



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO  
DE TECNOLOGÍA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE EDUCACIÓN COMERCIAL,  
ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS**

**CARRERA: TECNOLOGÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**TESIS DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
TECNÓLOGO CONTABLE**

**TEMA:**

Costos de Importación

**TÍTULO:**

Propuesta de un procedimiento para determinar los costos totales del producto smartphones Xiaomi Mi5 S de la empresa CRECOSCOP S.A. para el año final 2017.

**Autor:**

Carvajal Otavalo Juan Andrés

**Tutor:**

MSc. Adolfo Carreño Acosta

**Guayaquil, Ecuador**

**2017**

## **Dedicatoria**

En primer lugar, doy dedicación y crédito de este proyecto de investigación a Dios por darme la oportunidad de llegar a este importante momento de mi vida académica. También doy dedicatoria a mis padres Rocío Otavalo y Juan Carvajal, ya que sin ellos no habría alcanzado todas mis metas personales y profesionales gracias a su amor y apoyo incondicional.

Además, debo dedicar este trabajo a mis familiares, amigos y colegas que con su cariño y respaldo en mi día a día, me impulsaron a desenvolverme profesionalmente cada vez mejor y crecer como persona.

Carvajal Otavalo Juan Andrés

## **Agradecimiento**

Quiero dar un profundo agradecimiento al personal en general que forma parte del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología, ya que con trabajo y esfuerzo diario lograron que pueda prepararme académicamente en esta gran institución.

De igual manera debo dar un agradecimiento al personal del Departamento de Investigación por su gran esfuerzo en la gestión de los trabajos de tesis de los futuros profesionales que culminan sus carreras en esta prestigiosa institución académica.

También quiero agradecer a los docentes que formaron parte de la carrera de Contabilidad y Auditoría, y compartieron conmigo sus valiosos conocimientos en diversos temas de estudio para prepararme en mi vida profesional.

Doy también un gran agradecimiento al MSc. Adolfo Carreño Acosta por dedicar gran parte de su tiempo en la orientación y guía de mi trabajo investigativo, siempre de una manera muy profesional y satisfactoria.

Carvajal Otavalo Juan Andrés



## **CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor (a) del Proyecto de Investigación, nombrado por la Comisión de Culminación de Estudios del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

### **CERTIFICO:**

Que después de analizado el proyecto de investigación con el tema: “Propuesta de un procedimiento para determinar los costos totales del producto smartphones Xiaomi Mi5 S de la empresa CRECOSCOP S.A. para el año final 2017” y problema de investigación: ¿Cómo determinar los costos totales del producto smartphone Xiaomi Mi5 S para la empresa CRECOSCOP S.A.?, presentado por Juan Carvajal como requisito previo para optar por el título de:

### **TECNÓLOGO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

El mismo cumple con los requisitos establecidos, en el orden metodológico científico-académico, además de constituir un importante tema de investigación.

Egresado:

Carvajal Otavalo Juan Andrés

Tutor:

MSc. Adolfo Carreño Acosta

## **CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN**

Yo, Carvajal Otavalo Juan Andrés en calidad de autor con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación “Propuesta de un procedimiento para determinar los costos totales del producto smartphones Xiaomi Mi5 S de la empresa CRECOSCOP S.A. para el año final 2017”, de la modalidad de Presencial realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de Tecnología de Contabilidad y Auditoría, de conformidad con el *Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN* reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo/autorizamos al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología para que digitalice y publique dicho trabajo de titulación en el repositorio virtual de la institución, de conformidad a lo dispuesto en el *Art. 144 de la LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR*.

\_\_\_\_\_  
Nombre y Apellidos del Autor

\_\_\_\_\_  
Firma

No. de cedula: \_\_\_\_\_

*Nota: La presente cláusula de autorización, con el correspondiente reconocimiento de firma se adjuntará al original del trabajo de titulación como una página preliminar más.*

## **CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT**

En calidad de colaborador del Centro de Gestión de la Información Científica y Transferencia de Tecnológica (CEGESCIT) nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

### **CERTIFICO:**

Que el trabajo ha sido analizado por el URKUND y cumple con el nivel de coincidencias permitido según fue aprobado en el *REGLAMENTO PARA LA UTILIZACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO INSTITUCIONAL EN LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y TRABAJOS DE TITULACIÓN Y DESIGNACIÓN DE TUTORES del ITB.*

---

Nombre y Apellidos del Colaborador  
CEGESCIT

---

Firma



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO  
DE TECNOLOGÍA**

**TECNOLOGÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

Tesis de grado previo a la obtención del título de: Tecnología en  
Contabilidad y Auditoría

**Tema:**

“Propuesta de un procedimiento para determinar los costos totales del producto smartphones Xiaomi Mi5 S de la empresa CRECOSCOP S.A. para el año final 2017.”

**Autor:** Carvajal Otavalo Juan Andrés

**Tutor:** MSc. Adolfo Carreño Acosta

**Resumen**

La presente tesis de investigación se realizó en la empresa CRECOSCOP S.A. con el objetivo de obtener los costos totales de los productos smartphone Xiaomi Mi5 S adquiridos desde Shenzhen – China hasta las bodegas en Guayaquil – Ecuador, para resolver el problema de la determinación del costo unitario y el precio de venta de los smartphones de dicha empresa para el año final 2017.

En el Capítulo I, se realizó el análisis detallado del problema de costeo que presenta la empresa ubicándolo en un contexto internacional, nacional y regional para luego determinar las variables de la investigación, sus objetivos y justificación.

En el siguiente capítulo se pudo apreciar la fundamentación del marco teórico de la investigación, en base al estudio de antecedentes históricos y referenciales, fundamentación legal, variables y definiciones conceptuales.

A continuación, en Capítulo III, se hizo un estudio sobre CRECOSCOP S.A., a través de su origen, desarrollo económico, índices financieros, estructura organizativa y su problema de costeo como objeto de estudio. Además, se diseñó el uso de la Técnica de Liquidación de Importación como procedimiento de costeo propuesto para CRECOSCOP S.A.

Finalmente, en el Capítulo IV se lleva a cabo el diagnóstico de la situación actual de los costos de importación de la empresa. Se procede el plan de mejoras basado en la aplicación de la Liquidación de Importación.

Se arribaron las siguientes conclusiones:

- Los resultados que se obtendrán con la aplicación de la presente propuesta de costeo permitirán obtener de una manera real los costos totales del producto Xiaomi Mi5 S.
- Es de gran relevancia que la empresa tenga un manejo y control de la documentación originada en una importación de mercaderías; ya que estos sirven como soportes para validar, legal y contablemente, las liquidaciones de importaciones de productos extranjeros.

Costo  
Unitario

Importación

Precio de Venta

Documentación





**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO  
DE TECNOLOGÍA**

**TECNOLOGÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

Tesis de grado previo a la obtención del título de: Tecnología en  
Contabilidad y Auditoría

**Tema:**

“Propuesta de un procedimiento para determinar los costos totales del producto smartphones Xiaomi Mi5 S de la empresa CRECOSCOP S.A. para el año final 2017.”

**Autor:** Carvajal Otavalo Juan Andrés

**Tutor:** MSc. Adolfo Carreño Acosta

**ABSTRACT**

This research thesis was carried out in the company CRECOSCOP S.A. with the objective of obtaining the total costs of the products Xiaomi Mi5 S smartphone purchased from Shenzhen - China to the warehouses in Guayaquil - Ecuador, to solve the problem of the determination of the unit cost and the sale price of the smartphones of said company for the final year 2017.

In Chapter I, was done a detailed analysis of the costing problem which presented the company placing it in an international, national and regional context to then determine the variables of the investigation, its objectives and justification.

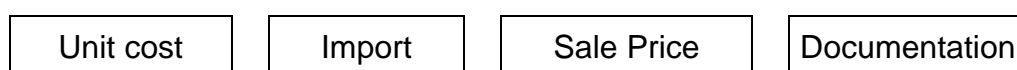
In the following chapter it was possible to appreciate the foundation of the theoretical framework of the investigation, based on the study of historical and referential antecedents, legal foundation, variables and conceptual definitions.

Next, in Chapter III, a study was made on CRECOSCOP S.A., through its origin, economic development, financial indexes, organizational structure and its costing problem as an object of study. In addition, the use of the Import Settlement Technique was designed as a proposed costing procedure for CRECOSCOP S.A.

Finally, in Chapter IV the diagnosis of the current situation of the import costs of the company is carried out. The improvement plan is proceeded based on the application of the Import Liquidation.

Were reached the following conclusions:

- The results that will be obtained with the application of the present cost proposal will allow to obtain in a real way the total costs of the product Xiaomi Mi5 S.
- It is of great importance that the company has a management and control of the documentation originated in an import of merchandise; since they serve as supports to validate, legally and accounting, the liquidations of imports of foreign products.



## ÍNDICE GENERAL

<b>CAPÍTULO I</b> .....	<b>12</b>
<b>1. EL PROBLEMA</b> .....	<b>12</b>
1.1. Planteamiento del problema .....	12
<b>CAPÍTULO II</b> .....	<b>19</b>
<b>2. MARCO TEÓRICO</b> .....	<b>19</b>
2.1. Fundamentación teórica .....	19
2.2. Fundamentación legal .....	35
2.3. Variables de la investigación .....	59
2.4. Definiciones conceptuales .....	59
<b>CAPÍTULO III</b> .....	<b>65</b>
<b>3. METODOLOGÍA</b> .....	<b>65</b>
3.1. Presentación de la empresa.....	65
3.2. Diseño de la investigación. ....	72
3.3. Técnicas de la investigación.....	74
<b>CAPÍTULO IV</b> .....	<b>80</b>
<b>4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS</b> .....	<b>80</b>
4.1. Diagnóstico de la situación actual de los costos de importación del producto Smartphone Xiaomi Mi5 S.....	80
4.2. Plan de Mejoras .....	81
4.3. Conclusiones y Recomendaciones.....	88
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	<b>90</b>
<b>ANEXOS</b> .....	<b>93</b>

## ÍNDICE DE CUADROS Y GRÁFICOS

<b>Tabla 1 - <i>Plantilla de Trabajadores</i></b>	<b>67</b>
<b>Tabla 2 - <i>Clientes de CRECOSCOP S.A.</i></b>	<b>68</b>
<b>Tabla 3 - <i>Proveedores de CRECOSCOP S.A.</i></b>	<b>68</b>
<b>Tabla 4 - <i>Rotación</i></b>	<b>70</b>
<b>Tabla 5 - <i>Rentabilidad</i></b>	<b>70</b>
<b>Tabla 6 - <i>Cartera Vencida</i></b>	<b>70</b>
<b>Tabla 7 - <i>Índice NOF</i></b>	<b>71</b>
<b>Tabla 8 - <i>Otros indicadores financieros</i></b>	<b>71</b>
<b>Tabla 9 - <i>Categoría Organizativa</i></b>	<b>93</b>
<b>Ilustración 1 - <i>Caso práctico</i></b>	<b>79</b>
<b>Ilustración 2 - <i>Liquidación de Derechos de Nacionalización</i></b>	<b>83</b>
<b>Ilustración 3 - <i>Costos Ex-aduana</i></b>	<b>84</b>
<b>Ilustración 4 - <i>Costeo total de la liquidación</i></b>	<b>85</b>
<b>Ilustración 5 - <i>Cálculo del Costo Unitario</i></b>	<b>86</b>
<b>Ilustración 6 - <i>Cálculo del Precio de Venta</i></b>	<b>86</b>
<b>Ilustración 7 - <i>Organigrama</i></b>	<b>93</b>
<b>Ilustración 8 - <i>Categoría Ocupacional</i></b>	<b>94</b>
<b>Ilustración 9 - <i>Estado de Resultados Integrales</i></b>	<b>94</b>

# **CAPÍTULO I**

## **1. EL PROBLEMA**

### **1.1. Planteamiento del problema**

#### **1.1.1. Ubicación del problema en un contexto.**

El denominado “regionalismo” ha tenido un gran auge en los últimos años, provocando un impacto destacado en tema de relaciones internacionales entre muchos países alrededor del globo. Una gran parte de las naciones está ligado a uno o varios grupos o bloques comerciales. Se puede deducir que el objetivo más importante del regionalismo es destruir o debilitar las barreras comerciales cualitativas y cuantitativas.

Muchos estudios han documentado el impacto negativo de los costos comerciales en el volumen transaccional. Varias investigaciones indican que la unión entre naciones es el resultado de la disminución de costes de transporte y de otros rubros relacionados con la infraestructura y los servicios relacionados al comercio. Los resultados que se pueden apreciar son la reducción de las barreras arancelarias entre regiones, en un 5% en promedio en los países potencias y entre 10% y 20% en regiones subdesarrolladas.

Cabe recalcar que los países con una infraestructura ineficiente traen como resultado un comercio atascado o problemático. Es por esto por lo que se presentan las diferencias entre países. Bajo esta situación, los proyectos comerciales que se lleven a cabo deben tener en cuenta la situación de la infraestructura y de los servicios relacionados al comercio. También tienen su influencia las

gestiones en la administración comercial que se lleven a cabo, y así lograr obtener beneficios económicos en base a una política económica.

Si se analiza un ejemplo, podemos analizar los estudios que abarcan la liberalización, a niveles internacionales, de los servicios de transporte y de los aranceles; con sus efectos positivos en el desarrollo del comercio internacional. En este mismo contexto, se destaca también los beneficios obtenidos por la reducción de los costos comerciales que traen consigo efectivizar la logística de la comercialización de bienes y de la prestación de servicios.

En general, las actividades de un exportador o importador deben afrontar costos comerciales en todas las fases de su actividad económica; comenzando con los asociados a la adquisición de información sobre los mercados externos y termina con la recepción del pago final. Parte de los costos comerciales tiene que ver con la eficiencia en la gestión operacional del negociador (trader). La magnitud de estos costos se minimiza gracias a la eficiencia alcanzada por el negociador, la cual se convierte en un factor de medición del nivel competitivo de toda la economía de un país.

El comercio suele tener costos muy elevados; normalmente obedecen a las políticas de protección comercial y son muy útiles incluso en naciones con una gran integración comercial.

Los costos del comercio son los causantes de los grandes ingresos que obtienen las empresas dedicadas a la venta de bienes y representan el 10% del ingreso nacional. Se puede deducir que los costos del comercio son factores muy relevantes en el bienestar de la economía internacional. (León, 2008).

En Ecuador el panorama del comercio nacional se ha vuelto inestable por la subida de los costos. Por ejemplo, el aumento de

los salarios no está ligado eficientemente con el volumen productivo, es decir, se elevan los costos y el nivel competitivo disminuye. Según la Cepal, en el país durante el período 2007-2014 los salarios aumentaron 45,2% por otro lado el Producto Interno Bruto por persona aumentó apenas un 21,8%, lo que deja en evidencia que nuestra productividad per cápita es baja.

El origen de este problema se centra en la falencia estructural que exige una política seria que apueste por el talento nacional y que deje a un lado la dependencia del petróleo (Herrera, 2015).

En cuanto a las empresas importadoras, en el 2017 han tenido la oportunidad de ver como el costo de los aranceles fueron disminuyendo. Esto gracias a que desde junio se aplicó la eliminación de las salvaguardias, las cuales fueron aplicadas desde marzo del 2015 a 2961 subpartidas arancelarias.

Guayaquil es sede de la mayoría de las empresas comerciales que existen en el país y que se dedican a una gran variedad de actividades económicas. Por lo tanto, estas organizaciones tienen la necesidad de adquirir productos, insumos y servicios necesarios para su actividad comercial; ya sean de fuente nacional o extranjera. En base a esto, se puede deducir que los sistemas de costeo que utilizan las empresas guayaquileñas son muy variados. Desde los más simplificados para pequeños negocios, hasta los más complejos para las grandes corporaciones cuyas actividades comerciales tienen gran influencia en la economía nacional.

Más allá de esto, la estructuración y determinación de costos será un proceso óptimo, siempre y cuando se hayan tomado en cuenta todas las variables involucradas en la actividad comercial de la organización.

Establecer un sistema de costeo adecuado permitirá a la organización tomar las mejores decisiones y efectivizar, paulatinamente, los costos incurridos en su giro de negocio.

### 1.1.2. Situación conflicto.

La empresa CRECOSCOP S.A. tiene falencias en la determinación de un precio de venta rentable de su producto smartphone Xiaomi – Modelo

Mi 5 S desde China hasta Ecuador, lo cual se evidencia en:

1. Poco conocimiento en costos totales incurridos en la compra de los teléfonos móviles en el exterior.
2. Escasa rentabilidad obtenida en el precio de venta establecido para la comercialización de los smartphones importados.
3. Carecimiento de un sistema de costeo que le permita a la empresa determinar el costo unitario total de sus productos importados.
4. Los reportes financieros elaborados por la empresa presentan datos poco fiables en cuanto a los costos de ventas y volumen de rentabilidad generados en su actividad económica.

### 1.1.3. Delimitación de problema.

El principal problema de la empresa es el desconocimiento de la estructura que conforman los costos de adquisición de su mercadería importada, además de la poca ganancia generada en la venta de los mismos.

- **Campo:** Contabilidad de costos.
- **Área:** Costos
- **Aspectos:** Costos y precio de venta
- **Tema:** Propuesta de un procedimiento para determinar los costos totales del producto smartphone Xiaomi Mi5 S de la empresa CRECOSCOP S.A. para el año final 2017.

### 1.1.4. Formulación del problema

¿Cómo determinar los costos totales del producto smartphone Xiaomi Mi5 S para la empresa CRECOSCOP S.A.?



### 1.1.5. Variables de investigación.

- Variable independiente: Costos totales de importación.
- Variable dependiente: Precio de venta.

### 1.1.6. Evaluación del problema.

- **Claro:** Obtener el costo total de los smartphones y el precio de venta al público. Así podemos determinar el porcentaje de rentabilidad a obtener en la comercialización de estos productos.
- **Evidente:** Sin el conocimiento de la estructura de los costos de importación, la empresa CRECOSCOP S.A. no tendría el control de sus costos incurridos, lo cual provocaría el riesgo de sufrir impactos negativos en sus resultados.
- **Concreto:** Para obtener el precio de venta de un producto importado, es fundamental que la empresa determine todos los costos o egresos incurridos en el proceso de importación.
- **Relevante:** Los costos de importación son fundamentales en el campo financiero. Ya que de esto parte el análisis que hacen los expertos en la rentabilidad económica y en las proyecciones a futuro de la organización.
- **Contextual:** Los costos son fundamentales en las actividades comerciales del día a día, ya que esto depende la correcta toma de decisiones de las organizaciones y de los consumidores.
- **Original:** La determinación de los costos de importación permite a CRECOSCOP S.A. proveer al mercado nacional de nuevas marcas y modelos smartphones.

### 1.1.7. Objetivos.

#### Objetivo general:

- Determinar los costos totales de los productos smartphones Xiaomi, Modelo Mi5 S adquiridos desde Shenzhen–China hasta las bodegas en Guayaquil–Ecuador.

