

EL LEVANTAMIENTO DE COSTOS COMO BASE PARA ESTRATEGIAS DE MARKETING RENTABLES: INTEGRACIÓN ENTRE CONTABILIDAD DE COSTOS Y TOMA DE DECISIONES COMERCIALES

COST SURVEYING AS A FOUNDATION FOR PROFITABLE MARKETING STRATEGIES: INTEGRATION BETWEEN COST ACCOUNTING AND COMMERCIAL DECISION-MAKING

Karina Estefanía Vimos Buenaño¹, Ariel Enrique Pilco Cordova², Angel Gerardo Castelo Salazar³, Lénin Enrique Valverde Sánchez⁴

{karina.vimos@espoch.edu.ec¹, enrique.pilco@espoch.edu.ec², angel.castelo@espoch.edu.ec³, lenin.valverde@espoch.edu.ec⁴}

Fecha de recepción: 05/03/2026 / Fecha de aceptación: 27/03/2026 / Fecha de publicación: 31/03/2026

RESUMEN: La fractura operativa entre los sistemas de medición financiera y la proyección de tácticas de mercado es una patología corporativa que devasta la rentabilidad organizacional. En el contexto de las naciones emergentes, especialmente en el tejido empresarial latinoamericano, esta brecha se profundiza a niveles críticos debido a la asimilación deficiente de arquitecturas de costeo analítico. En respuesta a esta problemática, este estudio analiza de manera sistemática y rigurosa la evidencia científica contemporánea en torno al papel del levantamiento de costos como pilar fundamental para diseñar estrategias de marketing rentables. El escrutinio evalúa los modelos de integración entre la contabilidad de costos y la toma de decisiones comerciales, mapeando la bibliografía indexada en el quinquenio 2021-2026 con un enfoque prioritario en Latinoamérica. La revisión ejecutó una minería de datos sistemática bajo el protocolo PRISMA 2020, interrogando bases como Scopus, Web of Science, SciELO y Redalyc. Tras un filtro metodológico de cuatro fases, se depuró un barrido inicial de 1,158 manuscritos hasta consolidar una matriz de 42 estudios de alta fidelidad. De la disección bibliográfica emergieron hallazgos sustanciales donde el Costeo Basado en Actividades (ABC) mantiene su hegemonía investigativa (66.7%), acompañado de una adopción acelerada de la variante Time-Driven ABC (45.2%). Además, la integración disciplinar detonó expansiones empíricas en el Retorno sobre Inversión en Marketing (ROMI) con una media paramétrica del 22.6%. Sin embargo, el ecosistema latinoamericano sigue asediado por barreras crónicas como la ausencia de una cultura de costeo (83.3%), fisuras digitales (72.2%) y la volatilidad

¹Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, <https://orcid.org/0000-0001-5103-8576>

²Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, <https://orcid.org/0009-0007-6900-8931>

³Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, <https://orcid.org/0000-0003-3859-6105>

⁴Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, <https://orcid.org/0009-0000-6665-6641>

pospandémica (44.4%). En definitiva, el acervo empírico certifica que el levantamiento de costos milimétrico es un cimiento innegociable para formular tácticas comerciales rentables, evidenciando una profunda asimetría entre los postulados académicos y su aterrizaje corporativo regional que exige interfaces de integración ajustadas a sus propias restricciones.

Palabras clave: Rentabilidad corporativa, integración disciplinar, contabilidad gerencial, superioridad competitiva, analítica de negocios

ABSTRACT: The operational divide between financial measurement systems and market strategy planning is a corporate pathology that devastates organizational profitability. In the context of emerging nations, especially in the Latin American business fabric, this gap widens to critical levels due to the poor assimilation of analytical costing architectures. In response to this problem, this study systematically and rigorously analyzes contemporary scientific evidence on the role of cost accounting as a fundamental pillar for designing profitable marketing strategies. The review evaluates models of integration between cost accounting and business decision-making, mapping the literature indexed in the five-year period 2021-2026 with a priority focus on Latin America. The review performed systematic data mining under the PRISMA 2020 protocol, querying databases such as Scopus, Web of Science, SciELO, and Redalyc. After a four-phase methodological filter, an initial sweep of 1,158 manuscripts was refined to consolidate a matrix of 42 high-fidelity studies. The literature review revealed substantial findings, with Activity-Based Costing (ABC) maintaining its research dominance (66.7%), accompanied by accelerated adoption of the Time-Driven ABC variant (45.2%). In addition, disciplinary integration triggered empirical expansions in Return on Marketing Investment (ROMI) with a parametric average of 22.6%. However, the Latin American ecosystem continues to be beset by chronic barriers such as the absence of a costing culture (83.3%), digital divides (72.2%), and post-pandemic volatility (44.4%). In short, empirical evidence confirms that meticulous cost analysis is a non-negotiable foundation for formulating profitable business tactics, highlighting a profound asymmetry between academic postulates and their regional corporate implementation, which requires integration interfaces tailored to their own constraints.

Keywords: Corporate profitability, disciplinary integration, management accounting, competitive superiority, business analytics

INTRODUCCIÓN

En la arquitectura clásica de las organizaciones, la contabilidad de costos y el diseño de estrategias de mercado han operado de manera endémica como ecosistemas aislados, exhibiendo una interoperabilidad prácticamente nula. Mientras los departamentos financieros han focalizado sus recursos en auditar el consumo de materias primas y los recargos de manufactura, las células de marketing han dirigido todo su potencial hacia la tracción de ingresos mediante la conquista del consumidor. Esta división de responsabilidades ha engendrado vulnerabilidades estructurales severas, las cuales se manifiestan críticamente cuando la fijación de tarifas, la concepción de

productos y el despliegue publicitario se ejecutan en absoluta ceguera respecto a la estructura del levantamiento de costos (1).

El levantamiento de costos se define técnicamente como la ingeniería de rastreo, parametrización, asignación y auditoría de todos los desembolsos requeridos para mantener la operatividad de una empresa (2). La exactitud de este procedimiento es el eje gravitacional para la toma de decisiones comerciales, puesto que suministra la base de datos necesaria para dictaminar la viabilidad financiera de las carteras de productos, la rentabilidad neta de los segmentos de clientes y el desempeño económico de los canales de venta (3). En un teatro de operaciones comerciales caracterizado por la erosión de los márgenes y un comprador hiperconectado, la integración entre la contabilidad de costos y el marketing es un requisito ineludible para preservar la superioridad competitiva (4).

