



**INSTITUTO TÉCNICO BOLIVARIANO DE TÉCNICA**

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

**CARRERA:  
TÉCNICA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

**Diseño del proyecto de investigación**

**TEMA:  
“ANÁLISIS DEL IMPACTO ECONÓMICO DE LOS COSTOS DE  
COMERCIALIZACIÓN DE LA EMPRESA BANANERA MARDIASA S.A.  
DEL CANTÓN GUAYAQUIL EN EL PERÍODO 2017”**

**Autora:**  
Sully Castro Cabrera

**Tutor:**  
MSC. Adolfo Carreño Acosta

**Guayaquil - Ecuador:  
2018**

## **Dedicatoria**

Un padre le dice a su hijo “Ten cuidado por donde caminas”, el hijo le responde “Ten cuidado tú, recuerda que yo sigo tus pasos”.

Esta frase me hace reflexionar en cuanto es verdadero aquello que los hijos son el reflejo de los padres es por eso que dedico este trabajo a Dios, a mi mamá y mis hermanos, mis motivos para superarme y realizarme, son mi inspiración por la cual , me despierto a diario dando gracias a Dios por un nuevo día de vida, son ellos los que mueven mi deseo de ser un profesional de calidad y con mucha ética sin dejar a un lado el humanismo, porque son esos pasos que yo quiero que ellos sigan en donde no se dejen llevar por la mediocridad ni el conformismo del mundo vago que solo vive porque lo pueden hacer.

Cuando uno tiene una inspiración así de fuerte lo puede lograr todo.  
Los quiero más que a mi vida, esto va por ustedes.

Sully Castro Cabrera

## **Agradecimiento**

Quiero agradecer primero a Dios por haberme permitido llegar a cumplir esta meta, luego mi profundo agradecimiento a las personas maravillosas que han estado en mi vida y de una u otra manera han influido en ella para bien; a mi madre que con respeto e imito en sus buenos ejemplos y a mis abuelos los que con su amor hace que las cosas sean posibles.

He palpado realidades en cuán difícil es estudiar peor aún si eres mayor a parámetros del tiempo que la sociedad te limita para prepararte, pero me puedo dar cuenta que el ser humano jamás debe de desmayar en su preparación porque de ello depende su futuro y del de los que uno tanto ama.

Por último y no menos importante agradezco a mi madre porque si de alguien he recibido apoyo es de esa mujer amorosa y paciente las cuales pasó desvelos ayudándome a no darme por vencido.

“Camina hacia el futuro, abriendo nuevas puertas y probando cosas nuevas, sé curioso... porque nuestra curiosidad siempre nos conduce por nuevos caminos”. (Walt Disney).

Sully Castro Cabrera



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO  
DE TECNOLOGÍA**

**Certificación de la aceptación del tutor**

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

**CERTIFICO:**

Que he analizado el proyecto de investigación con el tema: **“Análisis del impacto económico de los costos de comercialización de la empresa bananera “MARDIASA S.A.” del cantón Guayaquil en el periodo 2017”**

Presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

**TECNÓLOGO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

El problema de investigación se refiere a: ¿Cómo inciden los costos de comercialización del banano de la empresa MARDIASA S.A. en las utilidades del Año 2017?

El mismo que considero debe ser aprobado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema:

**Egresada:**  
Sully Castro Cabrera

**Tutor:**  
MSC. Adolfo Carreño Acosta

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

Yo, Castro Cabrera Sully Stefania en calidad de autor(a) con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación Análisis del impacto económico de los costos de comercialización de la empresa bananera Mardiasa S.A. del cantos Guayaquil en el periodo 2017, de la modalidad de semipresencial realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de Tecnología en 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.

Sully Castro Cabrera

Nombre y Apellidos del Autor

\_\_\_\_\_

Firma

No. de cedula: 0916154867

## **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  
CEGESCYT

---

Firma



**INSTITUTO TÉCNICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

UNIDAD ACADÉMICA DE EDUCACIÓN COMERCIAL,  
ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS

**CARRERA:**

**TECNOLOGÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

**Diseño del proyecto de investigación**

**TEMA:**

**“ANÁLISIS DEL IMPACTO ECONÓMICO DE LOS COSTOS DE  
COMERCIALIZACIÓN DE LA EMPRESA BANANERA MARDIASA S.A.  
DEL CANTÓN GUAYAQUIL EN EL PERÍODO 2017”**

**Autora:**

Sully Castro Cabrera

**Tutor:**

MSC. Adolfo Carreño Acosta

## Resumen

La contabilidad de costos es un sistema de información financiera empleada para determinar, registrar, acumular, distribuir, controlar, analizar, interpretar e informar los costos incurridos en la producción, distribución, financiamiento y comercialización de productos bienes y servicios, que nos sirve para establecer parámetros de aplicación a lo propuesto en este tema de tesis titulado “Análisis Del Impacto Económico De Los Costos De Comercialización De La Empresa Bananera Mardiasa S.A.”, la misma que reúne las características necesarias para viabilizar un estudio en el término de los costos y su incidencia en la determinación de utilidad de la empresa.