### **Objetivos específicos:**

- Fundamentar desde la teoría los rubros que componen los costos de importación y su incidencia en el precio de venta.
- Diagnosticar la situación actual de los costos de importación y el precio de venta.
- Proponer un procedimiento para determinar los costos totales de importación con vistas a conformar el precio de venta.

#### **1.1.8. Justificación de la investigación.**

El presente proyecto de tesis tiene como objetivo aplicar un sistema de costeo efectivo de los smartphones importados de la empresa CRECOSCOP S.A., y así mejorar su control financiero. Esta investigación tiene su justificación en base a los siguientes aspectos:

- a. Conveniencia.** – Crear y aplicar un correcto sistema de costeo a los productos importados, permitirá a la organización analizar y controlar los recursos utilizados en el proceso de adquisición de las mercancías. Además, dicho procesos resulta fundamental para determinar un precio de venta rentable.
- b. Relevancia social.** – No solo la empresa puede verse beneficiada en la aplicación de este sistema de costeo. Los consumidores tendrán un impacto positivo en su economía a través de la adquisición de productos con precios justos; lo cual permitirá a la empresa desarrollar su rentabilidad, incrementar las plazas de trabajo al igual que la recaudación fiscal para el gobierno.
- c. Implicaciones prácticas.** – El principal problema que pueden tener las empresas al momento de determinar los precios al consumidor es no reflejar en estos todos los egresos generados en la compra y venta de sus productos. Un correcto sistema de costeo protege la rentabilidad económica de la

empresa y permite cumplir las metas planificadas por la organización.

**d. Valor teórico.** – El estudio y análisis de los costos permite a CRECOSCOP S.A. realizar un registro sistemático de sus actividades con el fin de informaciones resumidas de su giro de negocio. Esto permitirá a los directivos de la organización planear, evaluar, controlar y asegurar las actividades y recursos utilizados en su actividad económica. Este proyecto dará lugar a un desarrollo teórico y académico, a través del análisis y justificación de teorías existentes, así como la puesta en marcha de acciones comunes del área gerencial, lo cual resulta relevante para la mejora y desenvolvimiento de las habilidades de los profesionales preparados en áreas administrativas.

**e. Utilidad metodológica.** - La creación de un sistema de costeo se puede convertir en un método eficiente para obtener o consultar información que resuelvan muchas interrogantes relacionadas al costo. Esta utilidad metodológica será más fácil de conseguir si se suministra al sistema de costeo sólo datos puntuales y esenciales. Esto dará lugar al desarrollo de un plan de operaciones rentables, mantenimiento de las actividades en rutas especificadas, obtención de precios de ventas que produzcan márgenes de utilidad deseados.

En conclusión, la propuesta de un sistema de costeo abarca un amplio impacto a diversos intereses y aspectos de la organización y de la sociedad en general. Esto es evidente en las necesidades que buscan satisfacer, tanto consumidores como empresas, en la compra y venta de productos importados, la cuales tiene como base el desarrollo económico.

## **CAPÍTULO II**

### **2. MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. Fundamentación teórica**

##### **2.1.1. Antecedentes históricos.**

La aplicación o uso de los sistemas de costeo tuvo como base, en un principio, únicamente las erogaciones hechas por las personas. Existe la creencia de que, en la antigüedad, las civilizaciones del medio oriente fueron en dar los primeros pasos en el uso de los costos.

La producción en viñedos, impresión de libros y las acerías fueron los primeros sectores industriales en aplicar procedimientos que tenía similitud a un sistema de costos y que efectivizaba en parte el consumo de recursos para la fabricación de bienes.

En ciertas industrias de algunos países europeos entre 1485 y 1509 se empezaron a utilizar sistemas de costeo rudimentarios o primarios que demuestran algo de similitud con los sistemas de costeo actuales.

Se piensa que en Italia se dio el surgimiento de la teneduría o manejo de libros en base al método de partida doble, ya que por ser este un territorio con gran influencia comercial o mercantil. Los primeros textos contables eran realizados y dirigidos para los comerciantes, debido a que la fabricación artesanal estaba en manos de algunos trabajadores relacionados a cierto tipo de organizaciones sindicalistas sometidos a reglamentos de sus gremios económicos.

Gracias al sector artesanal, se fue dando el principio del auge contable impulsado también por el crecimiento de los capitalistas y de las tierras privadas. Esto provocó la necesidad de tener el control sobre el uso de materias primas en el sector artesanal.

En el año de 1557, se empezó a utilizar algo llamado “Costos de producción” por parte de los fabricantes de vinos. Estos básicamente contenían datos cuantitativos sobre la mano de obra y materiales utilizados en la producción. El francés Cristóbal Plantín radicado en Amberes en el siglo XVI, utilizaba cuentas exclusivas para los diferentes tipos de papeles importados y otras cuentas para la impresión de libros. Existen afirmaciones que indicaban que en sus registros utilizaba una cuenta para cada libro en proceso de impresión para luego proceder con la carga de los costos a otra cuenta de inventario para la comercialización o venta.

La contabilidad en ese tiempo tenía como objetivo proporcionar un informe de cuentas sin diferenciar los ingresos y costos; sin aportar como base para la fijación de precios al consumidor, ni tampoco proporcionando un resultado neto de las operaciones comerciales.

**Surgimiento de los costos.** - En el año de 1776, se inicia la era de la revolución industrial. Esto acarrió la creación de las grandes fábricas. La producción artesanal con el tiempo se iba convirtiendo en una producción industrial, lo que obligó a los comerciantes a tener más control sobre los insumos, materiales y manos de obra. También se empezó a tomar en cuenta el costo que originaban las máquinas y equipos de producción. Estas máquinas y equipos fueron desplazando el uso de la mano de obra artesanal y, con ello, la desaparición paulatina de los pequeños artesanos. Estos sucesos fueron los responsables del nuevo desarrollo que tuvo la contabilidad de costos.

En 1777 se realizó una primera explicación de los costos de producción por procesos basándose en las actividades productivas de una empresa industrial que elaboraba medias de lino. Se podía apreciar como el costo del producto terminado se determinaba a través de un conjunto de cuentas por partida doble que se manejaban en cantidades y montos para cada fase de la producción.

En las últimas décadas del siglo XIX, la teorización de los costos fue gestionada mayoritariamente por Inglaterra.

El empleo de los libros auxiliares se empezó a llevar a cabo en 1778 abarcando todos los elementos que tuvieran influencia en el costo de producción como: salarios, materiales de trabajo y fechas de entrega. Gracias al desarrollo de la industria química comenzó la aparición del concepto costo conjunto en 1800 aunque la revolución Industrial se había originado en Inglaterra, Francia fue la que impulsó con mayor importancia la contabilidad de costos. Este hecho toma más validez gracias a que el Señor Anselmo Payen fue el hombre que originó la aplicación de los conceptos depreciación, alquiler e intereses en un sistema de costeo.

El fabricante de vidrios francés M. GORDARD, en su publicación de 1827 realiza un tratado de contabilidad industrial en el que sobresale la necesidad de calcular el precio de las materias primas confrontadas a diferentes precios.

**Nueva visión de los costos.** - después de la gran depresión se origina una gran preponderancia a diferentes sistemas de costeos y a los presupuestos como herramientas relevantes en la dirección de las organizaciones. Entre los hechos principales que demostraban el nuevo auge de la contabilidad de costos resaltan:

- a) El desarrollo de los ferrocarriles

- b) El costo de los activos fijos utilizados por las empresas que provocaron la aparición de la necesidad de tener control sobre los costos indirectos
- c) El tamaño y la complejidad de las empresas y, por resultante, las barreras administrativas a las que se debían enfrentaban la organización.
- d) La necesidad de tener a la mano una herramienta efectiva con la que pudieran calcular y fijar los precios de venta para los consumidores.

Hasta antes del año 1980 las industrias determinaban que sus procesos de acumulación de costos se consideraban como secretos industriales, ya que la información financiera excluía las bases de datos y archivos pertenecientes a la contabilidad de costos.

El norteamericano HT. JHONSON en 1981 destacó la importancia de la contabilidad de costos y los sistemas de costeos como herramienta primordial para ofrecer información, a la administración empresarial, sobre el estado de la producción, lo cual desencadenaba la existencia de documentos y demás archivos de costos importantes para la fijación de precios rentables en mercados competitivos.

Es de esta manera como han surgido los sistemas de costeo actuales y si el sistema organizacional como el de producción sigan sufriendo más desarrollo y cambios, existirá la obligación de aplicar nuevos métodos y herramientas para el control y medición de costes. (Gómez, 2002).

### **Empresas comerciales**

Los siglos XVII y XVIII fueron épocas importantes en las que se estableció el capitalismo mercantilista, que tuvo como su principal razón de ser el comercio como actividad económica principal. En este contexto se dio inicio a creación de la empresa comercial, que era un ente organizado que se dedicaba principalmente a impulsar el comercio entre diferentes naciones.

Adicionalmente, fue en esta época cuando se empezó a desarrollar vigorosamente la actividad bancaria, la cual destinaba su actividad principal en financiar las campañas bélicas de las naciones desarrolladas de la época. Las Compañías de las Indias, que se encargaban del comercio entre una metrópolis y sus colonias, son las primeras organizaciones económicas conformadas como sociedades comerciales de las que se tiene conocimiento. El objetivo que tenían no era otro que comercializar con regiones muy apartadas de Europa y que por primera vez se involucraban abiertamente al mundo comercial.

En el siglo XIX los sistemas económicos se dejaron influenciar por los efectos de la Revolución Industrial generada durante el siglo XVIII. Éste desarrolló un tipo de actividad económica muchísimo más compleja comparada con la anterior. Durante este escenario nacieron las llamadas empresas industriales, cuyo giro de negocio tenía como base las actividades transformadoras, siendo este el motivo de que la mayoría de los negocios de la época eran fábricas, teniendo como objetivo principal desarrollarse como unidades económicas de producción.

Las fábricas fueron las culpables de la metamorfosis total de los procesos de producción de la época. La implementación de maquinarias provocó que el trabajo sea más mecánico que manual, y eso estimuló la necesidad de contratar más operarios en las empresas. Las actividades de los pequeños talleres artesanales se fueron trasladando a las fábricas, debido a que los artesanos ya no veían rentable el trabajo autónomo. Hubo un crecimiento económico acelerado de las empresas de esta época, provocando consigo la creación de grandes sociedades y mercados basados en el sistema monopolista y oligopolista en el cual una o pocas empresas se beneficiaban del mismo.



En el inicio del siglo XX la producción dejó de ser la única preocupación de las organizaciones. El desarrollo económico de las empresas había llegado a tal punto que se dispuso por primera vez en la historia la necesidad de diferenciar e identificar entre el puesto del empresario y de los dueños del capital.

En este contexto, la empresa evoluciona de una unidad de producción a una entidad financiera y de decisión. Al surgir la necesidad de encontrar nuevas fuentes de financiación, nace el denominado “Capital Financiero”, el cual se destinaba a la implementación de innovaciones tecnológicas y para conseguir la concentración del mercado a los trust, holdings empresariales y cárteles.

La necesidad de financiamiento, con el tiempo, desarrollaron los créditos bancarios. Adicionalmente, las personas empezaron a agruparse en modo de “Sociedades Anónimas” para poder conseguir los grandes capitales que las organizaciones necesitaban para desenvolverse y ser rentables. Estas sociedades anónimas dividían su capital en acciones, los cuales se podían comprar y vender en la bolsa de valores. (Jiménez, 2012).

#### **2.1.1.1. La empresa en la actualidad**

Actualmente, el papel que ocupan las empresas se ha tornado más complejo debido al desarrollo de la globalización, el avance continuo de las tecnologías de la información y del amplio conocimiento humano. Hoy en día las empresas, aún más en la de gran tamaño, tienen muy bien definidas las figuras del empresario y del dueño del capital.

Las empresas actuales poseen un conjunto de factores productivos (recursos naturales, personas y capital), que llegan de ser gestionados por el empresario y direccionados en el alcance de objetivos organizacionales, como: obtener algún beneficio o

ganancia, pero sin dejar a un lado su responsabilidad social con el medio que la rodea condicionando su actividad económica.

La empresa no es, por tanto, un sujeto que se encuentre aislado o apartado, sino que es parte de un muy complejo entorno que está conformado por elementos que se relacionan entre sí y con la misma empresa, sobre los cuales la organización tiene poca o nula influencia pero que afectan y cambian, en cierta medida, su actividad. Lo dicho anteriormente hace referencia a los factores demográficos, tecnológicos, legales, políticos, educativos, culturales; inclusive también los competidores, consumidores, intermediarios, entidades financieras, organismos públicos, entre otros. (Jiménez, 2012).

#### **2.1.1.2. Precio de Venta**

Históricamente, los precios eran fijados a partir de una negociación llevada a cabo entre compradores o consumidores y vendedores o comerciantes. La cultura comercial de mantener un precio fijo para todos los compradores es una idea relativamente moderna que tuvo su surgimiento en el desarrollo de las ventas retail en gran volumen a finales del siglo XIX. F. W. Woolworth, Tiffany & Co., y otros informaron acerca de una política estricta denominada “Un solo precio” debido a que su actividad involucraba gran cantidad de artículos y la supervisión de muchos trabajadores.

En los tiempos actuales, después de casi cien años, el uso de la internet, como intermediario comercial, promete revertir la cultura de los precios fijos y llevarnos de vuelta a los tiempos aquellos en donde los precios se negociaban o regateaban. La internet, las redes empresariales y los sistemas de tecnología inalámbrica están relacionando a personas, máquinas y negocios de todo el globo, y conectando a vendedores y consumidores como nunca antes se había visto. Sitios Web como Wish.com y Alibaba.com

permiten a los compradores hacer comparaciones entre productos y precios con más rapidez y efectividad.

Existen también sitios web de compra y venta a través de subastas como Onsale.com, eBay.com y Corpart.com en donde los compradores y comerciantes realizan la negociación de los precios de una inmensa cantidad de productos, desde smartphone de segunda mano hasta discos de vinilo antiguos.

Es una tradición que el precio de venta funcione como principal factor a la hora de llevar a cabo una compra. Esto sigue siendo válido en los países o grupos más pobres, más aún si se trata de productos de primera necesidad. Aunque factores distintos del precio se han hecho cada vez más relevantes para la conducta del comprador en las últimas décadas, el precio sigue siendo uno de los elementos primordiales o relevantes en la determinación de la participación de mercado y de la rentabilidad de una empresa o negocio.

Gracias a las tecnologías de la información actuales tanto consumidores como vendedores tiene acceso a una gran cantidad de información relacionada a precios y a quienes se los ofrecen con descuento. Los compradores investigan sus compras con cuidado, obligando a los comerciantes a disminuir los precios. Luego, los comerciantes presionan al sector industrial a que bajen sus precios. Esto da como resultado es un mercado ciertamente volátil caracterizado por grandes descuentos y ofertas únicas en ventas (Angulo, 2004).

### **2.1.2. Antecedentes referenciales.**

Para llevar a cabo el diseño de un sistema de costeo, lo que primero que se debe hacer es realizar un estudio o diagnóstico de la empresa u a la que se precisa aplicar el sistema.

Según lo que menciona la Lcda. Zulma Alvarado M. en su tesis de investigación “Diseño de un sistema de costos estándar para una empresa productora de jugo de noni”, para el diseño de un sistema o procedimiento de costos estándar podemos establecer como guía los siguientes aspectos:

- a) Estudios preliminares.** – Este punto se basa en la importancia de tener un conocimiento previo y completo de la estructura de la industria o empresa, y del producto o servicio que se ofrecerá.
- b) Planeación del sistema.** – Este aspecto se basa en el programa de trabajo a desarrollarse y que se resume en los siguientes puntos:
  - Formulación y análisis del catálogo de cuentas.
  - Formatos establecidos para la organización, manejo y control de la producción, almacén de materiales, insumos y de productos terminados (Inventario de Mercaderías).
  - Personal capacitado y necesario para cubrir el diseño del sistema planeado.
- c) Diseño y supervisión del sistema.** - El diseño del sistema requiere la supervisión constante del personal que ha hecho los estudios preliminares indicados anteriormente, a fin de ajustar aquellos aspectos que por motivos especiales no puedan gestionarse como originalmente había sido diseñados.  
Es aconsejable la supervisión del diseño del sistema en dos o tres ciclos de costos a efecto de encontrar los resultados obtenidos y realizar las correcciones respectivas oportunamente.

Por lo tanto, el diseño de un sistema de costeo abarcaría:

- 1) Previo conocimiento de la empresa:** Se obtiene por medio del análisis de la estructura del proceso productivo, y de la manera en la que está organizada o conformada la empresa.
- 2) Datos de la empresa u organización:** Es un formulario que posee datos completos de la empresa relativos a, razón social,

ubicación geográfica, actividad comercial o industrial, cantidad de colaboradores, equipos, capital, insumos y otros datos.

- 3) **Informes financieros:** Entre estos informes se encuentran el estado de los costos de producción, estado de resultados (Pérdidas y Ganancias) y balance general.
- 4) **Plan de cuentas:** Es un informe que debe contener todas las cuentas contables consideradas necesarias en el diseño del sistema, así como el manual relacionado a su uso y delimitaciones.
- 5) **Estructuración y aplicación de formatos apropiados para las operaciones de costeo:** Son las metodologías utilizadas en el registro de las operaciones de costos estándar, cédula de elementos estándar, cédula de elementos reales, hojas técnicas del costo estándar de producción entre otras que se consideren importantes.
- 6) **Elaboración de informes financieros:** Gracias a la paulatino y correcto procesamiento de todas las operaciones relacionadas a los costos, al finalizar el proceso contable, se puede realizar el respectivo balance general, estado de costos de producción y el estado de resultados del período (Alvarado Z. , 2011).

Esta preparación previa al diseño de un sistema de costeo nos permite saber muy bien a lo que nos enfrentamos.

Conocer a la empresa y a su estructura es de vital importancia, ya que podemos establecer las necesidades que tiene la organización y lo que busca a largo plazo.

Por lo tanto, buen sistema de costeo debe ser flexible a los eventos y necesidades que tenga la empresa en cualquiera de sus etapas o fases relacionadas a su giro de negocio.

### **2.1.2.1. Sistemas de Costos.**

Los CPA Arámbulo Ana y Mite José en su tesis de investigación “Propuesta de diseño y aplicación de un sistema de costos por procesos para SOMICOSA S.A.”, indican que un sistema de costos puede entenderse como: un conjunto de normas y procedimientos contables relevantes en la determinación de los costos de producción, que es uno de los principales objetivos de la Contabilidad de Costos.

El análisis de la naturaleza de los sistemas de costeo puede abarcar el estudio de características particulares presentes en cada uno de los sistemas de costos existentes.