A escala internacional, las metodologías de levantamiento de costos han sufrido una metamorfosis radical, abandonando las asignaciones volumétricas tradicionales para abrazar modelos algorítmicos como el Costeo Basado en Actividades (ABC) y el enfoque de Costo Objetivo (Target Costing). Estas disrupciones han habilitado una lectura microscópica de la rentabilidad (5). Investigaciones de frontera evidencian que herramientas de alta precisión como el Time-Driven Activity-Based Costing (TDABC) no solo logran una dispersión exacta de los costos indirectos, sino que visibilizan los nichos de capacidad ociosa. Dicha capacidad, al ser identificada por la contabilidad, puede ser transferida a los planificadores de marketing para detonar estrategias comerciales altamente rentables y sin necesidad de inyectar nuevo capital (6).

El espectro geográfico latinoamericano presenta distorsiones contextuales que exigen un análisis calibrado. Las matrices productivas de la región adolecen de inestabilidad macroeconómica recurrente, vastos sectores operando en la informalidad y una hegemonía de las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES), las cuales padecen déficits de capital para integrar plataformas de gestión de alto nivel (7). Audiciones empíricas en Colombia, México y Chile certifican que, aun con la aceleración digital inducida por la emergencia sanitaria global, una fracción alarmante de corporaciones insiste en emplear sistemas de costeo arcaicos. Estos sistemas distribuyen el gasto indirecto bajo variables de volumen, generando una ceguera analítica que desfigura por completo la estructura real de los márgenes (8,9).

Extrapolando este fenómeno a la República del Ecuador, la dinámica productiva mimetiza fielmente el patrón regional. El conglomerado comercial ecuatoriano, cimentado casi en su totalidad sobre micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES), colisiona frecuentemente contra barreras formativas al intentar profesionalizar su contabilidad de costos (10). Escrutinios académicos localizados en Guayaquil, Quito y Cuenca revelan que un porcentaje crítico de gerentes desconoce los parámetros exactos de su levantamiento de costos. Por ende, la toma de decisiones comerciales se fundamenta en la imitación de precios de la competencia o en sesgos psicológicos (11). Esta asimetría de información desencadena estrategias de marketing ruinosas: descuentos que fagocitan la utilidad líquida, inversiones promocionales en canales con rentabilidad negativa y categorizaciones de clientes basadas exclusivamente en la facturación bruta, ignorando el costo real de servir a cada comprador (12).

Los dictámenes oficiales de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros del Ecuador han ratificado que la ausencia de sistemas robustos de levantamiento de costos opera como la principal turbina de quiebras societarias. Este fenómeno adquirió niveles de letalidad en el escenario pospandémico, un ecosistema donde la contracción del circulante exigió una precisión milimétrica en los negocios (13). La institución ha recalado el carácter de urgencia que reviste la implementación de programas de reeducación gerencial para MIPYMES, señalando que la integración de la contabilidad de costos es la única garantía de supervivencia a largo plazo.

La literatura científica contemporánea ha iniciado la demolición de los silos departamentales. Investigadores como Torres y Gómez (6) demostraron analíticamente que la inclusión del motor TDABC en los tableros de control de marketing extrajo a la superficie ineficiencias corporativas que el software tradicional enmascaraba. Esta revelación proporcionó bases de datos fidedignas para la toma de decisiones comerciales. En paralelo, disciplinas nacientes como la analítica de métricas de mercado se han volcado a la traducción de los impactos publicitarios en indicadores puramente financieros, como el Retorno sobre la Inversión en Marketing (ROMI), un cálculo que colapsa si no está sostenido por un levantamiento de costos infalible (14).

Interrogante directriz del estudio: ¿A través de qué variables operativas y con qué magnitud paramétrica el levantamiento sistemático de costos condiciona la formulación de estrategias de marketing rentables dentro del ecosistema empresarial latinoamericano, según la producción científica validada en la ventana 2021-2026?

La integración entre contabilidad de costos y toma de decisiones comerciales supera el ámbito de la simple corrección de software; se consolida como la espina dorsal de la orientación proactiva al mercado. Este enfoque académico postula que la invulnerabilidad competitiva se logra exclusivamente mediante el diseño de una oferta de valor incomparable (15). Sin embargo, estructurar esta propuesta requiere que la corporación descifre tanto el índice de satisfacción del comprador como el sacrificio patrimonial exacto que conlleva entregarlo. El beneficio percibido por el cliente debe estar en sincronía milimétrica con la rentabilidad exigida por los inversores, un balance que exige tableros de control integrados en tiempo real (16).

A pesar de las comprobaciones teóricas, persiste un abismo entre el laboratorio académico y el piso de operaciones corporativo, un vacío que es desolador en las economías en desarrollo debido a la escasez crítica de talento híbrido (17,18). Interrogantes medulares sobre los protocolos de anclaje de sistemas de costeo en empresas de baja capitalización, las infraestructuras de software más idóneas para sobrevivir a la inestabilidad pospandémica y las matrices estadísticas para medir el impacto comercial, permanecían sin respuestas concluyentes en la base de datos global.

Este escrutinio sistemático tiene como misión mitigar este vacío bibliográfico, estructurando una amalgama analítica de la ciencia producida entre 2021 y 2026 respecto al levantamiento de costos como base para estrategias de marketing rentables, asignando un peso específico a las realidades operativas de América Latina y del Ecuador.

MATERIALES Y MÉTODOS

Arquitectura de la Investigación La captura y análisis de la data se ejecutó bajo los lineamientos de una revisión sistemática de literatura estructurada con un diseño mixto (fusión de técnicas cualitativas y empírico-cuantitativas). Esta armazón metodológica permitió asimilar descubrimientos derivados de modelados financieros, disecciones teóricas y laboratorios de casos in situ. El itinerario de la exploración fue rigurosamente calibrado utilizando la matriz internacional PRISMA 2020 (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses), asegurando la auditabilidad, la transparencia algorítmica y la contundencia de todo el despliegue analítico.

Formulación de la Interrogante (Modelo PICO) La directriz investigativa que gobernó las rutinas de rastreo se codificó empleando la sintaxis del modelo PICO, adaptada para su injerencia en las ciencias de la administración estratégica:

- **P (Población Objetivo):** Tejido corporativo comercial, sometiendo a un análisis microscópico a las unidades PYMES operativas en el continente latinoamericano, incluyendo la arquitectura de sus sistemas de información gerencial.
- **I (Intervención Analizada):** Parametrización y despliegue del levantamiento de costos, abarcando herramientas de última generación como la asignación ABC, el modelo derivado por tiempo TDABC, las metodologías de Costo Objetivo y las plataformas contables híbridas.
- **C (Criterio de Contraste):** Entidades empresariales desprovistas de integración operativa o caracterizadas por el uso de distribuciones de prorrateo lineal absoluto, desvinculadas de la toma de decisiones comerciales.
- **O (Output o Desenlace Evaluado):** Maximización de utilidades netas, grado de eficiencia de las estrategias de marketing rentables y el índice porcentual de rentabilidad traccionado por el capital publicitario (ROMI).

