador.

Pérez, D., & Acosta, J. &. (2021). Regulación y control de la contabilidad creativa en el sector turístico del Ecuador. *Revista de Contabilidad y Auditoría*, 28(2), 45- 61.

Pirela Espina, W. A. (9 de julio de 2021). Contabilidad creativa: principales causas que motivan su uso en las empresas del municipio san francisco del estado zulia, venezuela. *Revista Científica COMPENDIUM*, 24(46), 46. Retrieved 20 de junio de 2023, from <https://revistas.uclave.org/index.php/Compendium/article/view/3861>

Pirela, W. (9 de julio de 2021). Contabilidad Creativa: Principales Causas Que Motivan Su Uso En Las Empresas Del Municipio San Francisco Del Estado Zulia, Venezuela. (U. C. Alvarado, Ed.) *Revista Compendium*, 24(46). Retrieved 25 de julio de 2023, from [https://www.redalyc.org/journal/880/88067978003/html/#:~:text=Para%20Naser%20\(1993\)%2C%20la,estados%20financieros%20de%20las%20empresas](https://www.redalyc.org/journal/880/88067978003/html/#:~:text=Para%20Naser%20(1993)%2C%20la,estados%20financieros%20de%20las%20empresas)

Quimís, M. L. (septiembre de 2021). Repositorio Universidad de Guayaquil, Facultad de Ciencias Económicas. (Universidad de Guayaquil, Ed.) <https://doi.org/http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/55824>

Romero, P. (13 de abril de 2015). Prezi. (P. Romero, Ed.) Retrieved junio19 de 2023, from Prezi: [https://prezi.com/m8v7aihla-o5/contabilidad-financiera-en-el-turismo/#:~:text=Esta%20se%20relaciona%20con%20el,%2C%20Centros%20Vacacionales%2C%20etc.\)](https://prezi.com/m8v7aihla-o5/contabilidad-financiera-en-el-turismo/#:~:text=Esta%20se%20relaciona%20con%20el,%2C%20Centros%20Vacacionales%2C%20etc.))

Salazar, C., & Mollocana, D. (febrero de 2018). Repositorio Universidad Técnica de Ambato. (UTA, Ed.) <https://doi.org/http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/27252>

- Sánchez, B., & Moreta, L. (febrero de 2022). Repositorio.uta.edu.ec. Retrieved 18 de pág. 32 junio de 2023, from Repositorio.uta.edu.ec: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/34150/1/T5214i.pdf>
- Santiana, A. (2013). Repositorio Universidad Andina Simón Bolívar, sede Ecuador. (s. E. Universidad Andina Simón Bolívar, Ed.) <https://doi.org/http://hdl.handle.net/10644/3711>
- Santos, C. (julio-diciembre de 2016). La contabilidad creativa, el directivo y la ética organizacional. SCIELO, Revista Retos de la Dirección, 10(2), 46-77. <https://doi.org/ISSN 2306-9155>
- Sterling, R. (1967). Una declaración de la teoría básica de la contabilidad: un artículo de revisión. (JSTOR, Ed.) Revista de Investigación Contable JSTOR, 5(1), 95-112. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/2489988>
- Tafur, M. (24 de diciembre de 2021). “Evasión tributaria” grandes empresas ecuatorianas. Expectativa, la clave de la información, pág. Opinión. Retrieved 18 de julio de 2023, from <https://www.expectativa.ec/evasion-tributariagrandes-empresas-ecuatorianas/>
- Vega, V., Navarro, M., Cejas, M., & y, C. R. (15 de junio de 2021). Contabilidad creativa: Perspectivas jurídicas y empresariales a partir de los procesos de información. (U. d. (LUZ), Ed.) Revista Venezolana De Gerencia, 26(5 (número especial)), 737-754. Retrieved 20 de junio de 2023, from <https://www.produccioncientificaluz.org/index.php/rvg/article/view/3647>
- Veloz, R. R. (septiembre de 2022). Repositorio Universidad de Guayaquil. Facultad de Ciencias Económicas. (U. d. Guayaquil., Ed.) <https://doi.org/http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/65825>

- Zabaleta López María Jhordana, & Monsalve Peláez Magda Andrea. (2019). Contabilidad creativa e información financiera: aciertos e implicaciones Creative accounting and financial information: accesses and implications. In Liderazgo Estratégico | (Vol. 9). <http://revistas.unisimon.edu.co/index.php/liderazgo>
- Zambrano, F., Sánchez, M., & Correa, S. (2021). Análisis de rentabilidad, endeudamiento y liquidez de microempresas en Ecuador. (U. P. Ecuador, Ed.) Revista de Ciencias de la Administración y Economía RETOS, 11(22), 235-249. <https://doi.org/https://doi.org/10.17163/ret.n22.2021.03>
- Zurita Luque, A. (31 de mayo de 2022). Repositorio Institucional Universidad Rovira i Virgili. (U. R. (URV), Ed.) <https://doi.org/http://hdl.handle.net/20.500.11797/TFG4574>
- Zurita, E., González, M., Borja, M., & Pinilla, D. (27 de mayo de 2021). sector turístico y su impacto en la economía ecuatoriana (1 ed., Vol. 1). (U. N. Chimborazo, Ed.) Chimborazo, Ecuador: UNACH. <https://doi.org/10.37135/u.editorial.05.28>