Dicho lo anterior, se puede dar a conocer algunas características generales presentes en todos los sistemas de costeo:

- Los sistemas de costos establecen las directrices que se aplican en los procedimientos de distribución de costos.
- Los sistemas de costos determinan las normas utilizadas en la distribución y prorrateo de gastos.
- Los sistemas de costos disponen la forma, la fecha y la oportunidad en que se deben determinar los costos, las modalidades de cálculo, las bases que se pueden tomar en cuenta, la manera en que deben ser tratados determinados costos, metodología de cálculo de costos totales y unitarios.
- Los sistemas tradicionales de costos están estructurados por procedimientos y técnicas destinadas al cálculo de los costos de las diferentes actividades que se ejecutan en la empresa.

### **2.1.2.2. Tipos de sistemas de costos**

- **Sistemas de costos por órdenes de producción.**

Este sistema está basado en el hecho de que los costos son determinados por unidad de tiempo, generalmente un mes, si se tiene en cuenta la concepción de los costos reales, es decir, se

determina el costo una vez finalizado el proceso productivo que en este caso será determinado por la unidad de tiempo (Arámbulo, 2016).

- **Sistema de costeo base estándar.**

El costo estándar predeterminado es expresado en términos de una sola unidad. Representa el costo planificado de un producto y generalmente se establece antes de iniciarse el proceso productivo, facilitando así un objetivo que debe conseguir. (Arámbulo, 2016)

- **Sistema de costeo base directo.**

Para proceder con la determinación del costo directo, debemos identificar y separar los costos fijos y aquellos costos cuya variación está ligada al volumen de producción. (Arámbulo, 2016)

- **Sistema de costeo base por absorción o costeo absorbente.**

La ventaja que tiene la empresa en relación con los costos fijos es que el volumen de producción no afecta a dichos costos, pero deber tener en cuenta que mientras más produzca, mayor deberá ser su volumen de ventas si lo que se busca es mejorar las ganancias.

- **Sistema de costeo ABC.**

Se define al Sistema de Costeo ABC como un proceso de índole gerencial que proporciona un control de actividades y procesos del negocio, durante la toma de decisiones estratégicas y operacionales.

En primera instancia, este sistema acumula los costos indirectos originadas en cada una de las actividades de la organización para proseguir con la asignación de los costos de las actividades a productos, servicios u otros elementos de costo que originaron dicha actividad (Arámbulo, 2016).

- **Sistemas de costos por procesos.**

El costeo por procesos es un sistema que se basa en la acumulación de costos de producción por departamento, área o centro de costos.

Un departamento es una parte funcional y principal en una empresa o fábrica donde se realizan actividades relacionadas al giro de negocio. Cuando dos o más procesos se llevan a cabo en un mismo departamento, puede ser conveniente dividir la unidad departamental en centros de costos. A cada proceso se le asignaría un centro de costos, y los costos se acumularían por centros de costos en lugar de por departamentos. Por ejemplo, el departamento de “ensamblaje” de una compañía manufacturera electrónica puede dividirse en los siguientes centros de costos: disposición de materiales, alambrado y soldadura (Arámbulo, 2016).

Resulta muy importante que en nuestro medio existan diversos tipos de sistemas de costeo, ya que no todas las empresas son iguales y algunas tienen diversos giros de negocio.

Es muy probable que, con la globalización y el avance tecnológico, los sistemas de costeos se automaticen cada día más; como también darse el caso de que existan nuevos sistemas más sofisticados.

### **2.1.2.3. Aplicación metodológica de un sistema de costeo.**

Para la contadora pública Monteza Lady, en su tesis de investigación “Diseño de un sistema de costeo basado en actividades para mejorar la eficiencia de la empresa de fabricación Calzado Andino del Perú”, indica que para la aplicación metodológica del sistema de costeo basado en actividades tenemos que tomar en cuenta algunos puntos:

**a) Recursos.** – Debemos identificar y describir los recursos en base a la información que ha sido proporcionada por la empresa



incluyendo los posibles inductores del costo, agrupándolos de acuerdo con el mismo inductor que posean, con lo cual podremos distribuir efectivamente el costo hacia la actividad. No se debe olvidar tener en cuenta la causa y efecto del recurso y conocer la forma en que puede ser medido el inductor del costo con facilidad, evitando causar una pérdida de tiempo y recursos a los trabajadores que manejen el sistema. No hay que dejar a un lado el hecho de que los recursos tienen como origen los costos indirectos de fabricación que, posteriormente, serán distribuidos hacia los objetos del costo; para después sumar la mano de obra indirecta a los costos de fabricación.

**b) Las actividades.** - Una forma en la que se puede determinar las actividades que serán tomadas en cuenta a la hora de distribuir los recursos, es efectuando entrevistas personalizadas con los operarios de todos los niveles y a sus respectivos jefes que puedan ofrecer una explicación detallada del proceso productivo. Luego, procedemos con un estudio meticuloso de todas las áreas de la empresa con las respectivas tareas que se ejecutan en ellas. A partir de este punto, como lo explica la metodología del Costo Basado en Actividades, se estudian y cuantifican las áreas evitando abarcar muchas tareas que no son relevantes para la empresa.

En general, la aplicación de la metodología del ABC está estructurada por una serie de pasos que se basan en el análisis de proceso productivo y entrevistas con los operarios.

**c) Diseñar modelos.** - En lo que respecta el diseño de modelos, este proceso debe llevarse a cabo con personal capacitado para realizar prototipos de productos a fabricar. Cada diseño llega a tener cualidades muy específicas, pero cada uno posee una característica especial que los hacen únicos y potencialmente acogido en el mercado.

- d) Preparación de la maquinaria.** – Las personas responsables de este proceso se encarga de preparar la maquinaria para disminuir en lo más mínimo las posibilidades de que ocurra una interferencia durante el proceso productivo y así optimizar la calidad de producto a ofrecer.
  
- e) Maquinar.** - Sólo personal capacitado deben ser los que manipulen las máquinas dentro del proceso productivo. Este proceso resulta muy delicado de controlar, ya que de ello depende la calidad de los productos fabricados y el buen estado de las maquinarias.
  
- f) Receptar materiales.** - La producción mantiene su buen funcionamiento si la gestión de suministro de materiales hacia las máquinas es realizada de manera oportuna y controlada mediante ordenes de pedidos emitidas por el departamento de producción, según las exigencias de los consumidores.
  
- g) Despacho de productos.** - El despacho de productos se lo efectúa después de que los productos empaquetados hayan pasado con normalidad el control de calidad. El objetivo de esta fase el hacer la respectiva entrega de la mercadería a los distribuidores para repartir el producto según las condiciones establecidas en las órdenes de ventas.

La tasa presupuestal son un elemento muy relevante en la metodología ABC. Dichas tasas son el inductor del costo que, después de haber sido obtenidos, se distribuye su valor al costo de la actividad al que pertenece.

Es relevante mencionar que, mediante este proceso de tasas presupuestales, que forma parte de la metodología del costeo ABC,

son utilizados para encontrar el inductor del costo y ser distribuido, por lo cual la empresa logrará a través de la aplicación del Costeo, mejore su eficiencia durante el proceso productivo y así pueda elevar su ingresos evitando generar costos innecesarios (Monteza, 2015).

Lo que menciona la contadora Monteza Lady, en cuanto a los recursos y las actividades, pienso que son dos puntos claves en la metodología de costeo ABC.

Se puede deducir que el sistema de costos por la metodología ABC resulta muy complejo, pero a la vez muy efectivo. Este sistema resulta ideal para aquellas empresas o industrias que estén estructuradas por varias etapas en sus procesos de producción, y necesiten obtener la máxima rentabilidad descartando la posibilidad de desperdicio de recursos materiales y/o tiempo.

#### **2.1.2.4. Tributos por producto importado**

Según la ADUANA DEL ECUADOR, los entes que son partícipes en el comercio exterior, por ejemplo, los importadores, están obligados al pago de derechos arancelarios, impuestos establecidos en leyes orgánicas y orgánicas, y tasas por servicios aduaneros.

Los pagos por tributos a las importaciones según la ADUANA DEL ECUADOR:

- AD-VALOREM (Arancel Cobrado a las Mercancías) Impuesto manejado por la Aduana del Ecuador. Su porcentaje varía según el tipo de mercancía y se aplica sobre el CIF o la suma de Costo, Seguro y Flete con el cual se obtiene la base imponible de la Importación.
- FODINFA (Fondo de Desarrollo para la Infancia) Impuesto que es administrado por el INFA cuyo porcentaje corresponde al 0.5% se aplica sobre el monto CIF.

- ICE (Impuesto a los Consumos Especiales) Es un tributo administrado por el estado a través del SRI. Dicho porcentaje es variable según los bienes y servicios que se adquieran del exterior.
- IVA (Impuesto al Valor Agregado) También es gestionado por el SRI. Corresponde al 12% que se aplican a la base imponible + ADVALOREM + FODINFA + ICE. (Aguirre M. G., 2013)

## **2.2. Fundamentación legal**

### **2.2.1. Constitución de la República del Ecuador.**

En el Ecuador, la política comercial está arraigada a los objetivos establecidos en el Art. 304 los cuales buscan:

- a) Dar fortalecimiento, desarrollo y dinamismo a los mercados internos en base al objetivo estratégico señalados en el Plan Nacional de Desarrollo.
- b) Impulsar la inserción estratégica del país en la economía mundial por medio de acciones reguladas y ejecutadas efectivamente.
- c) Dar fortalecimiento al aparato productivo y desarrollar la producción nacional.
- d) Minimizar las desigualdades internas protegiendo la soberanía alimentaria y energética.
- e) Estimular el desarrollo de las economías de escala obedeciendo el comercio justo.
- f) Proteger el buen funcionamiento de los mercados evitando la existencia de los negocios monopólicos y oligopólicos.

En lo que respecta a los aranceles, la Función Ejecutiva es la única que tiene la facultad de crearlas y fijarlas según lo que menciona el Art. 305.

El Art. 306 indica que el Estado impulsará las exportaciones que sean responsables con el medioambiente, dando preferencia a aquellas que produzcan más plazas de trabajo y valor agregado. Adicionalmente explica que las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal gozarán también de preferencias.

La Constitución de la República del Ecuador asegura que el Estado promoverá que se lleven a cabo únicamente las importaciones que permitan desarrollar la producción nacional, la población y la naturaleza. (Asamblea Constituyente, 2008).

### **2.2.2. Ministerio de Comercio Exterior**

Es el organismo público encargado de gestionar y aplicar la Política de Comercio Exterior e Inversiones, proponiendo estrategias soberanas para alcanzar la inserción económica y comercial del país a niveles internacionales.

Dichas estrategias son importantes para la integración de los países latinoamericanos y para el cambio de la matriz productiva, a través de:

- Formulación, gestión y coordinación de la política de comercio exterior.
- Promoción comercial.
- Atracción de inversionistas al país.
- Impulsar las negociaciones comerciales bilaterales y multilaterales.
- Establecer regulaciones para las importaciones.
- Sustitución estratégica de importaciones.

De esta manera se busca contribuir al desarrollo económico y social del país (Ministerio de Comercio Exterior, 2017).

### **Funciones y atribuciones:**

- Desarrollar negociaciones de acuerdos comerciales, administrando la implementación y seguimiento de alianzas comerciales internacionales pactados en el país.
- Defender los intereses y el ejercicio pleno de los derechos del Estado en el ámbito del comercio internacional, ante organismos internacionales de comercio, foros y frente a acciones perjudiciales para el comercio exterior.
- Promover y coordinar los sistemas de integración económica, con un enfoque especial en los países latinoamericanos.
- Impulsar las exportaciones nacionales de productos y servicios hacia los mercados extranjeros.
- Atraer la inversión extranjera y la captación de divisas como estrategia que incentiven el desarrollo interno del país, tomando en cuenta al medio ambiente, a los trabajadores, a los deberes con el Estado y a los consumidores;
- Llevar a cabo estrategias y acciones para desarrollar y promover las marcas sectoriales o denominaciones de origen dirigidas a fomentar el comercio y a posicionar los productos y servicios ecuatorianos en el exterior;
- Planificar y ejecutar mecanismos logísticos internacionales para optimizar el transporte, almacenamiento, consolidación, redistribución y comercialización de productos nacionales en los países y mercados internacionales, ligándolos con las entidades rectoras competentes;
- Informar y aplicar políticas y acciones que faciliten el acceso efectivo de exportaciones a mercados internacionales basándose en las normas técnicas, sanitarias, fitosanitarias, aduaneras, entre otras;
- Planificar y gestionar la puesta en marcha de condicionamientos y procedimientos de exportación e importación o diferimiento, de acuerdo con las necesidades que surjan en el país.

- Ofrecer incentivos y regulaciones en lo que respecta la generación de valor agregado en las exportaciones y para la inclusión de métodos de innovación para los productos y servicios ecuatorianos, lo cual es importante en la búsqueda de nuevos mercados en el exterior.
- Regularizar la transferencia tecnológica y conocimiento de las importaciones, destinadas a optimizar al sector productivo nacional (Ministerio de Comercio Exterior, 2017).

### **2.2.3. Regímenes de importación.**

**Las importaciones en el Ecuador tienen como base legal al Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones – COPCI, que indica:**

- En su Art. 147 las adquisiciones son estudiadas y reguladas para que puedan circular libremente en el territorio aduanero, siempre y cuando se haya cumplido con el pago de los derechos, impuestos, sanciones y recargos.
- Admisión Temporal para Reexportación en el mismo estado, según Art. 148, es el régimen aduanero que impulsa la introducción al territorio aduanero de ciertas mercancías extranjeras, para ser utilizadas con un objetivo claro.
- Admisión Temporal para Perfeccionamiento Activo según el Art. 149, es el régimen aduanero que permite la adquisición al territorio nacional con la exoneración de tributos y demás recargos, siempre y cuando los productos hayan sido sometidos a una operación de mejora o perfeccionamiento con el fin de obtener productos compensadores.
- Reposición de Mercancías con Franquicia Arancelaria según Art. 150, el régimen aduanero que permite adquirir desde el extranjero, de idéntica o similar especie., calidad y cualidades técnicas, a las que estando en libre circulación dentro del Ecuador siempre y cuando sean utilizadas para fabricar

productos de exportación con valor agregado y carácter definitivo.

- Transformación bajo control Aduanero según Art. 151, Es la norma aduanera que permite introducir en el territorio aduanero mercancías para aplicarles un procedimiento de modificación en su especie o estado, para la posterior adquisición para el consumo de los productos resultantes obtenidos de esas operaciones, con la aplicación de los derechos e impuestos a la importación y recargos que les pertenezcan con arreglo a la naturaleza arancelaria del producto final o terminado.
- Depósito Aduanero según el Art. 152, Régimen aduanero que menciona que los productos importados son almacenados por un periodo establecido bajo vigilancia de la aduana en un lugar habilitado y propicio para dicho objetivo, con exoneración del pago de los derechos, impuestos y recargos aplicables.
- Reimportación en el mismo estado según Art. 153. Es el régimen aduanero que permite la compra en el exterior de mercaderías para el consumo con exoneración de los derechos, impuestos y recargos, con la condición de que no hayan sido sometidas a ninguna modificación, elaboración o reparación en el extranjero y con la condición de que todas las erogaciones exigibles tratadas como un reembolso o devolución, exoneración condicional de derechos e impuestos o de toda subvención u otro valor ocasionado en el momento de la exportación, se hayan cancelado o pagado en su totalidad. (Asamblea Nacional, 2017).

#### **2.2.4. Aranceles**

Los aranceles son un tributo que representan los derechos exigidos a de pagar para solventar ciertos servicios, como transportes, aduanas o procesos legales; es decir que se lo puede definir como



erogaciones hechas al Estado por los bienes que se importa o adquieren hacia el mismo desde el exterior. (Aguirre M. G., 2013).

La Constitución de la República del Ecuador en su Artículo 305; indica que la elaboración, aplicación o validación de aranceles y la determinación de sus niveles son responsabilidades pertenecientes únicamente a la función ejecutiva; sólo el Estado podrá fijar los porcentajes de aranceles de cada mercadería o subpartida importada. (Comité de Comercio Exterior, 2016).

El sistema arancelario tiene como objetivo principal proteger a la industria nacional de las importaciones a gran escala, dándose a entender de la siguiente forma:

- La Estructura Arancelaria de un estado o nación tiene como propósito primordial la protección de la industria local, ya que permite a los negocios nacionales desarrollarse exentas de la competencia de las empresas extranjeras. Este argumento se lo puede ubicar en la industria infantil y se fundamenta en una ley natural: En las primeras etapas de vida, cualquier ser biológico necesita de cierto grado importante de protección que resulta mayor al que requiere cuando haya llegado a la total madurez. Sin embargo, si se da el caso de una sobreprotección, esto sería contra productivo por cuanto se altera al ser protegido llegando a ser ineficiente e inhábil de sobrevivir por su propia cuenta (Aguirre M. G., 2013).

#### **2.2.5. Plan Nacional del Buen Vivir**

##### **Objetivo 10 – Dar impulso a la transformación de la matriz productiva**

El informe de los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir 2013 – 2017, propuesto por el grupo político de Alianza País, explica que una producción debe estar basada en la economía del conocimiento, para el impulso de la transformación de las

estructuras de producción, es una aspiración de escala histórica. Eloy Alfaro Delgado había dicho hace más de cien años que si lo que se busca es la razón del extraordinario desarrollo de las industrias en la Gran República, hallaremos que no es otra que el sistema proteccionista, cuyo estado se fortifica y multiplica la actividad del sector industrial, y se obtendrían los más hermosos sueños del patriotismo. Esto desarrollaría las riquezas de las naciones. Se observa incluso en los territorios europeos que están aún en pleno desarrollo, donde las industrias se encuentran en un estado próspero. Por ejemplo, en Francia se aprecia que todavía existe un prudente proteccionismo, es decir, un sistema económico del cual es improbable apartarse en su totalidad, en ningún caso, sin afectar en ciertas medidas los intereses industriales del país.

La Constitución buscar establecer un “sistema económico justo, democrático, productivo, solidario y sostenible, que se basa en la distribución equitativa de los beneficios del desarrollo” (art. 276), cuyos elementos de transformación productiva se direccionen a mejorar el sector industrial nacional, la productividad y competitividad sistémicas, el desarrollo del conocimiento, la inclusión estratégica del país en la economía internacional y la producción complementaria para la unificación regional; así se aseguraría la soberanía alimentaria; adquirir valor agregado con efectividad y bajo las limitaciones biofísicas de la naturaleza; para alcanzar un desarrollo equilibrado e inclusivo de las regiones; a impulsar el intercambio justo en mercados y la democratización de los recursos productivos; evitando también la dependencia de adquisiciones en el exterior de alimentos (art. 284).

El Programa de Gobierno 2013-2017 adjunta modificaciones en la estructura productiva para mejorar la economía, dinamizar la productividad, asegurar la soberanía nacional en la producción

y el consumo nacional, para ya no depender de una economía primaria-exportadora.

El establecimiento de nuevas industrias y el fortalecimiento de los sectores productivos con inserción económica en todas sus etapas, apoyándose en la inversión pública, desarrollo de inversión privada, las compras públicas, los impulsos a la producción, la biodiversidad y su responsable explotación (Senplades, 2009), darán potenciamiento al sector industrial nacional, reemplazar las importaciones y reducirán las debilidades externas.