Repositorios Documentales y Táctica de Rastreo La minería de los repositorios científicos se efectuó en el transcurso del primer bimestre de 2026. Los motores de indexación de alto rigor interrogados fueron: Scopus, Web of Science Core Collection, la matriz SciELO, Redalyc y el registro Latindex. Como medida de contingencia y expansión, se activaron subrutinas de rastreo en Google Scholar y se aplicó la técnica de cadena de citas (snowballing) sobre la bibliografía de los manuscritos fundacionales, con la finalidad de extraer investigaciones laterales de importancia capital.

La lógica de tamizaje combinó el uso de tesauros estandarizados con sintaxis natural bilingüe, articulados mediante operadores booleanos matemáticos (AND, OR, NOT) para llevar al máximo la pureza de los resultados. La ecuación algorítmica de rastreo operó bajo la siguiente conformación:

(("cost accounting" OR "cost system" OR "activity-based costing" OR "TDABC" OR "target costing") AND ("marketing strategy" OR "marketing decisions" OR "pricing" OR "customer profitability" OR "ROMI") AND ("profitability" OR "business performance"))

Se inyectó una delimitación temporal estricta para confinar la extracción al espectro 2021-2026. Para garantizar la representación fidedigna de la realidad geoeconómica de la región, se insertaron los anclajes de localización: ("Latin America" OR "Ecuador" OR "Colombia" OR "Peru" OR "Mexico" OR "Chile" OR "Argentina" OR "Brazil").

Parámetros de Inclusión y Descarte

Condiciones de admisibilidad:

- Documentos originales provenientes de ensayos empíricos o construcciones teóricas, publicados en revistas bajo estricto régimen de indexación.
- Revisiones sistemáticas validadas y fragmentos capitulares de investigaciones científicas colegiadas.
- Literatura disponible en los idiomas inglés, español o portugués.
- Escrutinios académicos cuya fecha de alta se ubicará entre el primer día de 2021 y la clausura de 2026.
- Manuscritos que abordan de manera explícita y técnica la integración entre el levantamiento de costos y la toma de decisiones comerciales o estrategias de marketing rentables.
- Investigaciones ancladas en cualquier meridiano, otorgando un factor de ponderación prioritario a las operaciones auditadas en América Latina.

Condiciones de rechazo:

- Editoriales de revistas, correspondencia académica, sinopsis bibliográficas y documentos desprovistos de recolección de datos primarios.
- Tratados dedicados de forma exclusiva al registro fiscal financiero, sin ninguna intersección demostrable con el diseño de mercado o la gerencia comercial.
- Artículos extraídos de repositorios sin certificación peer-review de doble ciego o indexación dudosa.
- Manuscritos que evidenciaron fracturas graves en su diseño paramétrico durante la lectura forense.

Protocolo de Filtrado y Extracción de Data El embudo de selección documental se desarrolló acatando una progresión de cuatro ciclos, replicando de forma idéntica el diagrama de flujo certificado por PRISMA:

- **Detección:** Ejecución de las matrices booleanas sobre las bases de datos y exportación simultánea de toda la metadata hacia el software gestor bibliográfico (Zotero), plataforma que ejecutó la eliminación algorítmica de duplicidades.
- **Cribado Periférico:** Dos investigadores independientes auditaron de manera aislada los títulos y los resúmenes de todo el volumen bruto, ejecutando un primer filtro de elegibilidad. Las colisiones de criterio se resolvieron mediante conciliación técnica.

- **Auditoría de Elegibilidad:** Se procedió a la recuperación de los archivos completos de los documentos preaprobados. Estos textos enfrentaron una disección de lectura profunda para ratificar su alineación inquebrantable con la matriz de admisión.
- **Consolidación Final:** Aquellos artículos que sobrevivieron a todos los filtros de estrés metodológico fueron integrados formalmente a las sábanas de procesamiento cualitativo y cuantitativo.

Para la extracción de variables, se configuró un tablero de control paramétrico en Microsoft Excel. Los nodos de información recopilados fueron: autorías, ciclo temporal, geografía corporativa, propósito del ensayo, diseño del laboratorio, algoritmo de costeo integrado, indicadores comerciales calibrados, descubrimientos cardinales, fricciones declaradas y resoluciones finales.

Tabla 1. Diagrama estructural PRISMA para el filtrado documental.

Etapa Operativa	Detalle del Procedimiento	Volumetría
Detección Primaria	Volumen bruto extraído de motores científicos	1,158
	Capturas secundarias por trazabilidad manual	0
	Volumen consolidado previo a la limpieza	1,158
	Duplicidades suprimidas del sistema	(298)
Cribado Periférico	Volumen analizado por revisión de metadatos (título/abstract)	860
	Archivos descartados en la inspección superficial	(673)
Auditoría de Elegibilidad	Lectura profunda de documentos en extenso	187
	Documentos eliminados tras evaluación técnica	(145)
	- Carencia de puente lógico entre costos y mercadotecnia	62
	- Fisuras en el andamiaje investigativo	48
	- Incumplimiento de rigor de indexación	28
Consolidación Final	- Discrepancia idiomática	7
	Investigaciones habilitadas para el procesamiento cualitativo	42
	Investigaciones habilitadas para el procesamiento matemático	22

Medición de Integridad Metodológica El índice de confiabilidad científica de los documentos seleccionados fue calibrado mediante la aplicación de matrices de revisión homologadas al enfoque investigativo:

- Para los despliegues de recolección cuantitativa se ejecutó una rúbrica especializada en medir la pureza interna y la capacidad de generalización externa de la data.
- Los laboratorios de enfoque fenomenológico se sometieron al instrumento de calidad COREQ (Consolidated criteria for reporting qualitative research).
- Las sistematizaciones bibliográficas predecesoras fueron pasadas por el escáner del protocolo AMSTAR-2 (A Measurement Tool to Assess systematic Reviews).

El dictamen numérico de estas matrices no fue empleado como guillotina de descarte definitivo, sino como un ponderador del nivel de certeza al momento de redactar las síntesis empíricas.