Por lo expuesto anteriormente en lo relacionado a la estructuración del proceso contable nos permite analizar y contribuye a un modelo de aplicación para todo tipo de negocio que se dedican a la actividad de comercialización de productos bienes y servicios, la cual brinda herramientas estratégicas para la toma de decisiones desde la perspectiva contable y financiera; en este caso, la Empresa Bananera Mardiasa S.A. facilitando operaciones contables relacionado al estudio de sus recursos implicados en la comercialización de banano, sus gastos incurridos, sus operaciones comerciales de proveeduría, niveles de ingreso generados y mano de obra como costos indirectos incurridos para brindar una perspectiva de su actividad económica, niveles de utilidad generados y posibles decisiones que podrían incursionarse desde la información contable generada en la empresa Mardiasa S.A..

Como conclusión, la presente investigación es factible y relevante, ya que establece un aporte significativo en función de un problema detectado, el cual al incursionarse desde un ámbito económico y real propende a una propuesta de análisis coadyuvando a la optimización de comercialización que eleven las oportunidades de rentabilidad de la empresa Mardiasa.

Costos	Comercialización	Ventas	Utilidades
--------	------------------	--------	------------





**INSTITUTO TÉCNICOLOGICO BOLIVARIANO DE TÉCNOLOGIA**

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

**CARRERA:  
TECNOLOGÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

**Diseño del proyecto de investigación**

**TEMA:  
“ANALISIS DEL IMPACTO ECONOMICO DE LOS COSTOS DE  
COMERCIALIZACION DE LA EMPRESA BANANERA MARDIASA S.A.  
DEL CANTON GUAYAQUIL EN EL PERIODO 2017”**

**Autora:**  
Sully Castro Cabrera

**Tutor:**  
MSC. Adolfo Carreño Acosta

## **Abstract**

Cost accounting is a financial information system used to determine, record, accumulate, distribute, control, analyze, interpret and report the costs incurred in the production, distribution, financing and marketing of goods and services, which helps us to establish parameters of application to the proposed in this subject of thesis entitled "Analysis of the Economic Impact of the Costs of Marketing of the Bananera Mardiasa SA Company Del Canton Guayaquil In the 2017 Period ", the same one that has the necessary characteristics to make possible a study in the term of the costs and its incidence in the determination of utility of the company.

Due to the foregoing in relation to the structuring of the accounting process, it allows us to analyze and contribute to an application model for all types of businesses engaged in the commercialization of products, goods and services, which provides strategic tools for making of decisions from the accounting and financial perspective; in this case, the bananera Mardiasa S.A. facilitating accounting operations related to the study of its resources involved in the commercialization of bananas, its expenses incurred, its commercial operations of supply, levels of income generated and labor as indirect costs incurred to provide a perspective of its economic activity, utility levels generated and possible decisions that could be incurred from the accounting information generated in the company Mardiasa SA.

As a conclusion, the present investigation is feasible and relevant, since it establishes a significant contribution based on a detected problem, which when venturing from an economic and real scope tends to a proposal of analysis contributing to the optimization of commercialization that elevate the opportunities of renta de la Mardiasa S.A.

Costs

Commercialization

Sales

Utilities

# Índice general

## Contenidos

Caratula .....	I
Dedicatoria .....	II
Agradecimiento.....	III
Certificación de la aceptación del tutor.....	IV
Resumen .....	viii
Abstract.....	x
Índice general .....	xi
Índice de figura .....	xiii
Delimitación del problema.....	- 3 -
Variables de investigación: .....	- 3 -
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION .....	- 4 -
Objetivo general .....	- 4 -
Objetivos específicos.....	- 4 -
JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACION .....	- 4 -
<b>CAPÍTULO II</b> .....	- 6 -
<b>MARCO TEÓRICO</b> .....	- 6 -
<b>FUNDAMENTACIÓN TEORICA</b> .....	- 6 -
Antecedentes históricos .....	- 6 -
Antecedentes referenciales .....	- 15 -
FUNDAMENTACION LEGAL.....	- 18 -
VARIABLES DE LA INVESTIGACION .....	- 28 -
DEFINICIONES CONCEPTUALES .....	- 29 -
<b>CAPÍTULO III</b> .....	- 35 -
<b>METODOLOGÍA</b> .....	- 35 -
PRESENTACION DE LA EMPRESA.....	- 35 -
DISEÑO DE LA INVESTIGACION .....	- 45 -
TIPOS DE INVESTIGACION: .....	- 45 -
TECNICA DE INVESTIGACION .....	- 46 -
PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACION.....	- 47 -
<b>CAPÍTULO IV</b> .....	- 48 -