#### **A. Diversificación y generación de mayor valor agregado a la producción nacional**

Esta política tiene como fundamento el desarrollo de las industrias estratégicas muy importantes para la economía nacional y a sus cadenas productivas, dando prioridad a aquellas que son resultado del cambio estructural de la matriz energética, de la administración soberana de las áreas estratégicas y de las que inducen el dinamismo a otros sectores de la economía en sus etapas productivas.

Es importante direccionar la gestión de los sectores estratégicos a la Estrategia Nacional relacionada al Cambio de la Matriz Productiva y a las cualidades productivas de las regiones y su diversidad poblacional.

La consolidación del cambio productivo en los sectores industriales claves y de manufactura, se llega a través de procedimientos de implementación de valor agregado que maximicen el componente nacional y vigoricen la capacidad de innovación y de aprendizaje poblacional.

El fortalecimiento y desarrollo de la industria de astilleros, como responsable de encadenamientos productivos, provocaría el

desarrollo de actividades industriales conexas o relacionadas. Al igual que el fortalecimiento del marco institucional y regulatorio mejoraría la gestión de calidad en los procesos productivos y asegure los derechos de compradores y productores.

La generación de valor agregado en la producción nacional está ligado también a la articulación de la educación y de la investigación a la producción de habilidades técnicas y de gestión. Con esto se dinamizaría la transformación productiva y se fomentaría la sustitución estratégica y selectiva de importaciones, en base al potencial endógeno territorial, con miras al encadenamiento de industrias básicas e intermedias.

#### **B. Potenciación de los procesos comerciales diversificados y sostenibles en el marco de la transformación productiva.**

Esta potenciación está estructurada por los siguientes puntos clave:

- 1) Analizar profundamente la sustitución selectiva de importaciones, tomando en cuenta las condiciones productivas potenciales en los territorios, que reserven negocios y empresas locales, asegurando una escala de producción necesaria para el desarrollo de los sectores prioritarios, industrias intermedias que sean conexas y la creación de más industrias básicas.
- 2) Dar impulso a la oferta productiva de los sectores primordiales, incluido los relacionados a la cultura. De esta forma se potenciaría sus encadenamientos productivos, aumentando los mercados de destino, dando fortalecimiento

el comercio electrónico, mejorando servicios postales y desarrollando la integración de regiones.

- 3)** Gestionar el aumento y mejora de la oferta exportable nacional de bienes y servicios a través de la incorporación de nuevos entes, principalmente de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas, incluyendo los de la Economía Popular y Solidaria (EPS).
- 4)** Determinar medidas comerciales que estén relacionadas a importaciones y barreras no arancelarias, que resulten importantes para promover el desarrollo del sector industrial y que garanticen el fortalecimiento del sector externo.
- 5)** Incentivar las negociaciones de acuerdos comerciales y de protección a inversiones fomentando la evolución productiva a través del aumento de capital dentro del país y del desarrollo del trabajo de ecuatorianos y ecuatorianas en los sectores productivos primarios, industriales, manufactureros, y de servicios.
- 6)** Estimular la creación y puesta en marcha de acuerdos comerciales y de protección de las inversiones que traigan consigo la desagregación y transferencia tecnológica nacional. Adicionalmente promover procesos soberanos relacionados a la contratación pública.
- 7)** Garantizar negociaciones de acuerdos comerciales y de protección a inversiones, sin caer en el establecimiento de una competencia ilegítima entre proveedores nacionales y extranjeros, promoviendo una comercialización justa y de calidad en los bienes y servicios (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013).

## **2.2.6. Reglamento de comprobantes de venta, retención y documentos complementarios.**

La creación de este reglamento está relacionada al objetivo de ajustar los lineamientos reglamentarios pertinentes en la emisión y manejo de los comprobantes de venta y de retención a las necesidades que actualmente tienen los contribuyentes y la administración tributaria, con el fin de agilizar y efectivizar el cumplimiento de las obligaciones tributarias, y que permitan también dar sustento documental a los procesos de importación de mercaderías extranjeras.

- En el Art. 1 y 2 del reglamento, explican cuáles son los comprobantes de venta y documentos suplementarios válidos que acrediten la transferencia de bienes y servicios, como también de otras negociaciones que estén gravadas con tributos.

En este caso nos basaremos en la necesidad de soportar o validar compras de mercancías en el exterior a través.

Dichos comprobantes son:

- a)** Facturas o INVOICE;
- b)** Notas de venta – para los comerciantes que estén bajo RISE;
- c)** Liquidaciones de compra de bienes y prestación de servicios;
- d)** Tiquetes emitidos por máquinas registradoras autorizadas;
- e)** Boletos o entradas a eventos o espectáculos públicos;
- f)** Notas de crédito;
- g)** Notas de débito; y,
- h)** Guías de remisión, importantes para legalizar el traslado de bienes.

- En el Art. 3 podemos apreciar la explicación sobre el uso de los comprobantes de retención, los cuales tiene la finalidad de

acreditar o sustentar las retenciones de impuestos realizadas por los agentes de retención en base a lo dispuesto en la Ley de Régimen Tributario Interno, por este reglamento y por las resoluciones que sean emitidas por el Director General del Servicio de Rentas Internas.

- Existen otros documentos autorizados que, según el Art. 4 del reglamento, serán válidos o autorizados siempre que se sea posible identificar al emisor con su razón social o denominación, ya sea completa o abreviada, con su número RUC (Registro Único de Contribuyentes). En el caso de las personas naturales, deberán constar sus nombres y apellidos incluyendo el número de RUC.

Por otra parte, se deberá identificar también al adquirente o al ente al que se le efectúe la retención de impuestos a través de su número de RUC o cédula de identidad o pasaporte, razón social o la denominación; y, conjuntamente, se deberá contener la fecha de emisión y explicar por separado el monto de los tributos que correspondan, los siguientes:

1. Los documentos emitidos por bancos nacionales y otras instituciones de servicios financieros emisoras o que gestionen tarjetas de crédito que estén bajo el control o regularización de la Superintendencia de Bancos.

2. Boletos o tiquetes aéreos electrónicos y soportes de pago por sobrecargas por el transporte aéreo de personas, emitidos por las empresas de aviación, cumpliendo con los siguientes requisitos adicionales:

- a) Identificación del pasajero, el costo total del servicio y la fecha de emisión. Cuando el pasajero no es la misma persona que compró, se tiene que incluir el número de RUC de este último, en lugar del perteneciente al pasajero; y,

b) Detalle del IVA pagado bajo la nomenclatura EC, que es una codificación para el reconocimiento internacional de este impuesto.

3. Guías aéreas o cartas de porte aéreo, físicas o electrónicas y los conocimientos de embarque, cuando cumplan los requisitos que se establezcan en la resolución que para el efecto emita el Director General del Servicio de Rentas Internas.

4. Documentos emitidos por organismos públicos en la prestación de servicios administrativos, bajo las condiciones indicadas en la Ley de Régimen Tributario Interno.

5. La declaración aduanera y otros documentos recibidos en las actividades o gestiones de comercio exterior.

6. Los contratos celebrados en la exploración y explotación de hidrocarburos, las liquidaciones emitidas o realizadas por PETROECUADOR o las partes del contrato que efectúen por el pago de la tasa de servicios, los costos operativos o cualquier otro rubro, son considerados como comprobante de venta válidos para los efectos legales pertinentes.

7. Otros que puedan tener un adecuado control y autorización por parte del Servicio de Rentas Internas.

- La autorización de impresión de los comprobantes de venta, documentos complementarios y comprobantes de retención está regulado por el Art. 5 del reglamento que explica que los sujetos pasivos solicitarán al SRI la autorización para la emisión de los documentos o comprobantes de venta y adicionalmente de documentos complementarios, así como también la emisión de los comprobantes de retención, a través de las empresas gráficas autorizadas.



El SRI es el ente que proporcionará la autorización necesaria para el uso de máquinas registradoras en la emisión de tiquetes, siempre y cuando pertenezcan que a marcas y modelos calificados o autorizados por dicha institución.

Las personas o empresas que necesiten adquirir la autorización para emitir comprobantes de ventas, documentos complementarios y comprobantes retención impresos por establecimiento gráficos autorizados y ya no necesiten emitirlos por medio de sistemas computarizados, podrán hacer dicha solicitud por cualquier circunstancia.

- En el caso de la propuesta de costeo, en el Art. 10 se explica cómo podemos soportes todas las erogaciones relacionadas a la adquisición de mercaderías. En dicho artículo se menciona que la sustentación costos y gastos en la adquisición de bienes o servicios, para proceder con determinación y liquidación del impuesto a la renta, se considerados comprobantes válidos los determinados en este reglamento, siempre que cumplan con todos los requisitos y pautas establecidas en el mismo y faciliten la identificación exacta del adquirente o comprador.

Son válidos también, para la determinación y liquidación del impuesto a la renta, los documentos emitidos por el pago de cuotas o aportes que realice una persona o empresa a condominios. Los mismos deberán permitir la identificación del condominio, con su número de RUC, dirección; incluyendo también los datos de quién hizo el pago como el nombre o razón, su número de RUC o CI y la dirección.

Estos comprobantes deberán estar preimpresos y pre-numerados.

En cuanto a los requisitos y características de los comprobantes de ventas, notas de crédito y notas de débito se establece:

➤ En el Art. 18, los requerimientos pre impresos para las facturas, notas de venta, liquidaciones de compras de bienes y prestación de servicios, notas de crédito y notas de débito, los cuales deberán presentar:

1. Fecha exacta de la autorización de impresión del soporte, otorgado por la administración tributaria.

2. Número del RUC del ente emisor.

3. Razón social, denominación o apellidos y nombres del ente emisor, en forma abreviada o completa según como esté determinado en el RUC. Es opcional la inclusión del nombre comercial o de fantasía si los hubiere.

4. Denominación del documento.

5. Numeración conformada por 15 dígitos, que se estructurará de la siguiente manera:

a) Los tres primeros dígitos representarán al número del establecimiento según lo estipulado en el RUC;

b) Los siguientes tres dígitos, separados previamente por un guion (-) de los anteriores, pertenecen al código determinado por el contribuyente a cada lugar o área de emisión dentro de un mismo establecimiento; y,

c) Separado también por un guion (-), se incluirán también el número secuencial conformado por 9 dígitos. Se podrá excluir la impresión de los ceros del lado izquierdo del número secuencial, aunque tendrán que completarse los nueve dígitos antes de proceder a utilizar la nueva numeración.

6. Dirección del establecimiento matriz y de la sucursal o establecimiento emisor según sea el caso.

7. Fecha exacta de caducidad del documento según lo autorizado por el Servicio de Rentas Internas.

8. Número de RUC, nombres y apellidos, denominación o razón social y número de autorización otorgado por la Administración Tributaria, del establecimiento o empresa gráfica que procedió con la impresión del soporte.

9. También se deberán constar a los destinatarios del documento y sus ejemplares. El documento original se entregará al adquirente, debiendo tener la leyenda “ADQUIRENTE”, “COMPRADOR”, “USUARIO” o cualquier otra indicación que se refiera al adquirente. Una copia deberá ser conservada por el emisor o comerciante, el cual debe tener la leyenda “EMISOR”, “VENDEDOR” o cualquier indicación referente al ente emisor. Es válido consignar en todos los ejemplares de los comprobantes de venta la indicación: original-adquirente / copia-emisor, sólo si es posible cuando el original se diferencie visiblemente de la copia.

Cuando se traten de facturas comerciales negociables, consideradas así según lo estipulado en el Código de Comercio, deberán ser emitidas junto con el original dos copias. Por lo tanto, en el original y en una de las copias la leyenda “no negociable”, aplicándose la cualidad de transferible únicamente a la primera copia. El documento original será entregado al comprador y la segunda copia, conservada por el emisor o vendedor.

En el caso de los documentos de venta que sustenten crédito tributario, en las copias adicionales que son conservadas por el emisor deberá describirse, además, la leyenda “copia sin derecho a crédito tributario”. Esta misma leyenda se deberá figurar en la primera copia de las facturas comerciales negociables.

10. Los entes calificados por el SRI como especiales deberán graficar en los comprobantes de venta que emitan las palabras: “Contribuyente Especial” y el número de la resolución con la que la administración tributaria los calificaron. Si se da el caso de que los contribuyentes al momento de ser calificados como especiales y aún tengan comprobantes de ventas disponibles, podrán ubicar en dichos documentos la frase “Contribuyente Especial” con su número de resolución mediante un sello u otro cualquier tipo de impresión. Si la calificación de Contribuyente Especial es perdida por el contribuyente emisor, los comprobantes que hasta el momento estén disponibles, deberán ser dados de baja;

11. Aquellos contribuyentes que se encuentren registrados en el Régimen Simplificado deberán imprimir en todos los comprobantes de venta autorizados la frase: “Contribuyente RISE o Contribuyente Régimen Simplificado”. En el caso de que dichos contribuyentes, a la fecha de su inscripción, tengan disponibles otros comprobantes de venta vigentes o válidos, deberán darlos de baja basándose en

Si los contribuyentes, por cualquiera que sea el motivo, son excluidos del régimen simplificado tendrán que dar de baja a todos los documentos aprobados o autorizados bajo dicho régimen.

12. Los entes considerados como personas naturales o sucesiones indivisas, que estén obligadas a llevar contabilidad según las normativas legales vigentes, deberán graficar en la impresión de sus comprobantes de venta la leyenda: “Obligado a Llevar Contabilidad”. Si se da el caso de personas naturales y sucesiones indivisas que desde el inicio del ejercicio impositivo mantuvieran comprobantes de venta vigentes, podrán ubicar la leyenda de “Obligado a Llevar Contabilidad” a través de un sello o cualquier otra forma de impresión.

Si los contribuyentes dejasen de estar obligados a llevar contabilidad, según las estipulaciones del régimen tributario interno y su aplicación, deberán dar de baja todos aquellos soportes que tengan impresa la leyenda antes indicada

En el caso del traslado de mercaderías se indica:

- En el Art. 27 que la Guía de remisión es un documento que tiene como objetivo sustentar el traslado de mercaderías por cualquier motivo dentro del país. En el caso de las empresas importadoras, es fundamental el manejo de estos soportes, ya que el traslado de mercancías desde la aduana hasta las bodegas o desde las bodegas hacia otros lugares, forma parte de su día a día.

Se podrán interpretar que la guía de remisión valida lícitamente el origen de la mercancía, siempre y cuando la información descrita en ellas en ella sea fidedigna, haga referencia a documentos lícitos, válidos, y que los datos ubicados en la guía de remisión estén acordes con los productos que justamente se trasladen.

- En el Art. 28 se explica las personas u organismos obligados a emitir guías de remisión. Están obligados a emitir guías de remisión todas las empresas, personas naturales o sucesiones indivisas que realicen traslados o transferencias mercadería, más aún en los siguientes casos:

1. El importador o Agente de Aduanas,
2. En el traslado de mercancías entre establecimientos o sucursales del mismo contribuyente.
3. El vendedor o proveedor, cuando se incluya en el contrato de compraventa una la cláusula de entrega de los productos al lugar señalado por el comprador o establecido por ambas partes.

4. El adquirente o comprador, cuando el contrato se estipule la entrega de la mercadería en el establecimiento del vendedor o proveedor.
5. El exportador, cuando realice el traslado de las mercaderías entre sus establecimientos o sucursales y el puerto de embarque hacia otras regiones.
6. Las empresa o personas que acopien o almacena mercadería en las actividades de recolección de éstas, direccionadas a una o varias empresas o industrias dedicadas a la transformación o exportación.
7. El arrendador, si se da el caso donde el contrato de alquiler de bienes estipule la entrega de los mismos en el lugar que indique el arrendatario; o si el contrato de alquiler indique como sitio de entrega de los bienes, cualquier lugar determinado por el arrendador.
8. Cuando el proveedor o comprador, según sea el caso, ejecute la devolución de mercaderías.
9. Cuando el consignatario o el consignante, según el caso, lleve a cabo la consignación de mercancías.
10. La empresa, persona natural o sucesión indivisa que realice el traslado de mercaderías para su promoción, exhibición o venta, en alguna feria nacional o internacional.
11. El transporte mercaderías para su reparación, mantenimiento u otro proceso especial o afín, ejecutado por empresas, personas naturales o sucesiones indivisas.
12. La Corporación Aduanera Ecuatoriana, cuando se lleve a cabo el traslado de productos desde un distrito aduanero a un depósito industrial, comercial u otro distrito aduanero. También cuando se

ejecute un traslado desde un depósito aduanero a otro, en el caso de que sean mercancías aún en tránsito.

13. Cuando se ejecute el traslado de productos derivados de hidrocarburos, gas natural, gas licuado de petróleo, y biocombustibles, comprados por las empresas o personas naturales que estén autorizadas por la Dirección Nacional de Hidrocarburos, la guía de remisión será emitida únicamente por la empresa PETROCOMERCIAL o por los entes de control que realicen la venta, que fueren designados bajo los principios de generalidad según lo estipulado en el acuerdo ministerial, controlado por el Ministerio de Recursos Naturales no Renovables.

➤ Lo que se menciona en el Art. 29 hace referencia a los requisitos pre impresos de la guía de remisión las cuales deberán contener la siguiente información pre impresa relacionada con el ente emisor:

1. Fecha exacta de la autorización de impresión del soporte, otorgado por la administración tributaria;

2. Número de RUC;

3. Razón social, denominación o apellidos y nombres del ente emisor, en forma abreviada o completa según como esté determinado en el RUC. Es opcional la inclusión del nombre comercial o de fantasía si los hubiere;

4. Nombre del tipo de documento, en este caso será “Guía de Remisión”;

5. Numeración de 15 dígitos, establecido de la siguiente manera:

- a) Los tres primeros dígitos hacen referencia al código del establecimiento o sucursal según lo estipulado en el RUC;
- b) Estando separados por un guion (-), a continuación, se describen los siguientes tres dígitos que hacen referencia al código asignado

por el contribuyente para identificar cada punto de emisión dentro de un mismo establecimiento o sucursal; y,

- c) De igual manera separado por un guion (-), se deberá apreciar el número secuencial conformado por nueve dígitos. Se realizará la omisión de la impresión los ceros del lado izquierdo del número secuencial, habiéndose completarse los nueve dígitos antes de comenzar una nueva numeración.

6. Dirección de la matriz y del establecimiento o sucursal en donde está ubicado el punto de emisión del documento.

7. La fecha exacta del documento, según lo indicado en la autorización proporcionada por el SRI.

8. También deberá contener número del RUC, nombres y apellidos, denominación o razón social, incluyendo el número de autorización otorgado por el Servicio de Rentas Internas, de la empresa gráfica en donde se realizó la impresión.