En previsión de la alta variabilidad morfológica de los diseños experimentales, las topografías corporativas y las métricas de software utilizadas, se determinó vertebrar una narrativa analítica de compilación. Esta síntesis cualitativa fue apuntalada por un procesamiento de estadística descriptiva sobre frecuencias y tendencias evolutivas, parametrizando variables como las arquitecturas de levantamiento de costos predominantes, los clústeres sectoriales estudiados y el origen geopolítico de las publicaciones. Los resultados fueron encapsulados en silos temáticos resultantes de la minería semántica.

RESULTADOS

Del contingente de 42 piezas científicas, una fracción del 52.4% (22 investigaciones) se cimentó sobre diseños empíricos de naturaleza cuantitativa, alimentados primordialmente mediante la extracción de datos financieros y censos corporativos in situ. Un bloque del 33.3% (14 trabajos) operó bajo directrices fenomenológicas o cualitativas, desglosando casos clínicos de empresas individuales y laboratorios de investigación aplicados al terreno operativo. El 14.3% residual (6 documentos) funcionó como recapitulaciones teóricas o mapas de literatura previos.

Al disecar el origen geopolítico, el 45.2% del espectro bibliográfico (19 manuscritos) fue alumbrado en los ecosistemas comerciales de Norteamérica y Europa. Una fracción consolidada del 42.9% (18 investigaciones) brotó de la latitud latinoamericana, mientras que un marginal 11.9% (5 estudios) se importó de los polos asiáticos y alternos. Haciendo zoom sobre el continente latinoamericano, la hegemonía de la producción estuvo dictada por Brasil (6 documentos), seguido en bloque por Colombia (5), México (4), la academia chilena (2) y un documento solitario emanado de Ecuador. Este último trabajo, liberado en 2023, analizó algorítmicamente la integración de sistemas de costeo en las unidades de manufactura de la ciudad de Cuenca.

Tabla 2. Mapeo demográfico de las investigaciones en función del diseño y coordenada geográfica (2021-2026).

Bloque Geográfico	Modelo Cuantitativo	Modelo Cualitativo	Escrutinio Teórico	Sumatoria	Peso Porcentual (%)
Eje Euro-Norteamericano	12	4	3	19	45.2
Región Latinoamericana	8	8	2	18	42.9

EL LEVANTAMIENTO DE COSTOS COMO BASE PARA ESTRATEGIAS DE MARKETING RENTABLES: INTEGRACIÓN ENTRE CONTABILIDAD DE COSTOS Y TOMA DE DECISIONES COMERCIALES

Asia y Bloques Alternos	2	2	1	5	11.9
Volumen Global	22	14	6	42	100

El procesamiento de las volumetrías revela un salto cuántico en la injerencia académica de América Latina (42.9%) frente a métricas de ciclos anteriores. Esta expansión estadística evidencia una ebullición del interés académico local respecto a la necesidad de forjar estrategias de marketing rentables. El despunte de metodologías cualitativas en esta misma zona (8 investigaciones) responde a la urgencia clínica de auditar en tiempo real los colapsos operativos que desencadenó el aislamiento global. La marginalidad extrema de la participación ecuatoriana (una unidad) denuncia una falencia estructural en los laboratorios de ingeniería financiera locales, demandando una intervención inmediata para el escrutinio de estas dinámicas de rentabilidad.

El barrido de datos centrado en los algoritmos de levantamiento de costos demostró una mutación evidente en los paradigmas dominantes dentro de la ventana de análisis. El siguiente tabulador grafica la recurrencia estadística de cada arquitectura paramétrica en la muestra final.

Tabla 3. Índice de presencia de las metodologías de costeo en el corpus científico (2021-2026).

Arquitectura de Costeo	Apariciones en Muestra (n=42)	Tasa de Presencia (%)
Modelo Centrado en Actividades (ABC)	28	66.7
Modelo ABC Impulsado por Ecuaciones de Tiempo (TDABC)	19	45.2
Prorrateso Volumétrico Ortodoxo (procesos/órdenes)	18	42.9
Ingeniería de Costo Meta (Target Costing)	14	33.3
Arquitecturas Sintéticas / Híbridas	12	28.6
Monitoreo de Costos por Ciclo de Maduración	7	16.7

La matriz algorítmica ABC (Costeo Basado en Actividades) se niega a ceder su trono como la infraestructura de auditoría más abordada por la comunidad académica (66.7%), validando su profundidad matemática. No obstante, la disrupción más violenta de este ecosistema es el despegue vertical del Time-Driven ABC (TDABC), apoderándose del 45.2% del volumen de investigaciones. Esta métrica constata que la liquidez operativa del TDABC, combinada con su bajo costo de licenciamiento de software y su rapidez de inserción, lo erige como la matriz de costeo perfecta para dotar de estrategias de marketing rentables a corporaciones limitadas como las PYMES (6,24). Las interfaces de arquitectura híbrida (28.6%) se consolidan como un formato en expansión, calibradas para cruzar datos de sistemas mixtos. Es imperativo precisar que la aparición contundente del prorrateso tradicional (42.9%) no representa un endoso a su utilidad, sino que fue utilizado masivamente como el "paciente cero" o grupo de control obsoleto para documentar la toma de decisiones comerciales erráticas.

La célula investigativa de Torres y Gómez (6) probó mediante la parametrización de datos que la interfaz TDABC actúa como un escáner de alta resolución capaz de detectar el volumen de dinero evaporado por ineficiencias de proceso; variables que la contabilidad tradicional es incapaz de leer. Estos datos son el cimiento innegociable para recalibrar cualquier tablero de marketing.

Variaciones Paramétricas en la Rentabilidad y ROMI

El hallazgo dotado de mayor contundencia empírica, replicado transversalmente en la muestra, fue la correlación matemática estrictamente positiva entre el uso del levantamiento de costos como base y la expansión de la utilidad neta. Un bloque de diecinueve laboratorios paramétricos (abarcando el 86.4% de los estudios numéricos) ratificó saltos de altísimo impacto en los tableros de viabilidad económica de las empresas una vez que lograron la integración entre contabilidad de costos y toma de decisiones comerciales.

Tabla 3. Espectro de optimización registrado en la Métrica de Retorno de Marketing (ROMI) (2021-2026).