9. En cuanto a los destinatarios de los ejemplares: El documento original que debe ser entregado al destinatario o beneficiario de la mercancía, deberá tener impreso la leyenda "DESTINATARIO". La primera copia con la leyenda "EMISOR" destinada al emisor. A continuación, la segunda copia deberá estar salvaguardada y será entregada al SRI cuando exista algún requerimiento. Está autorizado imprimir en todos los ejemplares de las guías de remisión las indicaciones: original - destinatario / copia - emisor / copia - SRI, siempre y cuando el original pueda ser diferenciado fácilmente de las copias o ejemplares.

10. Cuando los contribuyentes hayan sido calificados por la administración tributaria como especiales, tienen la obligación ubicar en las guías de remisión la leyenda: "Contribuyente Especial" con su respectivo número de resolución con la cual



habían sido calificados como tales. Si se da el caso en que contribuyentes especiales al momento de su designación mantuvieran guías de remisión vigentes en inventario en esa fecha, podrán ubicar la frase “Contribuyente Especial” con su número de resolución, establecido por el SRI, mediante sello o cualquier otro método de que les permita realizar dicha impresión.

11. Cuando los contribuyentes se encuentren calificados bajo RISE tendrán que ubicar en las guías de remisión la frase: “Contribuyente RISE o Contribuyente Régimen Simplificado”. Cuando se presente el caso de que estos contribuyentes mantengan guías de remisión, a la fecha de su inscripción, deberán proceder a invalidarlas según el procedimiento explicado en este reglamento.

12. Cuando las personas naturales y las sucesiones indivisas, según lo estipulado en la Ley de Régimen Tributario Interno y su reglamento de aplicación, se encuentren en la obligación de manejar sus actividades económicas a través de un proceso contable deberán ubicar en las guías de remisión la leyenda “Obligado a Llevar Contabilidad”. Si se presenta el caso de personas naturales y sucesiones indivisas que al inicio del ejercicio impositivo mantengan todavía guías de remisión vigentes, podrán imprimir la leyenda “Obligado a Llevar Contabilidad” a través de un sello o cualquier otro método de impresión.

- En el Art. 30 se presentan los requisitos de llenado de las guías de remisión. - En las guías de remisión se adjudicará como información no pre impresa, la siguiente:

1. La identificación relacionada al ente que recibe la mercadería, por lo cual se deberá describir: su número de RUC, cédula de identidad o pasaporte, dependiendo del caso; razón social, denominación o apellidos.

2. Dirección desde lugar de donde sale la mercadería y del lugar o lugares que tiene como destinos.
3. Identificación del conductor o responsable que gestiona el traslado de la mercadería, para lo cual se indicará su número del RUC, cédula de identidad o pasaporte según se presente el caso, también sus respectivos apellidos y nombres.
4. El número de la placa del vehículo en donde se efectúa traslado.
5. La identificación del remitente, es decir, en los casos en que la guía de remisión ha sido elaborada o emitida por el chofer o destinatario.
6. Realizar una descripción detallada de las mercaderías movilizadas, con su respectiva denominación, cantidad, características o cualidades, y unidad de medida. Si resulta factible, esta información se podrá adjuntar como un anexo a la guía de remisión, en la cual se indicará el número de páginas que contiene el anexo.
7. La razón o motivo del traslado.
8. Además deberá incluirse la denominación, número de autorización, fecha de emisión y serie numeral del comprobante de venta, excepto en los casos como:
  - a) La venta itinerante, en este caso los números que identifican a los comprobantes de venta respectivos se ubicarán en la guía de remisión, al finalizar la venta itinerante, indicando el saldo de inventario que no pudo ser entregada o comercializada;
  - b) Cuando el volumen o cantidad de la mercadería movilizada y el costo de la comercialización pueda ser calculado solo cuando los bienes han sido completamente transferidos al adquirente o comprador;

- c) Cuando se ejecute el traslado de mercancías para ventas en consignación, excepto cuando se trata de productos gravados con el impuesto a los consumos especiales (ICE) y la movilización se lleve a cabo por el sujeto pasivo del mismo;
- d) Transporte entre sucursales o establecimientos de un mismo contribuyente; y,
- e) Traslado para realizar promociones o demostraciones.

9. El número de la declaración aduanera, en el caso de las importaciones.

10. Incluir las fechas de cuando comienza y finaliza del traslado.

Las guías de remisión podrán ser emitidas en original con su respectivo duplicado, debiendo emitirse el original y sus copias de manera conjunta o, si se da el caso de utilización de sistemas computarizados autorizados, se lo hará de consecutivamente.

Si en el proceso del transporte se ven involucrados más de un medio de transporte, deberá explicarse esta situación en la guía de remisión, incluyendo la respectiva identificación de las placas y de sus respectivos conductores.

- El transporte de bienes importados a consumo desde la aduana hasta las bodegas debe cumplir con todas las formalidades establecidas en Art. 31 del reglamento. En el mismo se expresa que el propietario, transportista u otro ente responsable de la movilización de la mercadería, deberán emitir la guía de remisión. Este documento es requerido para que la Corporación Aduanera Ecuatoriana (CAE) permita la salida de las mercaderías.

La guía de remisión será examinada y receptada, junto con una copia y demás soportes que validen la nacionalización, por la CAE.

- **En el Art. 32 se estipula que el** transporte de mercaderías importadas que se encuentren bajo regímenes especiales, que son

establecidos por la Ley Orgánica de Aduanas, deberán ser soportadas por una guía de remisión emitida por el propietario o transportista. En dicha guía se deberá indicar que los productos que se movilizan están bajo el correspondiente régimen especial. (Correa, 2015).

### **2.3. Variables de la investigación**

Para la determinación de los costos de importación de los smartphones Xiaomi Mi 5S, debemos tener como base las siguientes variables:

#### **2.3.1. Variable independiente:**

Costos totales de adquisición. – El costo representa las erogaciones económicas que surgen en la fabricación de productos o bienes, como también en la prestación de un servicio (Porto, 2008).

En este caso los costos están conformados por todos los egresos incurridos en la compra de los smartphones desde Shenzhen – China y los costos de traslado hasta Guayaquil – Ecuador.

#### **2.3.2. Variable dependiente:**

Precio de venta. –Hace referencia al monto de dinero pagado por el consumidor para poder adquirir bienes o servicios ofertados por el vendedor.

En este caso se trata del precio de los smartphones asumido por nuestros consumidores, el cual está compuesto por el costo final unitario más un margen de utilidad.

### **2.4. Definiciones conceptuales**

- 1. Aduana.** - Una aduana es una institución del sector público que tiene como función principal el registro de mercaderías o productos que se venden o compran en el mercado internacional, controlando el respectivo cobro de los impuestos y tasas

correspondientes. Generalmente, estas dependencias son establecidas en lugares fronterizos y en las costas debido a que en esta clase de lugares se produce el ingreso y salida de bienes en el país.

La aduana tiene la potestad de verificar y controlar los bienes que ingresen al país, lo cual resulta muy importante a la hora de detectar aquellos productos que pongan en riesgo la seguridad y/o salud pública. Al mantener incautados esta clase de productos, se evita que los mismos lleguen al mercado nacional u otros lugares donde puedan ser comercializados o distribuidos. (Pérez Porto & Gardey, Definición de Aduana, 2015).

- 2. Arancel.** - Un arancel generalmente es definido como un tributo indirecto que grava a los productos extranjeros que son importados a un país y que tiene busca cumplir con dos objetivos:
- a) Proteger el consumo de bienes de producción nacional;
  - b) Proveer de ingresos económicos al gobierno central.

En la estructura legal de un arancel, se puede apreciar derechos de aduana que son transformados en una ley. Adicionalmente, un arancel puede contener la nomenclatura oficial que explica, detalladamente, la clasificación de las mercancías en base a los gravámenes ocasionados al momento de efectuarse la importación o exportación (Experto, 2002).

- 3. Costo.** – se define al costo como las erogaciones o gastos económicos que se originan al producir bienes o en a la prestación de servicios. Esta definición abarca también la adquisición de insumos, precio de la mano de obra, costos por las gestiones productivas y administrativas, entre otros rubros.

Las metodologías utilizadas en la determinación de costos utilizadas por las empresas u organizaciones de cualquier tipo pueden ser diversas. Suele ser habitual que dichas metodologías estén identificadas dentro de cuatro categorías, las cuales pueden

ser estratégicamente integradas para poder realizar una estimación de costos totales o finales en un período determinado de tiempo. Dichas categorías corresponden a:

- Coste industrial – conformado por costos generales y básicos.
- Costos de la empresa – puede abarcar los costos financieros.
- Costos de explotación - conformado por los costos generales y los costos industriales. Y finalmente,
- La categoría de coste directo - conformado por los insumos de producción, materias primas, mano de obra, servicios básicos, entre otros. (Concepto.de, 2015).

**4. Flete marítimo.** - El flete o transporte marítimo es el costo por movilizar, a través de un buque, un contenedor desde un puerto a otro. Dicho flete es uno de los rubros de importación más importante de los sistemas de costeo y del transporte internacional marítimo.

El costo del flete marítimo está determinado no solo por variables como el tiempo de viaje y la distancia, sino también por la oferta y la demanda de las diferentes rutas por las que se desenvuelve el comercio internacional. (iContainers, 2012).

**5. FODINFA.** - Fondo de Desarrollo para la Infancia. Este tributo es administrado por el INNFA y se aplica en un porcentaje del 0.5% sobre el CIF (costo, seguro Flete). El hecho generador de este tributo son todas las importaciones efectuadas para el consumo. (IMPORTSOL, 2017).

**6. Importación.** - se conoce como importación a las operaciones relacionadas a la compra de mercancías o bienes de origen extranjero. La información o datos referentes a dicha compra son registrados por organismos de comercio exterior, y estarán

susceptibles al pago de tributos según las normativas legales vigentes en el país del importador.

Desde el punto de vista del sujeto vendedor, esta operación comercial se la conoce como exportación. Las importaciones suministran al mercado nacional de aquellos productos que no pueden ser fabricados o resultan costosos de producir en el país del importador. Sin embargo, en muchas ocasiones, las importaciones permiten adquirir insumos o materiales necesarios para la fabricación de otras manufacturas.

Analizar la conceptualización de importación se vuelve un asunto más importante si se lo contextualiza en el área de la macroeconomía, es decir, en la estructura de las grandes economías mundiales, mas no de las empresas o consumidores.

La diferencia obtenida entre las importaciones y exportaciones se la llama “Balanza Comercial” cuyo resultado positivo permite suministrar de divisas al país. Esta definición (Enciclopedia de Clasificaciones, 2017).

**7. Precio de venta.** - El significado de precio tiene su origen en “pretium”, que en latín se refiere al valor monetario asignado a un bien o servicio. Cuando se habla de valor monetario, se hace referencia a la cantidad de dinero que debe poseer el consumidor o cliente para tener posesión de algún producto o servicio.

En cuanto a la venta, se trata de ejecutar, por parte del vendedor, el cambio de derechos de propiedad de algún bien a un comprador, una vez realizado el pago monetario pactado por ambas partes. Cualquier individuo que desee ser dueño de algún producto disponible para la venta, tiene la obligación de realizar el respectivo desembolso de dinero suficiente para completar la transacción comercial.

El precio de venta, por lo tanto, se refiere a la cantidad de dinero que debe cancelar o pagar el consumidor al vendedor para adquirir un producto o servicio. En un mercado libre, el precio de venta es determinado en base al principio de la oferta y la demanda. Es decir, si existe un aumento en la oferta, el precio de venta disminuye; por otro lado, si la oferta disminuye (es decir, cuando la cantidad de productos ofertados se escasea), el precio de venta aumenta (Pérez Porto & Gardey, Definición de Precio de Venta, 2010).

**8. Seguro marítimo.** - Por lo general, los seguros marítimos comprenden la celebración de contratos de seguro, los cuales tienen como objetivo principal indemnizar los daños que pudieren sufrir los bienes o mercancías que se estén movilizando por tráfico marítimo en operaciones de importación o exportación.

El seguro marítimo ha tenido varios cambios a lo largo de la historia, pues actualmente existe un mejor alcance en los objetos que se deseen asegurar, que no sólo engloba las naves y artefactos navales, sino que también la carga, los fletes y las responsabilidades civiles que tienen origen las gestiones marítimas o portuarias. En los seguros de naves (cascos), adicionalmente se pueden asegurar naves que aún estén en proceso de reparación. (Sospedra, 2015).

**9. Smartphone.** - También denominados “teléfonos inteligentes”, son equipos electrónicos de pantalla táctil, muy populares en la actualidad, cuya capacidad va mucho más allá de hacer y recibir llamadas, como normalmente lo haría un teléfono común. Estos equipos pueden tener la misma tecnología y programas que una computadora, como, por ejemplo: correo y documentos electrónicos, reproducción de audio y videos, videojuegos, GPS, internet, mensajería instantánea, redes sociales, y muchas más.



Se puede deducir que un smartphone es la fusión entre un teléfono móvil y una computadora. Hoy en día existen un sin número de modelos y marcas, con cualidades y funciones muy diversas. De igual manera, las aplicaciones y sistemas creadas para estos smartphones se vuelven cada vez más variadas, complejas y sofisticadas.

- 10. Xiaomi.** - Xiaomi (小米科技) es una empresa china cuyo negocio principal se basa en diseñar, desarrollar y vender smartphones y software. Unos de sus productos más populares son los celulares Xiaomi, los cuales son conocidos y comercializados no sólo en Asia, sino también en varios países de Europa y América. (Contreras, 2013).

Para el presente proyecto de investigación, tomaremos como referencia los costos de importación del teléfono Xiaomi Mi5 S.

- 11. Retail.** - Este término de origen inglés hace referencia a las ventas minoristas (consumidor final). Este tipo de comercialización, que abarca la venta de productos al por menor, se la puede considerar como un retail. (Pérez Porto & Merino, Definición de RETAIL, 2014).

## **CAPÍTULO III**

### **3. METODOLOGÍA**

#### **3.1. Presentación de la empresa.**

CRECOSCORP S.A. es una empresa dedicada a la importación, compra y venta a retail y mayoreo de electrodomésticos a nivel nacional.

Su negocio se caracteriza también por la instalación de nuevos locales comerciales en ubicaciones estratégicas, y las visitas por medio de la fuerza de ventas a distribuidores y almacenes de la ciudad y de provincias para la venta de electrodomésticos, lo cual ha tenido gran influencia en alcanzar un crecimiento importante en las operaciones de la compañía.

La compañía Créditos Económicos (CREDICOSA) S.A., se constituyó por medio de escritura pública autorizada por el Notario Quinto del cantón Guayaquil, Dr. Gustavo Falconí Ledesma, el día 16 de noviembre de 1972, la cual fue inscrita en el registro Mercantil del cantón Guayaquil, el día 15 de diciembre de 1972.

Créditos Económicos (CREDICOSA) S.A. absorbió a Mercantil DISMAYOR S.A., La Garantía S.A. GARANTISA y CRECOSCORP S.A., compañías relacionadas, mediante fusión por absorción, emitiendo 16.810 acciones ordinarias y en circulación de las compañías absorbidas.

Realizó el cambio de su denominación a CRECOSCORP S.A., aumentó el plazo de su vida jurídica por medio de prórroga, elevó su capital suscrito, fijó un nuevo capital autorizado y transformó

íntegramente sus estatutos. Dicha fusión tuvo la aprobación de la Superintendencia de Compañías el 26 de diciembre del 2013 y la respectiva escritura pública se inscribió en el Registro Mercantil un 27 de noviembre del 2014.

**1. Objeto Social.** – La empresa ha logrado ganarse un lugar importante en la dinámica economía del Ecuador, participando activamente en el mercado de electrodomésticos para el hogar, productos electrónicos y motocicletas.

Su ética y responsabilidad social se basan en la integridad, honestidad, equidad, justicia, solidaridad y aprovechar oportunidades de servir.

## **2. Misión**

- a) Proporcionar soluciones efectivas e innovadoras para las necesidades del hogar y la familia, a través de productos que faciliten gozar de una mejor calidad de vida, gracias a un sólido equipo de colaboradores profesionales, comprometidos motivados, proactivos, y con una excelente actitud comercial.
- b) Brindar un servicio integral, acompañado de un entorno laboral armónico, con procesos integrados eficaces, eficientes y con un soporte tecnológico apropiado. De esta manera se obtiene como resultado un valor agregado a nuestra organización que va de la mano con un crecimiento económico motivador.

## **3. Visión**

- a) Convertirse en la mejor opción de compra para sus clientes en los mercados donde operan, ofreciendo soluciones para la familia y el hogar cada vez más innovadoras. Adicionalmente, la empresa desea ser un gran referente en el servicio de alta calidad para sus consumidores.
- b) Día a día, seguir caracterizándose por ser una empresa muy confiable, rentable, solidaria, con planes estratégicos que

beneficien también a sus proveedores, además de ser un motivo de orgullo para sus colaboradores y accionistas.

4. **Estructura Organizativa.** - CRECOSCOP S.A., cuenta con una estructura organizativa compleja encabezada por un Directorio donde se ubica la Presidencia Ejecutiva. Dicha estructura puede ser analizada en el Anexo 1.
5. **Plantilla de trabajadores.** – La cantidad de trabajadores total que cuenta la empresa es de 918 personas, los cuales están distribuidos de la siguiente manera:

*Tabla 1 - Plantilla de Trabajadores*

Área	Nº Personal
Administración	17
Administración de Ventas	8
Auditoría	7
Bodega	89
Caja	53
Call Center	28
Cobranzas	73
Contraloría	12
Crédito	81
Crédito Facilito	4
Desarrollo de Negocios	3
Dismayor	14
Financiero	16
Importaciones	9
La Garantía	38
Legal	1
Mercado y Publicidad	14
Negocios Electrónicos	4
Presidencia	1
Procesos	5
Productos y Negocios	7
Proyectos	7
Recursos Humanos	12
Seguridad Física	65
Sistemas	27
Transporte	47
Ventas	276
<b>TOTAL</b>	<b>918</b>

Fuente: CRECOSCOP S.A.

6. **Cantidad de trabajadores por categoría ocupacional.** – La empresa CRECOSCOP S.A. cuenta con 3 categorías

ocupacionales: Administrativo, Comercial y Operativo. Para observar detalladamente en al Anexo 2 y Anexo 3.