Bloque Geográfico	Volumen Evidencias	deEspectro de Fluctuación (%)	Media Matemática de Optimización (%)
Territorio Europeo	7	18 - 35	26.5
Bloque Norteamericano	5	15 - 30	22.3
Ecosistema Latinoamericano	7	12 - 28	19.2
Media Aritmética Global	19	12 - 35	22.6

La inteligencia de datos reciente certifica que la tasa de Retorno sobre la Inversión en Marketing (ROMI) sufrió explosiones cuantitativas que se movieron en el rango del 12% al 35%. La fijación de la media en un 22.6% consolida un rendimiento que supera ampliamente los registros de la década anterior. Los ingenieros de estas investigaciones atribuyen esta optimización radical a tres maniobras tácticas exactas:

Primero, la liquidación inmediata de presupuestos publicitarios destinados a subsegmentos de consumidores o líneas de producción que, al ser expuestos al rigor de un levantamiento de costos detallado, probaron ser parásitos de rentabilidad. Segundo, la reingeniería matemática del mix de marketing, concentrando los cañones promocionales de manera exclusiva sobre las áreas de máximo retorno proyectado. Tercero, la recalibración del motor de pricing, anclándolo irrevocablemente a la sumatoria real de los costos estructurales y cruzándolo con el techo de valor aceptado por el mercado (14,25).

Un descubrimiento de alta relevancia es el estrechamiento de la brecha de rendimiento entre el cono latinoamericano (12-28%) y los epicentros financieros del primer mundo (15-35%). Esta reducción del desfase es un derivado directo de la transición tecnológica forzosa impulsada por

el confinamiento pandémico, el cual acorraló a las PYMES de la región y las obligó a someter sus escasos recursos de capital a plataformas de medición rigurosas (26).

Bloqueos estructurales para la arquitectura integrada en Latinoamérica

El segmento conformado por los 18 análisis endémicos de la región permitió mapear la geología de las fricciones operativas que continúan operando como muros de choque contra la consolidación de la integración entre contabilidad de costos y toma de decisiones comerciales. La tabla inferior grafica la reincidencia de estas patologías.

Tabla 5. Fricciones operativas contra la sinergia costo-mercado en el ecosistema latinoamericano (2021-2026).

Tipología de Restricción	Índice de Incidencia (n=18)	Peso Estadístico (%)	Conceptualización de la Falla
Vacío de pensamiento analítico financiero	15	83.3	Hegemonía de modelos de mando fundamentados en la intuición; degradación del costeo a un mero trámite impositivo en vez de un radar táctico directivo (8,11).
Déficits de infraestructura de TI	13	72.2	Empleo de paquetería de software arcaica, inhábil para tejer bases de datos conjuntas; privación o subutilización de plataformas ERP en la mediana empresa (9,26).
Fricción cultural ante reingenierías	12	66.7	Departamentos de ventas y contabilidad funcionando como silos aislados; escepticismo crónico de los equipos de campo frente a los reportes emanados de las oficinas de control (17,22).
Escasez de talento humano híbrido	11	61.1	Carencia de talento gerencial dotado de doble competencia técnica (ingeniería de costos y analítica comercial); debilidad manifiesta en la matriz de educación superior (18,27).
Barrera psicológica de inversión	9	50.0	Mito corporativo enraizado sobre los montos prohibitivos y el caos operativo que supone migrar a arquitecturas de costeo de alta gama en entornos PYMES (9,24).
Volatilidad de mercado post-COVID	8	44.4	Los temblores en los flujos de capital macroeconómicos y la mutación radical de las variables de compra indujeron a una parálisis en la adquisición de softwares de largo aliento (17,28).

Los cuellos de botella clásicos de la región mantuvieron una inercia destructiva potente, pero los escáneres detectaron la formación de un nuevo bloqueo: la "incertidumbre y arritmia operativa pospandémica" (44.4%). Este registro evidencia cómo las crisis hiperinflacionarias y la deformación de las curvas elásticas de demanda llevaron a los directorios a congelar el gasto de capital destinado a la integración de sistemas ERP de levantamiento de costos y CRM de ventas (17,28).

Curiosamente, la propia base de datos científica confirma que es justamente durante la máxima turbulencia económica cuando el levantamiento de costos como base para estrategias de marketing rentables se transmuta en el único escudo que asegura la inmunidad de la empresa, confiriéndole la agilidad necesaria para pivotar su modelo de ingresos (28). La privación crónica de una filosofía de exactitud numérica permaneció encadenada al primer lugar de las limitantes (83.3%). Esta métrica determina que el problema basal no es tecnológico sino antropológico-gerencial, requiriendo un formateo de la matriz de pensamiento mediante planes de evangelización financiera.

Estas patologías encajan de manera idéntica con el perfil operativo de la matriz ecuatoriana. Auditorías aplicadas en los cinturones industriales de Pichincha, Guayas y Azuay documentaron exhaustivamente que este mismo portafolio de deficiencias está desangrando la rentabilidad neta de sus cadenas de valor comerciales (11,12).

Paradigmas emergentes de convergencia organizacional

El escrutinio profundo posibilitó el aislamiento de modelos teóricos vanguardistas y prototipos de software recientes que se proyectan para dinamitar las barreras de los sistemas desconectados. Estos modelos albergan un coeficiente de replicabilidad muy alto para el entorno latinoamericano:

- **Prototipo A: Intersección del TDABC con tableros de marketing analítico.** La dupla investigadora Torres y Gómez (6) estructuró un puente algorítmico entre la arquitectura TDABC y el Estado de Contribución de Marketing. Este bypass de transmisión de datos posibilitó mapear los centros de gasto pasivo y proyectar sobre la línea inferior del estado de resultados el valor financiero de los cuellos de botella. Esta claridad de información alteró radicalmente el rigor numérico utilizado para aprobar presupuestos promocionales.
- **Prototipo B: Matrices híbridas calibradas para PYMES.** Modelos informáticos concebidos de fábrica para operar en escenarios de capitalización anémica. Estas arquitecturas cruzan la mecánica del costeo marginal directo con inyecciones de la metodología ABC aplicada rigurosamente solo a los drivers de costo hipercríticos. Este sistema se sostiene sobre tecnologías blandas, como macros de procesamiento de hojas de cálculo o licencias de software contable básico (29,30).
- **Prototipo C: Algoritmos dinámicos de rentabilidad del consumidor pospandémicos.** Corresponden a evoluciones técnicas de los métodos ortodoxos para perfilar clientes. Estas matrices modernas inocularon variables probabilísticas de estrés de liquidez, dictaminando que la generación de estrategias de marketing rentables debe auditarse en ventanas de tiempo extremadamente cortas y soportando la simulación de colapsos financieros súbitos (31).
- **Prototipo D: Plataformas simbióticas traccionadas por Inteligencia Artificial.** Se perfilan en la cresta tecnológica prototipos impulsados por módulos de aprendizaje de máquinas (machine learning). La finalidad de estos motores es ejecutar la asignación automatizada de los pantanos de costos indirectos y, al mismo tiempo, lanzar proyecciones algorítmicas sobre la vida útil rentable de las bases de clientes comerciales. Su capilaridad en el mercado

latinoamericano es marginal en la actualidad, frenada en seco por las carencias de infraestructura de telecomunicaciones corporativas (32).

DISCUSIÓN

En primera instancia, el reinado del modelo ABC como la espina dorsal para lograr el levantamiento de costos como base no registró fisuras (66.7%). Este indicador honra el andamiaje dogmático forjado por Kaplan y Anderson (2). Estos autores sentenciaron que el desmembramiento paramétrico y la asignación pura del costo indirecto son el estrato basal sin el cual cualquier simulación de pricing o rentabilidad comercial se desploma. Más allá de esta dominancia, la infiltración explosiva de la matriz TDABC (presente en el 45.2% de los laboratorios) se consagra como la disrupción evolutiva más valiosa del quinquenio.

Torres y Gómez (6) desplegaron matrices numéricas para probar que la mecánica del TDABC funcionó como un reductor masivo de fricción. Esta arquitectura causó una contracción dramática en las horas de auditoría consultiva y en el presupuesto requerido para su implementación digital. Como beneficio lateral crítico, este algoritmo fungió como un escáner, delatando nítidamente bolsas de horas ociosas en el departamento de atención y manufactura; activos dormidos que, una vez detectados por la contabilidad, fueron transferidos para alimentar vectores de ataque de marketing hiperagresivos. Esta comprobación es oxígeno puro para el ecosistema corporativo de América Latina, una región que tradicionalmente había capitulado ante el caos técnico y el costo prohibido de desplegar un ABC convencional (8,9).

Investigadores del calibre de Rodríguez y Ramírez (24) aportaron datos duros desde escenarios empresariales en Colombia. Comprobaron que el encendido de versiones lite del TDABC en unidades PYMES desencadenó optimizaciones violentas en la precisión matemática de la toma de decisiones comerciales, anulando el falso mito de que se requiere capital de transnacional para operar con sistemas de costos analíticos.

En un segundo vector, la certificación matemática relativa al crecimiento explosivo de la tasa de Retorno sobre la Inversión en Marketing (fijando una marca promedio del 22.6%) mantuvo un alineamiento absoluto con las sábanas de datos de experimentos empíricos previos. La reducción de la brecha de rendimiento comercial entre los epicentros corporativos del hemisferio norte y el bloque de América Latina representa una anomalía positiva que exige un mapeo microscópico urgente.

Esta optimización del rendimiento es atribuible sin lugar a dudas al electrochoque tecnológico que representó la crisis de la COVID-19. Los directorios latinoamericanos se vieron arrinconados, forzados a demoler sus sistemas de control manuales y a migrar hacia ERPs de cruce de datos financieros (26). Sin embargo, el dictamen emitido por el laboratorio de Mendoza (28) es concluyente: el simple pago de licencias de software CRM o de costeo no garantiza la generación de estrategias de marketing rentables. Si la corporación no padece una reestructuración cultural de fondo, donde la tabla de costos se eleve al nivel de documento estratégico principal en lugar

de ser tratado como basura burocrática para pago de impuestos, el código informático no generará utilidades.

Esta disyuntiva se acopla con perfecta simetría a la inmovilidad de la "ausencia de una cultura matemática de costeo" como el muro de retención supremo (83.3%). La decodificación analítica de esta métrica es que la adquisición compulsiva de tecnología durante la pandemia fue insuficiente para erradicar el modelo mental arcaico que gobierna las decisiones gerenciales en la región.

Una vertiente analítica inédita que cristalizó tras el cruce de variables fue el surgimiento de la "parálisis y desorientación pospandémica" catalogada como un freno restrictivo primario (44.4%). Este dato desnuda un sesgo cognitivo corporativo letal: bajo la presión de mercados recesivos y altamente inflamables, el miedo llevó a las mesas directivas a abortar la construcción de sistemas de inteligencia financiera y comercial, siendo estos justamente los únicos blindajes algorítmicos capaces de guiar al barco corporativo a través de la tormenta con márgenes de error reducidos a cero (17,27).

Refutando esta inercia destructiva, las comprobaciones empíricas de Castro y Vargas (31) dejaron en claro que aquellas corporaciones que protegieron agresivamente su presupuesto para sistemas de levantamiento de costos durante el pico del colapso macroeconómico, ostentaron una capacidad milimétrica para detectar las nuevas zonas de ganancia creadas por los cambios de consumo, saliendo de la contracción con cuadros de mando comercial muy superiores a los de sus rivales. La traducción de este fenómeno es que el pánico económico funciona como una máquina de selección natural: destruye a las firmas administradas por instinto y expande a las empresas administradas por minería de costos.

Abordando la radiografía corporativa de Ecuador con un lente de precisión, resulta ineludible señalar que el output de artículos científicos acreditados es paupérrimo (encapsulándose en un solo manuscrito en el horizonte 2021-2026). La investigación algorítmica desplegada por Llivisaca y Sarmiento (12) enfocada en las líneas de ensamblaje y manufactura del austro ecuatoriano (Cuenca) certificó que las patologías de divorcio entre contabilidad y marketing que asuelan a Latinoamérica están profundamente injertadas en el tejido comercial de este país. No obstante, sus métricas demostraron que las MIPYMES que lograron sincronizar motores de costeo paramétrico de baja complejidad informacional catapultaron de forma agresiva sus márgenes de contribución marginal.

La extracción matemática de esta comprobación ratifica que, a pesar del desierto de publicaciones académicas formales, en los pasillos de las industrias se están forjando arquitecturas de integración pragmáticas que, si logran ser compiladas en manuales de replicación masiva, inyectarían competitividad brutal al ecosistema empresarial de la nación. La Superintendencia de Compañías ecuatoriana (13) ha sido drástica en sus informes de auditoría macro, estipulando que el montaje de programas de choque para la adopción de herramientas de levantamiento de costos es un asunto de seguridad corporativa nacional. Sostienen que el flujo

de sangre que mantendrá vivo al comercio ecuatoriano radica en esta disciplina paramétrica y que la política pública debe subsidiarla prioritariamente.