7. **Clientes.** – Los principales tipos de clientes de la empresa CRECOSCOP S.A. son:

*Tabla 2- Clientes de CRECOSCOP S.A.*

Clientes por tipo	% Participación
Clientes Retail	94,97%
Clientes Mayoritas	5,03%
<b>Total</b>	<b>100,00%</b>

*Fuente: CRECOSCOP S.A.*

8. **Proveedores.** – Los principales proveedores de CRECOSCOP S.A. son:

*Tabla 3 - Proveedores de CRECOSCOP S.A.*

No.	Nombre del Proveedor	País Origen	% Participación
1	INDUGLOB S.A.	Ecuador	16,50%
2	Audiovisión Electrónica S.A.	Ecuador	13,20%
3	Car Soundvisión Cía. Ltda.	Ecuador	12,26%
4	Mabe Ecuador S.A.	Ecuador	11,37%
5	INNACENSA	Ecuador	9,93%
6	LG Electronic Panamá S.A.	Panamá	7,94%
7	Sony Inter - American S.A.	Panamá	6,38%
8	Hewlett Packard Company	EE.UU.	4,57%
9	Panasonic Latin America S.A.	Panamá	3,46%
10	CONECCEL S.A.	Ecuador	3,20%
11	Ensambladora MOTOENSAB S.A.	Ecuador	2,60%
12	Motta Internacional S.A.	EE.UU.	1,91%
13	Corpmunab Sociedad Anónima	Ecuador	1,85%
14	Alphacell S.A.	Ecuador	1,85%
15	LIVANSUD S.A.	Ecuador	1,50%
16	Chaide y Chaide S.A.	Ecuador	1,48%
	<b>TOTAL</b>		<b>100,00%</b>

*Fuente: CRECOSCOP S.A.*

9. **Competidores más importantes.** – Los principales competidores de la empresa son:

- 1) Comandato
- 2) Artefacta
- 3) La Ganga
- 4) Marcimex

**10. Principales productos o servicios. – CRECOSCOP S.A.**

ocupa un lugar importante en la dinámica economía del Ecuador, participa activamente en el segmento de electrodomésticos para el hogar, productos electrónicos y motocicletas.

Las ventas al sector retail se lo realiza a través de los locales comerciales denominados Créditos Económicos los mismos que comercializan las siguientes líneas de productos:

- 1) Electrodomésticos
- 2) Audio y video
- 3) Tecnología
- 4) Hogar
- 5) Mini domésticos
- 6) Cuidado personal
- 7) Gimnasia y deporte
- 8) Motos y accesorios

**11. Descripción del proceso objeto de estudio. – La empresa**

CRECOSCOP S.A. no cuenta actualmente con su procedimiento de costeo que permita determinar los costos totales de smartphones importados.

En este caso, la organización decidió comercializar el producto smartphone Xiaomi Mi5 S; el cual es comercializado al por mayor en China por Shenzhen LGYD Electronics Co. Ltd.

Para la adquisición de este teléfono móvil, debemos incurrir a varios costos, tales como: Precio FOB, flete, seguro, aranceles, transporte, derechos de aduana, entre otros.

## 12. Análisis económico a través de indicadores:

### 1) Indicadores de rotación.

**Tabla 4 - Rotación**

INDICADORES FINANCIEROS	CÁLCULO	TIPOS	2012	2013	2014	2015	oct-15	oct-16
<b>ROTACIÓN</b>								
Rotación de Cuentas por Cobrar	Ventas Netas / Cuentas por Cobrar	Vcs	1,50	1,20	1,17	1,60	1,25	1,00
Rotación de Inventario	Costo Venta / Inventario	Vcs	5,09	4,57	1,70	4,36	2,53	2,84
Días de Cuentas por Cobrar	(Cuentas por Cobrar / Ventas Netas) *360	Días	240	299	307	225	241	300
Días de Inventario	(Inventario / Costo Venta)*360	Días	71	79	212	83	119	106
Días de Cuentas Por Pagar	(Cuentas por Pagar / Costo de Ventas) *360	Días	94	96	80	41	65	91
Periodo de Conversión de Efectivo	Días de CxC + Días Inventario- Días de CxP	Días	217	281	439	267	294	314

**Fuente:** Informes Auditados e Internos de CRECOSCOP S.A.  
**Elaboración:** C.R. SUMMARATINGS S.A.

### 2) Indicadores de rentabilidad.

**Tabla 5 - Rentabilidad**

INDICADORES FINANCIEROS	CÁLCULO	TIPOS	2012	2013	2014	2015	oct-15	oct-16
<b>RENTABILIDAD</b>								
Margen de Utilidad en Operaciones	Utilidad en Operaciones / Ventas	%	11,7%	9,3%	7,8%	9,0%	11,9%	5,2%
UAI sobre el Activo Total	UAI / Activo	%	13,9%	9,1%	5,4%	9,5%	9,5%	3,6%
Rendimiento sobre Activos	Utilidad Neta / Activo	%	12,1%	8,8%	5,5%	6,3%	8,5%	7,2%
Rendimientos sobre Patrimonio	Utilidad Neta / Patrimonio	%	37,5%	23,0%	17,1%	13,3%	18,4%	13,8%
Utilidad Neta sobre Ventas	Utilidad Neta / Ventas	%	10,2%	9,0%	8,0%	6,0%	10,6%	10,4%

**Fuente:** Informes Auditados e Internos de CRECOSCOP S.A.  
**Elaboración:** C.R. SUMMARATINGS S.A.

### 3) Antigüedad cuentas por cobrar.

**Tabla 6 - Cartera Vencida**

<b>ANTIGÜEDAD CUENTAS POR COBRAR</b>		
DESCRIPCIÓN	TOTAL	%
<b>Por vencer:</b>	<b>\$ 77.028.584,00</b>	<b>79%</b>
<b>Vencida:</b>	<b>\$ 20.101.953,00</b>	<b>21%</b>
1 - 30 días	\$ 1.648.496,00	1,70%
31 - 60 días	\$ 1.235.347,00	1,27%
61 - 90 días	\$ 963.607,00	0,99%
91 - 120 días	\$ 992.532,00	1,02%
Más de 120 días	\$ 15.261.971,00	15,71%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 97.130.537,00</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** CRECOSCOP S.A.  
**Elaboración:** C.R. SUMMARATINGS S.A

4) Indicador de solidez / Necesidades Operativas de Fondo.

**Tabla 7 - Índice NOF**

<b>Cuadro NOF</b>			
<b>Años</b>	<b>NOF</b>	<b>Inc./Dism. NOF</b>	<b>Variación</b>
2015	94.717.952		
2016	90.610.446	(4.107.506)	-4,34%
2017	91.159.465	549.019	0,61%
<b>Total (2016-17)</b>	<b>181.769.911</b>	<b>(3.558.487)</b>	

**Fuente:** CRECOSCOP S.A.  
**Elaboración:** C.R. SUMMARATINGS S.A.

5) Estado de Resultados Integrales.

En el Anexo 4, se presenta un análisis vertical y horizontal del Estado de Resultado Integrales de los períodos 2012, 2013, 2014, 2015, 2016.

En dicho anexo se puede apreciar como en el período fiscal 2012 fue donde la empresa CRECOSCOP S.A. obtuvo la mayor rentabilidad en cuanto a Utilidad Neta se refiere.

6) Otros indicadores.

A continuación, se presentan otros indicadores financieros con su base de cálculo.

**Tabla 8 - Otros indicadores financieros**

INDICADORES FINANCIEROS	CÁLCULO	TIPOS	2012	2013	2014	2015	oct-15	oct-16
<b>SOLVENCIA</b>								
Endeudamiento de Activo	Pasivo / Activo	%	0,68	0,62	0,68	0,52	0,54	0,48
Endeudamiento de Patrimonio	Pasivo / Patrimonio	%	2,10	1,61	2,10	1,10	1,16	0,92
Deuda Total sobre Ventas	Pasivo / Ventas	%	0,57	0,63	0,98	0,50	0,67	0,69
Calidad de la Deuda	Pasivo Corriente/ Pasivo Total	%	0,97	0,82	0,92	0,92	0,92	0,71
Apalancamiento	Activo/ Patrimonio	Vcs	3,10	2,61	3,10	2,10	2,16	1,92
Apalancamiento Financiero	(Ut. Antes Imp./Patrimonio)/(UAI/Activo Total)	Vcs	3,47	3,24	4,11	1,81	1,93	3,83
Cobertura de Gastos Financieros	UAI/Gastos Financieros	Vcs	3,05	3,41	0,68	0,74	1,10	1,09
Gastos financieros sobre Ventas	Gastos Financieros / Ventas	Vcs	0,04	0,03	0,11	0,12	0,11	0,05
<b>SOLDEZ</b>								
Solidez	Patrimonio / Activo	%	32,21%	38,28%	32,26%	47,60%	46,23%	52,10%

**Fuente:** Informes Auditados e Internos de CRECOSCOP S.A.  
**Elaboración:** C.R. SUMMARATINGS S.A.

Nota: Los indicadores y datos financieros antes mencionados tiene como fuente el "Informe de Actualización de la Calificación de Riesgos



correspondiente a la Segunda Emisión de Obligaciones” para CRECOSCOP S.A. (SUMMARATINGS S.A., 2016).

### **3.2. Diseño de la investigación.**

#### **3.2.1. Tipos de investigación:**

**1. Cualitativa.** – La investigación cualitativa es un método utilizado en la investigación cuando surge la necesidad de estudiar el rango de comportamiento de una población objetivo.

Dicha población se la analiza en base determinados temas, problemas, inclusive sus percepciones y motivaciones.

Es probable que la investigación cualitativa abarque estudios minuciosos de pequeños grupos de personas que permitan determinar hipótesis, y así describir detalladamente un fenómeno, problema, experiencia, la sociedad, culturas y experiencias.

La investigación cualitativa lleva su tiempo y requiere más trabajo que otros tipos de investigación. Se dice que se acopla mejor con investigadores que verdaderamente les interesa el tema, quieren tomarlo con seriedad y están dispuestos a comprometerse con el estudio.

La cantidad de tiempo que se invierte en esta investigación puede ser considerable al igual que la cantidad de trabajo requerido, en comparación con otros tipos de investigación

**2. Cuantitativa.** – Este tipo de investigación se apoya en una plataforma de datos numéricos o cuantificables para realizar generalizaciones sobre algún fenómeno.

El origen de los números utilizados son las escalas de medición objetiva, que permiten el análisis de variables o unidades de estudio.

En gran parte de los casos de investigación, se hace uso de escalas de medición estadística, las cuales hacen posible discriminar el comportamiento de una variable. Además, se puede explicar el fenómeno objeto de estudio y hacerlo predecible para el investigador.

La investigación cuantitativa tiende a ser relacionada con el método científico ya que los datos son presentados como hechos absolutos y comprobables, con lo cual se llega a deducir que sus resultados son realmente válidos representando la realidad excluyendo un posible margen de error (Ramírez, 2015).

- 3. Descriptiva** – Dicha investigación es utilizada principalmente para conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes en base a la descripción real de las actividades, objetos, procesos y personas.

Su objetivo no es sólo llevar a cabo una recolección de datos, sino también predecir e identificar las relaciones que se den entre dos o más variables.

El trabajo de un investigador no solo se trata de ejecutar tabulaciones, ellos también se dedican a la recolección los datos respaldados por una hipótesis o teoría.

Adicionalmente exponen y resumen la información con sumo cuidado para luego analizar minuciosamente los resultados obtenidos, y de esta manera poder determinar generalizaciones muy valiosas para el desarrollo del conocimiento (Van Dalen & Meyer, 2006).

- 4. Explicativa.** - Estas investigaciones tiene como objetivo determinar la razón de los fenómenos a través de la identificación de relaciones que originen la causa y efecto de los mismos por medio de la prueba de hipótesis.

Lo que busca es dar una explicación al significado de un aspecto de la realidad tomando como referencia inicial las teorías que rodean dicho aspecto. (Enciclopedia de Clasificaciones, 2017).

### **3.3. Técnicas de la investigación**

- **Técnicas de recolección de datos:**

La recolección de datos se define como a la utilización de una gran diversidad de técnicas y herramientas utilizadas por el analista a fin de desarrollar los sistemas de información, entre los cuales se pueden citar: el análisis documental, entrevistas, la encuesta, el cuestionario, la observación, el diagrama de flujo o flujograma y el diccionario de datos.

La aplicación de todos estos instrumentos se la aplicará en una situación particular o específica, con el objetivo de encontrar información necesaria para una investigación en común.

- **Análisis documental**

El análisis documental, según las disciplinas orientadas hacia la bibliotecología y la archivología, se define como una serie de operaciones y procedimientos con los cuales un profesional tiene acceso al contenido intelectual de un documento, el cual es analizado y reproducido en un segundo documento en donde, de forma precisa, se expone el contenido del original.

De esta manera, cualquier persona que precise consultar cualquier material que se halle en una biblioteca o archivo lo podrá indagar rápidamente, con la ayuda de los materiales provenientes en el análisis documental, si dicho contenido que se está ubicando se encuentra en el material o no.

Por lo tanto, la función principal de una consulta rápida y precisa del análisis documental se cumple efectivamente.

- **Procesos del análisis documental.**

Dentro de la definición del análisis documental, las distintas fuentes especializadas han indicado que existen distintos procesos o pasos que son llevado a cabo por el encargado o documentalista durante el proceso documental.

Entonces, con lo indicado anteriormente se pueden identificar tres procedimientos principales, los cuales son:

- 1. Comunicación.** - Tiene como función principal comunicar a otras personas el contenido intelectual de algún documento de una manera sistemática y sintética, para lo cual se debió tener un contacto preliminar con dicho documento a fin de recuperarlo y entenderlo.
- 2. Transformación.** - Este procedimiento se basa en que el documentalista, en el proceso de comunicación, realiza la transformación del contenido recuperado para obtener un documento secundario, el cual está estructurado para garantizar el fácil acceso de los usuarios a dicho contenido.
- 3. Análisis-síntesis.** - En este proceso, el documentalista elabora un tercer documento, en cuyo contenido transcribe el análisis, interpretación y resumen del material procesado.

Con esto, cualquier persona podrá obtener de forma precisa y a la vez práctica, el contenido del documento original; y es así como el proceso de elección documental será mucho más efectivo.

- **Como resultado de varias fases:**

Algunos teóricos han estado de acuerdo, durante la historia del análisis documental, que éste proceso abarca no sólo la descripción bibliográfica, sino también varias fases adicionales que lo conforman.

Dentro de esta corriente, se pueden identificar la siguiente figura:

- Vickery: este documentalista, de origen australiano, en el siglo XX indicó que el análisis documental era interpretado como una operación que buscaba hacer que el documentalista una cantidad adecuada de palabras que permitiera condensar su representación, a fin de lograr ubicar rápidamente el documento original, haciendo más sencilla su recuperación y consulta.

- **Como análisis de contenido y análisis formal:**

Esta visión, indica que el análisis documental debía tener como enfoque principal únicamente la descripción del contenido de la obra, sin la necesidad de ser formal, es decir, que el documentalista debe reportar sólo el contenido que se encuentre en el documento, sin llevar a cabo un análisis relacionado a los aspectos formales de éste.

Dentro de esta visión, hay varias opiniones de diversos teóricos, entre las que se pueden citamos las algunas de ellas:

- Mijaloiv: para dicho teórico, a un documento se le puede practicar no sólo un análisis de contenido, sino también un análisis formal del mismo, en este contexto, todo documentalista que lleve a cabo un análisis documental debe centrarse en analizar los datos contenidos en un documento, dejando a un lado el análisis formal de dicho contenido, aunque este proceso no sea imposible de ejecutar.
- Couture de Toismont: Apoyándose en un sentido diferente, este teórico menciona haber encontrado diferencias entre los tipos de análisis a los que se le puede practicar un documento.

Sin embargo, se deduce que el análisis documental debe abarcar los dos tipos de análisis, es decir, que primero se debe ejecutar un análisis de contenido del documento, para después

llevar a cabo un análisis de los aspectos o elementos formales de dicho documento.

- **Sólo como análisis de contenido:**

Adicional a lo indicado, existe otra teoría que se desprende del análisis formal y que ha evolucionado, para fijarse únicamente en que el análisis documental es un procedimiento que busca única y exclusivamente la descripción del contenido.

Entre los personajes más importantes de esta concepción, podemos citar los siguientes teóricos:

- Courrier: para este teórico el análisis documental puede ser considerado además como la disciplina básica de la documentación, la cual tiene como objetivo buscar, a través de una serie de operaciones intelectuales, determinar y describir en un material secundario el contenido resumido del documento original, lo cual sería el objetivo principal del documentalista.
- Gardin: este teórico describe la disciplina del análisis documental como un conjunto de operaciones, con la cual se busca obtener una traducción resumida del contenido de un documento original.

Entonces se puede interpretar que Gardin centra su atención más en el análisis de contenido, que en el análisis de su forma.

- Chaumier: y finalmente dentro de este contexto, este personaje de la documentación interpreta al análisis documental como una operación que tiene la función de determinar una explicación diferente a la original, y que, en base a su forma condensada, permita ser utilizada como un instrumento relevante durante la fase de consulta, convirtiéndose en una referencia para el usuario (El Pensante, 2016).

### **3.4. Procedimiento de la investigación**

#### **3.4.1. Liquidación de Importaciones**

La liquidación de importaciones es un procedimiento que permite distribuir uniformemente el Costo Total de los productos importados a cada unidad de las mercaderías extranjeras que se desean comercializar. Con esto se puede proceder a calcular el Costo Unitario de nuestro inventario.

A partir de este punto es donde asignamos el Margen de Utilidad o Ganancia para obtener el precio de venta, la cual puede variar según la manera en que tomamos en cuenta los demás costos indirectos o gastos administrativos.

Por ejemplo: Sueldos de gerencia, gastos de marketing, primas de seguro, gastos de publicidad, suministros operativos o de oficina, entre otros.

Contablemente, la liquidación de los costos de importación abarca la transferencia total de valores de la cuenta provisional "MERCADERÍAS EN TRÁNSITO" a la cuenta "INVENTARIO DE MERCADERÍA".

En este proceso todos los rubros relacionados a la compra de los inventarios en el exterior que se han provisionando paulatinamente hasta el momento en que la empresa, una vez que ha determinado que todos los costos se han tomado en cuenta en dicha adquisición, decide establecer el costo total de los productos en bodega listos para ser vendidos.

Un ejemplo práctico y básico que se puede citar es el que explica la Ing. Jenny Vinueza en su tesis de grado "IMPORTACIÓN DE BISUTERÍA DESDE HONG KONG – CHINA HACIA QUITO-ECUADOR VÍA AÉREA BAJO RÉGIMEN 10", en el cual decide determinar el valor total a pagar por los tributos de su bisutería importada.

Por lo cual procede a realizar una Liquidación de los Costos Importación de la siguiente manera:

*Ilustración 1 - Caso práctico*

Nombre	Valor (USD)	FÓRMULA
FOB	3.000,03	
FLETE	460,25	
SEGURO	20,07	
<b>TOTAL VALOR EN ADUANA</b>	<b>3.480,35</b>	<b>= FOB + FLETE + SEGURO</b>
AD VALOREM 30%	1.044,11	= VALOR EN ADUANA * 30%
FODINFA 0,5%	17,40	= VALOR EN ADUANA *0,5%
IVA 12%	545,02	=(VALOR EN ADUANA+ADVALOREM+FODINFA)*12%
<b>TOTAL LIQUIDACIÓN</b>	<b>1.606,53</b>	<b>=AD VALOREM+FODINFA+IVA</b>

*Autor: Jenny Vinueza*

En este caso, se procedió a obtener el valor a ser cancelado por los tributos correspondientes a: AD VALOREM, FODINFA e IVA. Cabe recalcar que una liquidación de costos nos permite obtener varios resultados relevantes, como lo son los Costos Totales.