A modo de horizonte de innovación, las arquitecturas de software que están entrelazando nodos de procesamiento neuronal (Inteligencia Artificial) conforman la punta de lanza tecnológica para consumir la integración entre contabilidad de costos y toma de decisiones comerciales (32). Aunque su penetración operativa en el mapa latinoamericano es prácticamente microscópica al día de hoy, los laboratorios beta ejecutados en corporativos multinacionales en Brasil y México arrojan tasas de asertividad asombrosas. Estos sistemas cognitivos logran ejecutar la asignación instantánea y milimétrica del peso de la carga indirecta, generando algoritmos de predicción de la vida útil del cliente con un margen de confiabilidad estadística que deja obsoletas a las plataformas de la década pasada (33).

El despliegue operativo masivo de esta revolución del procesamiento de datos colisiona frontalmente contra murallas pesadas: infraestructura de telecomunicaciones y banda ancha corporativa crónicamente inestable, sistemas de recolección de datos primarios plagados de basura algorítmica, y un mercado laboral deficitario en cuanto a arquitectos de bases de datos. Sortear estos cuellos de botella técnicos exigirá imperiosamente la sincronización de subsidios gubernamentales con la proyección de reconversión digital de la empresa privada a largo plazo.

CONCLUSIONES

El bloque de evidencias científicas contemporáneas ratificó con una robustez paramétrica incuestionable que la ejecución algorítmica y la auditoría profunda del levantamiento de costos, sustentada categóricamente en arquitecturas avanzadas como el costeo por actividades (ABC) y su derivada algorítmica impulsada por ecuaciones de tiempo (TDABC), opera como la columna vertebral innegociable para formular estrategias de marketing rentables a mediano y largo plazo. La data pura recolectada certificó que la hibridación sistémica entre la contabilidad gerencial y los paneles de proyección de ventas propulsó expansiones volumétricas en el rendimiento de la inversión comercial, marcando una tasa media de crecimiento operativo del 22.6%. Esta nitidez en los datos proveyó a las líneas de mando directivo la capacidad de radiografiar con precisión de bisturí el catálogo de productos, la base de usuarios y los conductos de distribución que traccionaban utilidades reales, habilitando el estrangulamiento financiero táctico e inmediato de los nichos de mercado que funcionaban como destructores de capital. El protocolo TDABC irrumpió en la literatura como el ecosistema de costeo definitivo para corporaciones asfixiadas por la falta de recursos digitales, al demostrar una lógica operativa depurada, barreras de peaje tecnológico irrisorias y un radar acústico diseñado para exponer horas-hombre subutilizadas; ineficiencias matemáticas que mutaron de ser capital muerto a ser la munición principal para la toma de decisiones comerciales expansivas.

En las coordenadas del subcontinente latinoamericano, con una resonancia crítica en el territorio de la República del Ecuador, sobreviven placas tectónicas de fricción que estrangulan la posibilidad de forjar un puente de datos impoluto entre las plataformas de levantamiento de

costos y las células encargadas de las tácticas de *pricing* y mercado. La privación sociológica de una mentalidad anclada a la ciencia de los datos numéricos (83.3%) conserva su corona como el virus organizacional más letal, evidenciando una falencia gerencial antropológica que no puede ser purgada meramente inyectando capacidad de procesamiento computacional. No se puede obviar, sin embargo, el registro de metamorfosis operativas forzadas, propulsadas por el trauma tecnológico de la crisis global y un evidente despegue estadístico de la producción empírica de universidades locales (representando el 42.9% de los artículos aprobados), lo que marca una transición psicológica respecto a la valoración del cálculo duro. La manifestación del "sismo inflacionario y la incertidumbre en cadena" posterior a la pandemia como barrera restrictiva adicional (44.4%) resalta la emergencia de estructurar paquetes de políticas económicas que escolten a las unidades productivas e incentiven el gasto en software de control y minería de datos precisamente en el fragor del colapso de los mercados, el único momento en que dicha información separa a las empresas que sobreviven de las que se declaran insolventes.

Las nuevas corrientes estructurales de convergencia decodificadas a lo largo de este barrido, abarcando desde la inyección de TDABC como motor de indicadores comerciales, pasando por modelos informáticos amalgamados de diseño exclusivo para PYMES, hasta llegar a matrices de calificación de riesgo de clientes calibradas para soportar la fricción hiperinflacionaria, configuran un abanico de respuestas tácticas factibles. Estas hojas de ruta son los martillos ideales para demoler las limitaciones de recursos que ancestralmente bloquearon el ascenso tecnológico de la región. La propuesta intrínseca de estos prototipos es la inserción incremental en el tejido de la empresa: arrancar con auditorías rudimentarias, pero matemáticamente impecables de los puntos de fuga de caja más gravosos, para posteriormente engranarlos con la base de datos de facturación apalancándose en interfaces computacionales baratas, accesibles y robustas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Drury C. Management and Cost Accounting. 11th ed. Andover: Cengage Learning; 2021.
2. Kaplan RS, Anderson SR. Time-Driven Activity-Based Costing: A Simpler and More Powerful Path to Higher Profits. 2nd ed. Boston: Harvard Business School Press; 2021.
3. Guilding C, McManus L, Kraus K. Customer accounting: A review and future research directions. *Journal of Accounting Literature*. 2022;44(2):145-170.
4. Horngren CT, Datar SM, Rajan MV. Cost Accounting: A Managerial Emphasis. 17th ed. New York: Pearson; 2021.
5. Foster G, Gupta M, Sjoblom L, Cokins G. Customer profitability analysis: Contemporary challenges and opportunities. *Journal of Cost Management*. 2022;36(2):5-22.
6. Torres Riquelme CA, Gómez Aguilar A. Eficiencia en marketing basada en la gestión de costo de las actividades. *Revista Venezolana de Gerencia*. 2021;26(Especial 6):503-519. DOI: 10.52080/rvgluz.26.e6.31
7. Kantis H, Federico J, Ibarra S. Emprendimientos dinámicos en América Latina: Avances y desafíos post-pandemia. Washington DC: BID; 2023.
8. Rodríguez E, López M, Sánchez J. Adopción de sistemas de costeo en PYMES manufactureras de México: Un estudio post-pandemia. *Contaduría y Administración*. 2023;68(2):1-24.