Por efecto de costos, el IVA es el único rubro que no forma parte del valor de la mercadería importada, ya que este tributo es considerado como Crédito Tributario, por lo tanto, será recuperado en la respectiva declaración del Impuesto al Valor Agregado siempre y cuando esté debidamente validado o soportado.

En el caso anteriormente explicado por la Ing. Jenny Vinueza, nos da las pautas básicas que explican, de una manera sencilla, el objetivo general de una liquidación de costos que realizan normalmente las personas, empresas y demás entes, que es determinar los Costos o Egresos Totales originados en sus actividades de compras en el exterior (Vinueza, 2012).



## CAPÍTULO IV

### 4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

#### 4.1. Diagnóstico de la situación actual de los costos de importación del producto Smartphone Xiaomi Mi5 S.

- **Áreas o departamentos.** – En la empresa CRECOSCOP S.A. existe un Departamento de Compras en el cual se realizan las adquisiciones de inventarios locales y del exterior.

Se ha detectado que no existe un nexo óptimo entre este departamento y el área contable de la organización. Este problema se fundamenta en el hecho de que en el departamento de compras se toman muchas decisiones en los procesos de importación que no son debidamente informadas al jefe contador de la empresa.

Por lo tanto, el departamento contable no puede realizar el control de costos de una manera efectiva.

- **Funciones.** – Las tareas realizadas en el departamento de compras están basadas en: Negociación con proveedores, gestión comercial, logística de transporte, elaboración y aprobación de pedidos, pago a proveedores, registro de inventarios, registro de documentación comercial, certificación de calidad, manejo y conciliación de cuentas contables.

Según el análisis ejecutado, el manejo de los soportes de índole comercial es muy concurrente; pero tiene falencias, ya que en algunos casos se han traspapelado documentación importante para la sustentación de costos. Por lo tanto, las determinaciones de algunos rubros se manejan a través de provisiones o estimaciones de costos no soportados.

Adicionalmente, el departamento de compras no posee la experiencia necesaria en la gestión de importaciones, ya que la mayoría de las compras ejecutadas son con proveedores locales. Esto genera un impacto negativo en el resultado final del costeo de existencias, como también en los reportes financieros de uso administrativo.

## **4.2. Plan de Mejoras**

Según lo analizado por el caso anterior de la Ing. Jenny Vinueza y adaptándolo a las condiciones específicas de la empresa CRECOSCOP S.A., se puede deducir que el proceso de Liquidación de Costos de Importación está conformado por tres fases:

### **4.2.1. Primera Fase**

#### **▪ Etapa 1 – Identificación de la documentación del costo.**

En esta etapa se debe identificar los documentos o soportes válidos que sustenten o estén involucrados en los costos de la mercadería en Aduana (F.O.B, Flete, Seguro y otros). Estos pueden ser:

- Facturas o Invoice
- Póliza de seguros
- Recibo de cobro
- Aviso de arribo
- Guías de remisión.
- Comprobantes de Transferencias Bancarias, entre otros.

#### **▪ Etapa 2 – Determinación del Valor en Aduana**

En este punto de la liquidación, determinamos el valor total de los productos importados en Aduana a través de los siguientes rubros:

- Costo o FOB, que es el valor neto de la mercadería.
- Seguro, que corresponde al valor de la póliza que asegura nuestra mercadería mientras se encuentra trasladándose desde el puerto del proveedor hasta el puerto del cliente.

- Flete, que es el valor por el transporte marítimo de las mercancías.

Es importante comprobar que el Costo en Aduana sea igual al monto que se encuentra soportado con documentos válidos. Por ejemplo:

Si el valor determinado para 3000 smartphones Xiaomi Mi5 s es de \$600.000 como FOB, \$600 en seguro y \$2.200 como flete. Es este mismo monto que se debe encontrar legalmente validado con el INVOICE o factura comercial por \$600.000, la factura y/o soporte de póliza de seguro por \$600, y factura del proveedor de flete marítimo por \$2.200.

Dependiendo del tipo de negociación que se haga, el proveedor del exterior puede hacer una comercialización tipo:

- FOB, en donde el cliente solo se paga o asume el valor neto de mercadería; o tipo,
- CIF, en donde el proveedor asume también el costo del flete y del seguro, los cuales son reflejados, desglosados y validados en la factura comercial que emite al cliente o importador.

Si el proveedor del exterior realiza una venta de mercadería con una negociación tipo CIF, la liquidación de costo de importación será un proceso más sencillo de realizar, ya que con éste robro abarca por completo el Costo Total en Aduana.

Como resultado de la finalización del procedimiento anterior, se tendrá calculado el Costo Total de la Mercadería en Aduana.

### ▪ **Etapá 3 – Rubros de Nacionalización.**

En el proceso de nacionalización de mercaderías, existen rubros que intervienen en este punto, los cuales son:

1. Ad-Valorem, son los tributos aplicados a las mercancías importadas. Estos están basados en un porcentaje (%) aplicado al Valor en Aduana.

2. FODINFA, corresponde a un porcentaje del 0.5% aplicado al Valor en Aduana.
3. IVA, llamado también Impuesto al Valor Agregado, corresponde a un tributo del 12% aplicado sobre una base conformada por la suma de: Valor en Aduana, Ad-Valorem y FODINFA.

*Ilustración 2 - Liquidación de Derechos de Nacionalización*

<b>Importación de smartphone Xiaomi Mi5 s</b>		
<b>3000 Unidades desde China hasta Ecuador</b>		
<b>RUBRO</b>	<b>Valor del pedido en Aduana VALOR (USD)</b>	
FOB	600.000,00	Factura Comercial
SEGURO	600,00	Costo de póliza
FLETE	2.200,00	Costo del flete al puerto
<b>TOTAL CIF</b>	<b>602.800,00</b>	<b>COSTO DE LA MERCADERÍA EN ADUANA</b>
<b>Derechos Arancelarios</b>		
Ad-Valorem 15%	90.420,00	
FODINFA 0,5%	3.014,00	
Iva 12%	83.548,08	
<b>Total CIF + Derechos Arancelarios</b>	<b>696.234,00</b>	<b>Nacionalización de productos</b>
<b>Crédito Tributario</b>	<b>83.548,08</b>	

*Fuente: Autor*

#### ▪ **Etapas 4 – Costos Ex-Aduana**

Los costos ex-aduana son aquellos rubros que intervienen en el retiro de la mercadería del puerto hasta la bodega del comprador. Estos pueden ser:

- Gestión de contenedores, son los servicios pagados a proveedores que gestionan el manipuleo, inspección y traslado interno de contenedores en el puerto.
- Honorarios profesionales, por lo general corresponden a los servicios profesionales que cobran los agentes de aduana o

agentes de comercio exterior. Estos servicios están relacionados a la gestión de documentos, supervisión logística, controles de calidad, gastos de nacionalización, pagos a proveedores varios, entre otros relacionados a la importación.

- Sello de calidad, corresponde a la aprobación de calidad que requieren tener ciertos productos para ser nacionalizados en el país. En el caso de Ecuador, el sello de aprobación lo brinda el INEN (Instituto Ecuatoriano de Normalización).
- Transporte, este rubro están conformado por los gastos pagados a proveedores que se encargan de la estiba y traslado de las mercancías desde el puerto hasta las bodegas.
- Otros, los cuales pueden ser: comisiones bancarias, mano de obra, 5% Impuesto a la Salida de Divisas (ISD), mantenimiento de contenedores, etc.

Continuando con el ejemplo, se procede a continuación con la carga de los costos ex-aduana al pedido:

**Ilustración 3 - Costos Ex-aduana**

<b>Honorario - Servicios Profesionales</b>	275,00	<b>Agente de Aduana</b>
<b>Gestión de Contenedor</b>	150,00	<b>Agente de Carga</b>
<b>Transporte</b>	160,00	<b>Desde el puerto hasta la Bodega</b>
<b>ISD</b>	30.140,00	<b>Impuesto a la Salida de Divisas</b>
<b>Comisiones Bancarias</b>	95,00	<b>Por pagos gestionados por el Banco</b>
<b>Total Costos Ex - Aduana</b>	<b><u>30.820,00</u></b>	

*Fuente: Autor*

▪ **Etapa 5 – Liquidación de la Importación.**

En esta etapa, se determina finalmente el Costo Total de la importación, siempre y cuando se haya verificado que todos los rubros involucrados en la compra y traslado de la mercadería hasta la bodega estén correctamente cuantificados y soportados en la liquidación.

*Ilustración 4 - Costeo total de la liquidación*

<b>Liquidación de la Importación - 3000 Unidades Smartphones Xiaomi MI5 S</b>		
<b>CIF</b>	602.800,00	
<b>DERECHOS ARANCELARIOS</b>	93.434,00	
<b>COSTOS EX-ADUANA</b>	30.820,00	
<b>COSTO TOTAL DEL PEDIDO</b>	727.054,00	
<b>AFECTACIÓN CONTABLE</b>		
<b>Cuentas Contables</b>	<b>DEBE</b>	<b>HABER</b>
<b>INVENTARIO DE MERCADERÍA</b>		
Smartphones Xiaomi Mi5 S	727.054,00	
	<b>MERCADERÍA EN TRÁNSITO</b>	
	Liquidación de Importación - Smartphones Xiaomi Mi5 S	727.054,00
<i>Por liquidación de importación - Pedido 3000 Unidades Smartphones Xiaomi Mi 5s</i>		

*Fuente: Autor*

A partir de este punto de es donde podemos establecer la siguiente fase del procedimiento de costeo:

**4.2.2. Segunda Fase**

▪ **Etapa 1 – Costo Unitario.**

El Costo Unitario permite conocer el costo total por unidad de producto importado. Se lo puede calcular por medio de la siguiente formula:

$$\text{COSTO UNITARIO} = \frac{\text{COSTO TOTAL}}{\text{TOTAL DE UNIDADES}}$$

**Ilustración 5 - Cálculo del Costo Unitario**

<b>Costo Unitario</b>	=	$\frac{727.054,00}{3000}$
<b>Costo Unitario</b>	=	242,35

*Fuente: Autor*

▪ **Etapa 2 – Precio de Venta.**

El Precio de Venta es el costo que será asumido por los consumidores finales o clientes al momento de adquirir los productos que el importador adquirió.

Está conformado por el Costo Unitario más el Margen de Utilidad, que es la ganancia o rentabilidad que obtiene el importador en la comercialización de las mercaderías.

Su fórmula está comprendida por:

**Precio de Venta = Costo Unitario + (Costo Unitario x % de Utilidad)**

**Ilustración 6 - Cálculo del Precio de Venta**

<b>Precio de Venta</b>	=	242,35	+	(242,35*45%)
<b>Precio de Venta</b>	=	<b>351,41</b>		

*Fuente: Autor*

Hay que tomar en cuenta que el margen de utilidad que una persona o empresa aplique al costo unitario dependerá no sólo de la rentabilidad que se espera obtener, sino también de la necesidad de cubrir los demás gastos administrativos y de ventas involucrados en la actividad económica.

### 4.2.3. Tercera Fase

- **Análisis de las variaciones y desviaciones del costo.**

**a) Variaciones del costo.** – Son los parámetros que se utilizan en la comparación y análisis de los costos estimados con los costos reales. Generalmente el costo estimado está basado en el costo histórico o costo real.

La variación del costo estimado con respecto al costo real se prorratea entre los productos terminados y los productos que están en proceso (Chambergo, 2016).

En este caso, se aplicaría en base a la comparativa de los productos importados que están en bodega y los productos que aún estén en tránsito.

**b) Desviaciones del Costo.** – En la contabilidad de costos, la desviación de costos es la diferencia resultante entre los costos presupuestados y los costos que realmente resulten. Como punto preliminar, se puede ejecutar un análisis a nivel de centro de costes.

Con este análisis se puede determinar en qué centros originan las desviaciones y bajo que modalidad en el sentido de ingresos o gastos.

Dichas variaciones se pueden analizar haciendo una distinción entre: Costos variables, costos fijos y ventas (Gallardo, 2012).

- **Observación:** En este caso, el análisis de las variaciones y desviaciones de costes para la presente propuesta de costeo aún no podrá ser realizado, ya que se necesita haber transcurrido más de un año desde la aplicación del mismo.

Esto debido que resulta factible conocer datos de costos estimados y reales de dos o más períodos para proceder con la respectiva comparación y análisis de información.



### **4.3. Conclusiones y Recomendaciones**

#### **4.3.1. Conclusiones.**

Los resultados que se obtendrán con la aplicación de la presente propuesta de costeo permitirán obtener de una manera real los costos totales del producto smartphone Xiaomi Mi5 S. Esto gracias a una estructuración de costos en donde se toman en cuenta todos los rubros involucrados en la importación del producto Xiaomi desde China hasta Ecuador.

También se habla sobre la importancia del cuidado y control que se debe aplicar en el manejo de la documentación válida para soportar las importaciones ejecutadas y liquidadas en la empresa CRECOSCOP S.A.

Se observó que existe desconocimiento por parte del departamento de compras de CRECOSCOP S.A. sobre los procesos relacionados al costeo de mercancías importadas.

Además, se verificó que los procesos comerciales gestionados por dicho departamento no son informados debidamente al área contable.

Adicionalmente, el manejo de documentación comercial tiene falencias basadas en casos de soportes trasapelados.

Por lo tanto, para la presente propuesta de costeo, se adoptó el caso práctico de la Ing. Jenny Vinuesa a las condiciones específicas de la empresa, agregando etapas y fases necesarias para determinar los costos totales del producto Xiaomi Mi5 S.

#### **4.3.2. Recomendaciones.**

De acuerdo con las conclusiones determinadas, se presentan las siguientes recomendaciones:

- Propiciar a la administración una capacitación adecuada sobre los referentes teóricos en relación con los costos y precio de venta.

- Analizar en reuniones administrativas el diagnóstico realizado a los costos de importación para tomar decisiones a corto plazo.
- Aplicar el presente procedimiento para determinar los costos totales del producto smartphones Xiaomi Mi5 S.

## BIBLIOGRAFÍA

- Aguirre, M. G. (Febrero de 2013). EVALUACIÓN DEL COSTO DE DECLARACIÓN DE LAS IMPORTACIONES DE CERRADURAS DE DORMITORIO, EN LA CARGA TRIBUTARIA DE LAS IMPORTADORAS DE PRODUCTOS FERRETEROS DURANTE EL 2010 - 2012. (*Tesis que se presenta como requisito para optar por el grado de Contador Público Autorizado*). Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Guayas, Ecuador.
- Aguirre, M. G. (2013). Evaluación del costo de declaración, de las importaciones de cerraduras de dormitorio, en la carga tributaria de las importadoras de productos ferreteros durante el 2010-2012. (*Tesis de pregrado*). Universidad de Guayaquil, Guayas, Ecuador.
- Alvarado, Z. (2011). Diseño de un sistema de costos estándar para una empresa productora de jugo de noni. (*Tesis de pregrado*). Ciudad de Guatemala, Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Alvarado, Z. (2011). Diseño de un sistema de costos estándar para una empresa productora de jugo de noni. (*Tesis de pregrado*). Universidad de San Carlos de Guatemala, Ciudad de Guatemala, Guatemala. Recuperado el 25 de Octubre de 2017
- Angulo, C. (7 de Octubre de 2004). *Fijación de precios*. *Monografías.com* . Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos16/fijacion-precios/fijacion-precios.shtml>
- Arámbulo, A. &. (2016). Propuesta de diseño y aplicación de un sistema de costos por procesos para SOMICOSA S.A. (*Tesis de pregrado*). Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Guayas, Ecuador.
- Asamblea Constituyente. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito: Constitución del Ecuador. Recuperado el 20 de Octubre de 2017, de [http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion\\_de\\_bolsillo.pdf](http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf)
- Asamblea Nacional. (01 de Noviembre de 2017). *CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES. ADUANA.GOB.EC*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/wp-content/uploads/2017/05/COPCI.pdf>
- Chambergó, I. (2016). *Metodología para el análisis de variaciones de los costos*. . Lima, Perú: Actualidad Empresarial No 343.
- Comité de Comercio Exterior. (12 de Septiembre de 2016). *Resolución No. 023-2016. COMERCIOEXTERIOR.GOB.EC*. Obtenido de <http://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/09/Resolucio%CC%81n-023-2016.pdf>
- Concepto.de. (2015). *Concepto de Costo*. Recuperado el 20 de Octubre de 2017, de CONCEPTO.DE: <http://concepto.de/costo/>
- Contreras, M. (29 de Agosto de 2013). *¿Qué es Xiaomi? Algunas preguntas y respuestas*. Obtenido de Wayerless: <https://www.wayerless.com/2013/08/que-es-xiaomi/>
- Correa, R. (2015). *REGLAMENTO DE COMPROBANTES DE VENTA, RETENCIÓN Y DOCUMENTOS COMPLEMENTARIOS*. Quito, Ecuador: Palacio Nacional.

- El Pensante. (17 de Octubre de 2016). *Análisis documental: Concepto y Evolución*. Recuperado el 05 de Noviembre de 2017, de ELPENSANTE.COM: <https://educacion.elpensante.com/analisis-documental-concepto-y-evolucion/>
- Enciclopedia de Clasificaciones. (2017). *Definición de importación*. Obtenido de TIPOSDE.ORG: <http://www.tiposde.org/economia-y-finanzas/1016-definicion-de-importacion/>
- Enciclopedia de Clasificaciones. (2017). *Tipos de Investigación*. Recuperado el 02 de Noviembre de 2017, de TIPOSDE.ORG: <http://www.tiposde.org/general/484-tipos-de-investigacion/>
- Experto, G. (25 de Marzo de 2002). *¿Qué es un arancel?* Recuperado el 01 de Noviembre de 2017, de <https://www.gestiopolis.com/que-es-un-arancel/>
- Gallardo, A. (18 de Febrero de 2012). *Desviaciones desde la contabilidad de costes*. . Obtenido de EOI.ES: <http://www.eoi.es/blogs/alexialucreciagallardo/2012/02/18/desviaciones-desde-la-contabilidad-de-costes/>
- Gómez, G. (11 de Septiembre de 2002). *Historia de los costos en contabilidad*. Recuperado el 31 de Octubre de 2017, de GESTIOPOLIS.COM: <https://www.gestiopolis.com/historia-costos-contabilidad/>
- Herrera, W. (13 de Octubre de 2015). *Altos costos y baja productividad*. ELCOMERCIO.COM. Recuperado el Octubre de 2017, de <http://www.elcomercio.com/opinion/opinion-productividad-costos-washingtonherrera-ecuador.html>
- iContainers. (26 de Enero de 2012). *Flete marítimo: ICONTAINERS.COM*. Obtenido de <https://www.icontainers.com/es/2012/01/26/flete-maritimo/>
- IMPORTSOL. (20 de Marzo de 2017). *Importaciones a Consumo, Derecho y Tributos a la Importación: SOLYAVIMPORT.COM*. Recuperado el 02 de Noviembre de 2017, de <https://www.solyavimport.com/tag/fodinfa/>
- INFORMATICAHOY. (2016). *Qué es un smartphone? Para qué sirve? Cómo comprar uno?* Recuperado el 02 de Noviembre de 2017, de INFORMATICAHOY.
- Jiménez, A. (21 de Noviembre de 2012). *La evolución histórica del concepto de empresa [Mensaje en un blog]*. . Obtenido de <https://www.elblogsalmon.com/historia-de-la-economia/la-evolucion-historica-del-concepto-de-empresa>
- León, O. (2008). La influencia de los costos de transacción en el comercio. *Comercio Exterior*, 58(7), 559-562.
- Ministerio de Comercio Exterior. (01 de Noviembre de 2017). *Funciones / Atribuciones*. COMERCIOEXTERIOR.GOB.EC. Obtenido de <http://www.comercioexterior.gob.ec/funciones-atribuciones/>
- Ministerio de Comercio Exterior. (31 de Octubre de 2017). *Valores / Misión / Visión*. COMERCIOEXTERIOR.GOB.EC. Obtenido de <http://www.comercioexterior.gob.ec/valores-mision-vision/>
- Monteza, L. (2015). Diseño de un sistema de costeo basado en actividades para mejorar la eficiencia de la empresa de fabricación Calzado Andino de Perú. *(Tesis para optar el título de: Contador Público)*. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo, Perú.

- Pérez Porto, J., & Gardey, A. (2010). *Definición de Precio de Venta*. Obtenido de DEFINICION.DE: <https://definicion.de/precio-de-venta/>
- Pérez Porto, J., & Gardey, A. (2015). *Definición de Aduana*. Recuperado el 31 de Octubre de 2017, de DEFINICION.DE: <https://definicion.de/aduana/>
- Pérez Porto, J., & Merino, M. (2014). *Definición de RETAIL*. Recuperado el 02 de Noviembre de 2017, de DEFINICIÓN.DE: <https://definicion.de/retail/>
- Pérez, J., & Gardey, A. (2010). *Precio de Venta*. DEFINICIÓN.DE. Recuperado el 01 de Noviembre de 2017, de <https://definicion.de/precio-de-venta/>
- Porto, J. (2008). *Costo*. DEFINICIÓN.DE. Recuperado el 01 de Noviembre de 2017, de <https://definicion.de/costo/>
- Ramírez, J. (2015). *Investigación Cualitativa y Cuantitativa: Características y Diferencias*. Recuperado el 03 de Noviembre de 2017, de LIFEDER.COM: <https://www.lifeder.com/investigacion-cualitativa-cuantitativa/>
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2013). *Plan Nacional del Buen Vivir 2013 - 2017*. BUENVIVIR.GOB.EC. Obtenido de <http://www.buenvivir.gob.ec/versiones-plan-nacional>
- Sospedra, I. (15 de Enero de 2015). *¿Qué es el seguro marítimo?* Obtenido de Rankia España: <https://www.rankia.com/blog/mejores-seguros/2621932-que-seguro-maritimo>
- SUMMARATINGS S.A. (2016). *INFORME DE ACTUALIZACIÓN DE LA CALIFICACIÓN DE RIESGOS CORRESPONDIENTE A LA SEGUNDA EMISIÓN DE OBLIGACIONES*. Guayaquil: CRECOSCOP S.A. Recuperado el 01 de Noviembre de 2017
- Van Dalen, D., & Meyer, W. (12 de Septiembre de 2006). *La Investigación Descriptiva*. Obtenido de NEOMAGICO.BLOGIA.COM: <https://noemagico.blogia.com/2006/091301-la-investigaci-n-descriptiva.php>
- Vinueza, J. (2012). *Importación de bisutería desde Hong Kong – China hasta Quito – Ecuador. (Tesis de grado)*. Escuela Politécnica del Ejército, Quito, Pichincha, Ecuador.

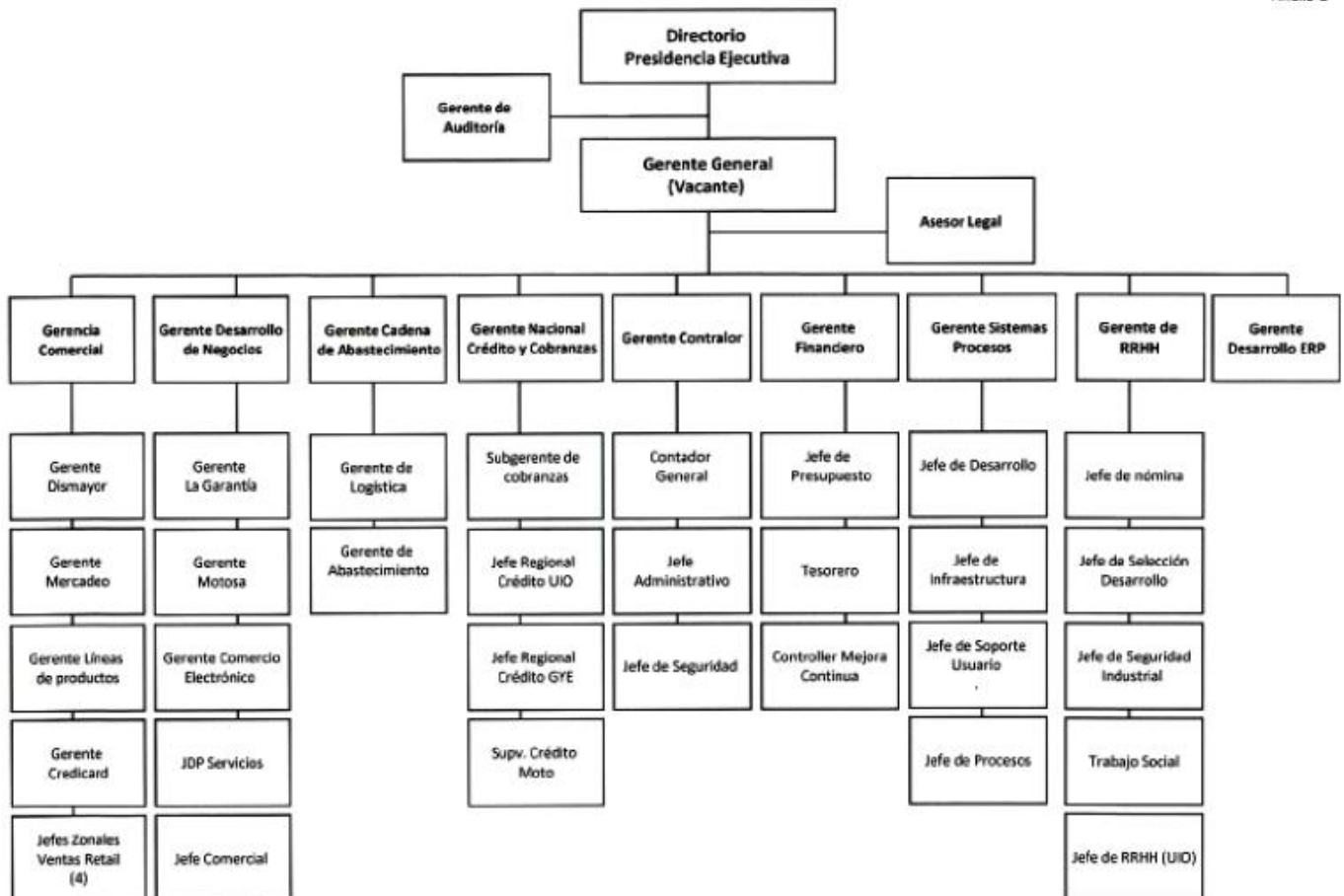
# ANEXOS

## Ilustración 7 Organigrama



### ESTRUCTURA GENERAL

Anexo 1



Fuente/ Elaboración: CRECOSCOP S.A.

Tabla 9 Categoría Organizativa

CATEGORÍA	CANTIDAD
ADMINISTRATIVO	161
COMERCIAL	551
OPERATIVO	206
<b>TOTAL</b>	<b>918</b>

**Ilustración 8 Categoría Ocupacional**



**Ilustración 9 Estado de Resultados Integrales**

CRECOSCOP	CRECOSCOP S.A. ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES EXPRESADO EN US DOLARES															
	(*)	(*)	(*)	(*)	(**)	(**)	ANÁLISIS VERTICAL					ANÁLISIS HORIZONTAL				
	2012	2013	2014	2015	oct-15	oct-16	2012	2013	2014	2015	oct-15	oct-16	2012 - 2013	2013 - 2014	2014 - 2015	oct 15 - oct 16
<b>Ingresos</b>	131.332.956	120.516.174	115.753.156	136.855.002	113.333.834	84.508.245	100%	100%	100%	100%	100%	100%	-8,24%	-3,95%	18,23%	-25,43%
Ventas netas	131.332.956	120.516.174	115.753.156	136.855.002	113.333.834	84.508.245	100%	100%	100%	100%	100%	100%	-8,24%	-3,95%	18,23%	-25,43%
<b>(-) Costos</b>	80.851.478	73.538.123	70.766.031	86.756.405	69.262.148	50.064.663	61,56%	61,02%	61,14%	63,39%	61,11%	59,24%	-9,05%	-3,77%	22,60%	-27,72%
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	50.481.478	46.978.051	44.987.125	50.098.597	44.071.686	34.443.582	38,44%	38,98%	38,86%	36,61%	38,89%	40,76%	-6,94%	-4,24%	11,36%	-21,85%
(-) Gastos Administrativos	5.733.220	5.731.993	5.695.004	7.501.852	4.992.938	6.148.826	4,37%	4,76%	4,92%	5,48%	4,41%	7,28%	-0,02%	-0,65%	31,73%	23,15%
(-) Gastos Ventas	29.354.249	30.032.242	30.292.982	30.274.658	25.610.018	23.883.816	22,35%	24,92%	26,17%	22,12%	22,60%	28,26%	2,31%	0,87%	-0,06%	-6,74%
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>	15.394.009	11.213.816	8.999.139	12.322.087	13.468.730	4.410.940	11,72%	9,30%	7,77%	9,00%	11,88%	5,22%	-27,15%	-19,75%	36,93%	-67,25%
(-) Gastos Financieros	5.040.615	3.290.468	13.146.228	16.735.877	12.295.358	4.059.563	3,84%	2,73%	11,36%	12,23%	10,85%	4,80%	-34,72%	299,52%	27,31%	-66,98%
(+) Otros Ingresos, neto	16.991.976	18.359.914	18.196.714	16.886.962	10.864.409	8.453.292	12,94%	15,23%	15,72%	12,34%	9,59%	10,00%	8,05%	-0,89%	-7,20%	-22,19%
(-) Otros gastos	7.102.058	9.912.721	-	-	-	-	5,41%	8,23%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	39,58%	-100,00%	0,00%	0,00%
<b>UTILIDAD ANTES DE PAT e IMP. RENTA</b>	20.243.312	16.370.541	14.049.625	12.473.172	12.037.781	8.804.669	15,41%	13,58%	12,14%	9,11%	10,62%	10,42%	-19,13%	-14,18%	-11,22%	-26,86%
(-) Participación a Trabajadores	3.036.497	2.455.581	2.107.444	1.870.976	-	-	2,31%	2,04%	1,82%	1,37%	0,00%	0,00%	-19,13%	-14,18%	-11,22%	0,00%
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO</b>	17.206.815	13.914.960	11.942.181	10.602.196	12.037.781	8.804.669	13,10%	11,55%	10,32%	7,75%	10,62%	10,42%	-19,13%	-14,18%	-11,22%	-26,86%
(-) Impuesto a la Renta	3.801.434	3.088.307	2.666.329	2.391.399	-	-	2,89%	2,56%	2,30%	1,75%	0,00%	0,00%	-18,76%	-13,66%	-10,31%	0,00%
<b>UTILIDAD NETA</b>	13.405.381	10.826.653	9.275.852	8.210.797	12.037.781	8.804.669	10,21%	8,98%	8,01%	6,00%	10,62%	10,42%	-19,24%	14,32%	-11,48%	-26,86%
(*) CON INFORMACION AUDITADA																
(**) CON INFORMACION PROVISIONAL INTERNA																

**Fuente: Informes Auditados e Internos CRECOSCOP S.A.**  
**Elaboración: C.R.SUMMARATINGS S.A**



## CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor (a) del Proyecto de Investigación, nombrado por la Comisión de Culminación de Estudios del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

### CERTIFICO:

Que después de analizado el proyecto de investigación con el tema: "Propuesta de un procedimiento para determinar los costos totales del producto smartphones Xiaomi Mi5 S de la empresa CRECOSCOP S.A. para el año final 2017" y problema de investigación: ¿Cómo determinar los costos totales del producto smartphone Xiaomi Mi5 S para la empresa CRECOSCOP S.A.?, presentado por Juan Carvajal como requisito previo para optar por el título de:

### TECNÓLOGO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

El mismo cumple con los requisitos establecidos, en el orden metodológico científico-académico, además de constituir un importante tema de investigación.

Egresado:

Carvajal Otavalo Juan Andrés

Tutor:

MSc. Adolfo Carreño Acosta





Factura: 001-004-000052360

20170901008D07148



DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20170901008D07148

Yo, NOTARIO(A) LUZ MARINA VASQUEZ CRUZ de la NOTARÍA OCTAVA, comparece(n) JUAN ANDRES CARVAJAL OTAVALO portador(a) de CÉDULA 0951573591 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil SOLTERO(A), domiciliado(a) en GUAYAQUIL, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de COMPARECIENTE; quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede, es(son) suya(s), la(s) misma(s) que usa(n) en todos sus actos públicos y privados, siendo en consecuencia auténtica(s), para constancia firma(n) conmigo en unidad de acto, de lo cual doy fe. La presente diligencia se realiza en ejercicio de la atribución que me confiere el numeral noveno del artículo dieciocho de la Ley Notarial. El presente reconocimiento no se refiere al contenido del documento que antecede, sobre cuyo texto esta Notaria, no asume responsabilidad alguna. - Se archiva un original. GUAYAQUIL, a 13 DE DICIEMBRE DEL 2017, (14:26).

*Juan Carvajal*



JUAN ANDRES CARVAJAL OTAVALO  
CÉDULA: 0951573591

*[Handwritten signature]*

NOTARIO(A) LUZ MARINA VASQUEZ CRUZ  
NOTARÍA OCTAVA DEL CANTÓN GUAYAQUIL





## CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Carvajal Otavalo Juan Andrés en calidad de autor con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación "Propuesta de un procedimiento para determinar los costos totales del producto smartphones Xiaomi Mi5 S de la empresa CRECOSCOP S.A. para el año final 2017", de la modalidad Presencial realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de Tecnología de Contabilidad y Auditoría, de conformidad con el *Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN* reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo/autorizamos al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología para que digitalice y publique dicho trabajo de titulación en el repositorio virtual de la institución, de conformidad a lo dispuesto en el *Art. 144 de la LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR*.

Carvajal Otavalo Juan Andrés

Nombre y Apellidos del Autor

Juan Carvajal O.

Firma

No. de cedula: 0951573591

## CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD



Juan Corrajal

**Número único de identificación:** 0951573591

**Nombres del ciudadano:** CARVAJAL OTAVALO JUAN ANDRES

**Condición del cedulao:** CIUDADANO

**Lugar de nacimiento:** ECUADOR/GUAYAS/GUAYAQUIL/BOLIVAR  
/SAGRARIO/

**Fecha de nacimiento:** 28 DE MARZO DE 1994

**Nacionalidad:** ECUATORIANA

**Sexo:** HOMBRE

**Instrucción:** BACHILLERATO

**Profesión:** BACHILLER

**Estado Civil:** SOLTERO

**Cónyuge:** No Registra

**Fecha de Matrimonio:** No Registra

**Nombres del padre:** CARVAJAL RUIZ JUAN FRANCISCO

**Nombres de la madre:** OTAVALO FERNANDEZ ROCIO DEL CARMEN

**Fecha de expedición:** 7 DE MAYO DE 2012

Información certificada a la fecha: 13 DE DICIEMBRE DE 2017

Emisor: IRANIA ALLYSON MORALES CEPEDA - GUAYAS-GUAYAQUIL-NT 8 - GUAYAS - GUAYAQUIL

certificado: 170-077-60880



170-077-60880

Ing. Jorge Troya Fuertes

Director General del Registro Civil, Identificación y Cedulación

Documento firmado electrónicamente



**REPUBLICA DEL ECUADOR**  
 DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO CIVIL,  
 IDENTIFICACIÓN Y CEDULACIÓN

No. **095157359-1**

CÉDULA DE CIUDADANÍA  
 APELLIDOS Y NOMBRES  
**CARVAJAL OTAVALO JUAN ANDRES**

LUGAR DE NACIMIENTO  
**GUAYAS**  
**BOLIVAR /SAGRARIO/**

FECHA DE NACIMIENTO **1994-03-28**  
 NACIONALIDAD **ECUATORIANA**  
 SEXO **M**  
 ESTADO CIVIL **SOLTERO**





REPUBLICA DEL ECUADOR  
 Notaria Octava  
 Abg. Luz María

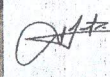
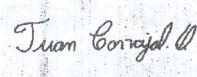
INSTRUCCIÓN **BACHILLERATO**      PROFESIÓN / OCUPACIÓN **BACHILLER**      V444314242

APELLIDOS Y NOMBRES DEL PADRE **CARVAJAL RUIZ JUAN FRANCISCO**

APELLIDOS Y NOMBRES DE LA MADRE **OTAVALO FERNANDEZ ROCIO DEL CARMEN**

LUGAR Y FECHA DE EXPEDICIÓN  
**DURAN**  
**2012-05-07**

FECHA DE EXPIRACIÓN  
**2022-05-07**

        
 DIRECTOR GENERAL      FIRMA DEL CEDULADO

**REPUBLICA DEL ECUADOR**      **CERTIFICADO DE VOTACIÓN**      **CNEI**  
CONSEJO NACIONAL ELECTORAL  
 ELECCIONES GENERALES 2017  
 2 DE ABRIL 2017

**006**      **006 - 322**      **0951573591**  
 JUNTA No.      NÚMERO      CÉDULA

**CARVAJAL OTAVALO JUAN ANDRES**  
 APELLIDOS Y NOMBRES

**GUAYAS**      CIRCUNSCRIPCIÓN: **3**  
 PROVINCIA  
**DURAN**      ZONA: **1**  
 CANTÓN  
**EL RECREO**  
 PARROQUIA




## CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

En calidad de colaborador del Centro de Gestión de la Información Científica y Transferencia de Tecnológica (CEGESICTT) nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

### CERTIFICO:

Que el trabajo ha sido analizado por el URKUND y cumple con el nivel de coincidencias permitido según fue aprobado en el *REGLAMENTO PARA LA UTILIZACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO INSTITUCIONAL EN LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y TRABAJOS DE TITULACIÓN Y DESIGNACIÓN DE TUTORES del ITB.*

  
Nombre y Apellidos del Colaborador CEGESICTT



  
Firma