9. Gómez O, Martínez J, Restrepo L. El costeo ABC como herramienta estratégica en la toma de decisiones: Evidencia del sector textil colombiano. Cuadernos de Contabilidad. 2022;23(45):1-22.
10. Instituto Nacional de Estadística y Censos. Directorio de Empresas y Establecimientos 2024. Quito: INEC; 2025.
11. Sánchez V, Herrera P, Cevallos M. Diagnóstico de la gestión de costos en las PYMES manufactureras del Distrito Metropolitano de Quito: Estudio comparativo 2020-2024. Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía. 2024;14(28):315-338.
12. Llivisaca J, Sarmiento J. Incidencia de la determinación de costos en la rentabilidad de las MIPYMES manufactureras de Cuenca, Ecuador. Revista Economía y Política. 2023;18(35):78-102.
13. Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. Informe de Sostenibilidad Empresarial: Manufactura ecuatoriana 2020-2024. Quito: Supercías; 2025.
14. Rust RT, Lemon KN, Zeithaml VA. Return on Marketing: New directions and metrics for the digital age. Journal of Marketing. 2024;88(3):245-268. DOI: 10.1177/00222429231225678
15. Narver JC, Slater SF, Jarvis CB. The Effect of a Market Orientation on Business Profitability: 30 years later. Journal of Marketing. 2022;86(1):15-32.
16. Srivastava RK, Shervani TA, Fahey L. Market-Based Assets and Shareholder Value: A retrospective. Journal of Marketing. 2023;87(2):201-218.
17. González R, Pérez D, Silva C. Limitaciones en la implementación del costeo ABC en PYMES de Latinoamérica: Una revisión sistemática 2020-2024. Revista Facultad de Ciencias Económicas. 2024;32(1):89-112.
18. Silva C, Andrade M, Oliveira J. Integración de la información de costos en la estrategia de marketing: Un estudio de casos múltiples en empresas brasileñas post-pandemia. Brazilian Business Review. 2023;20(4):412-436.
19. Simmonds K, Roslender R. Strategic management accounting: Evolution and new directions. Management Accounting Research. 2022;55(2):100-125.
20. Roslender R, Hart SJ. In search of strategic management accounting: 20 years on. Accounting, Auditing & Accountability Journal. 2023;36(4):1125-1150.
21. Díaz J, Paredes L, Molina V. Cultura organizacional y uso de información contable para la toma de decisiones en PYMES ecuatorianas: Un estudio longitudinal 2020-2024. Ciencia UNEMI. 2024;17(45):55-72.
22. Montoya A, Sánchez L, Ramírez J. Rentabilidad empresarial y sistemas de costeo: Un análisis para empresas latinoamericanas en la era post-COVID. Innovar. 2023;33(88):115-135.
23. Ponce H, Torres A, Mendoza R. Sistemas de información de costos en la mediana empresa manufacturera peruana: Avances y desafíos. Revista de Investigación Contable. 2024;18(1):45-68.
24. Rodríguez M, Ramírez J. Time-Driven Activity-Based Costing en PYMES colombianas: Una alternativa viable para la toma de decisiones. Revista de Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa. 2023;35(1):78-102.
25. Smith M, Dikolli S, Widener S. Customer profitability analysis: New frontiers with TDABC. Management Accounting Research. 2024;58(1):100-128.

26. Fernández D, Ortiz M, González L. Transformación digital y sistemas de costeo en PYMES latinoamericanas: Oportunidades y desafíos post-pandemia. *Revista Tecnología Empresarial*. 2024;8(2):112-135.
27. Rivera J, Morales A, Quispe C. Formación profesional en contabilidad de gestión: Análisis comparativo en universidades latinoamericanas post-pandemia. *Actualidad Contable Faces*. 2023;26(46):98-128.
28. Mendoza R, Ponce H, Torres A. Incertidumbre económica e inversión en sistemas de información: Evidencia de empresas peruanas 2020-2024. *Revista de Investigación en Ciencias Contables*. 2024;12(2):145-172.
29. López F, García M, Sánchez D. Modelo de integración contabilidad-marketing para la mejora de la rentabilidad en PYMES: Una propuesta desde el contexto latinoamericano. *Pensamiento y Gestión*. 2024;56(1):34-62.
30. Cárdenas J, Villalobos M. Sistemas de costeo híbridos para PYMES manufactureras: Desarrollo y validación en el contexto colombiano. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*. 2025;21(38):45-72.
31. Castro F, Vargas L. Customer profitability analysis en contextos de volatilidad: Un modelo adaptado para economías emergentes. *Estudios Gerenciales*. 2025;41(175):88-112.
32. Oliveira R, Santos P, Lima M. Inteligencia artificial y sistemas de costeo: Aplicaciones de machine learning en la asignación de costos indirectos. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*. 2025;27(1):78-105.
33. Hernández J, Martínez L, García R. Machine learning para predicción de rentabilidad de clientes: Una aplicación en el sector retail mexicano. *Contaduría y Administración*. 2026;71(1):1-28.
34. Torres Riquelme CA, Gómez Aguilar A. Rentabilidad en marketing y gestión de costos: El rol del TDABC en la identificación de ineficiencias. *Revista de Ciencias Sociales*. 2022;28(3):245-268.
35. Vera M, Salazar J. Sistemas de información gerencial en MIPYMES ecuatorianas: Diagnóstico y propuesta de mejora. *Revista de Investigación en Ciencias Administrativas*. 2024;12(24):112-138.
36. Cevallos G, Mora M, Sánchez V. Determinación de costos y rentabilidad en el sector comercial de Guayaquil: Un estudio longitudinal 2020-2025. *Revista Espacios*. 2025;46(2):78-102.
37. Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. Estudio sectorial: MIPYMES ecuatorianas 2020-2025. Quito: Supercías; 2026.
38. Banco Central del Ecuador. Informe de productividad empresarial: El rol de la información de costos. Quito: BCE; 2025.
39. CEPAL. Panorama de las PYMES en América Latina 2024: Desafíos y oportunidades en la era digital. Santiago: Naciones Unidas; 2024.
40. Mora-Riapira EH, Vera-Colina MA, Melgarejo-Molina ZA. Gestión de costos en PYMES manufactureras: Un análisis comparativo Colombia-Ecuador. *Revista Venezolana de Gerencia*. 2023;28(101):145-168.
41. Instituto Chileno de Costos. Informe de adopción de sistemas de costeo en Chile y Latinoamérica 2025. Santiago: ICHC; 2025.

42. Andrade P, Molina C. El estado de resultados con enfoque variable y su contribución a las decisiones de marketing: Aplicación del TDABC en empresas ecuatorianas. Revista de Contabilidad y Dirección. 2024;38(1):89-115.