<b>ANÁLISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS .....</b>	<b>- 48 -</b>
PLAN DE MEJORA.....	- 51 -
CONCLUSIONES.....	- 52 -
RECOMENDACIONES .....	- 53 -
<b>Bibliografía.....</b>	<b>54</b>

## Índice de figura

Figure 1 Organigrama organizativa.....	- 36 -
Figure 2 Organigrama total de empleados.....	- 37 -
Figure 3 Cantidad de trabajadores por categoría ocupacional. ....	- 38 -
Figure 4 Estados de situación financiera. ....	- 40 -
Figure 5 Estados de resultados integrales.....	- 41 -
Figure 6 Diagnóstico de la situación actual de los costos de comercialización .....	- 48 -
Figure 7 Análisis de los resultados en el Estado de Pérdidas y Ganancias -	50 -

## **CAPITULO I**

### **EL PROBLEMA**

#### **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

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

La industria bananera lidera las exportaciones y representa el 2% del PIB general en el año 2017, siendo un eje principal de la matriz productiva del país. Las inversiones que se realizan en la producción y comercialización hacen que en los procesos se acentúe el capital de trabajo generando empleo a un aproximado del 6% de la población total de los ecuatorianos.

La eficiencia que persigue todo empresario depende de optimizar el uso de los factores de producción en función a su capacidad productiva. Existen productores que realizan pocas inversiones para mejorar sus infraestructuras, tecnificar las hectáreas y poder aumentar sus rendimientos, así como un sistema contable que permita conocer el costo de producir y comercializar una caja de banano. Este impacto se refleja en los precios del producto.

La empresa bananera MARDIASA S.A. se encuentra ubicada al noroeste de la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas, su actividad es la comercialización y exportación del banano; las plantas abastecedoras del

producto se encuentran situados en El Guabo, provincia de El Oro, donde se realiza el proceso de producción desde la preparación del suelo, siembra, control de enfermedades, fertilización, manejo de cultivo y labores de cosecha hasta su comercialización al puerto.

En este estudio se analiza el impacto económico que tienen las utilidades de la empresa bananera MARDIASA S.A. en el año 2017, en base a los costos de comercialización. Se debe considerar que las ganancias totales dependen de la relación de los ingresos alcanzados, por medio del precio de venta que determina este rubro y los costos de comercialización como son los gastos directos e indirectos que debe incurrir para el proceso de exportación.

### **Situación conflicto**

El problema está en los altos costos de comercialización en que incurren las plantaciones de banano que proveen a la empresa MARDIASA S.A., debido al incremento de costos directos como la materia prima, mano de obra; e indirectos, por ejemplo, las obligaciones tributarias, financiero y de logística al comercializar una caja de banano; y, lo que ocasiona disminución de la comercialización.

Al no tener implementado un sistema que permita determinar el costo de comercialización hace que dificulte el análisis de las cuentas contables que contempla cada etapa de comercialización hasta su destino final; y esta falencia en la cadena de valor provoque riesgos de costos innecesarios dando lugar a que éste sea superior a los ingresos.

Al identificar las causas de los altos costos de comercialización se puede proponer un plan de mejora en los procesos productivos de la empresa para generar un impacto económico positivo, obtener rentabilidad, ganancias y ser más competitivo en el mercado nacional.

## **Delimitación del problema**

**Campo:** Contabilidad

**Área:** Costos de comercialización

**Aspecto:** Costos

**Periodo:** 2017

## **Formulación del problema**

¿Cómo incide los costos de comercialización del banano de la empresa MARDIASA S.A. en las utilidades del Año 2017?

## **Variables de investigación:**

- Variable Independiente: Costos de comercialización del banano.
- Variable Dependiente: Las Utilidades del año 2017.



## **OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION**

### **Objetivo general**

Analizar el impacto económico que genera los costos de comercialización de la empresa bananera MARDIASA S.A. en las utilidades del periodo 2017 para la toma de decisiones.

### **Objetivos específicos**

- **Fundamentar** desde la teoría los costos de comercialización y las utilidades de la empresa en el periodo fiscal 2017.
- **Diagnosticar** los costos de comercialización y su incidencia en las utilidades para el período fiscal 2017.
- **Proponer** un plan de mejora para disminuir el impacto de los costos de comercialización en las utilidades de la empresa para el período de 2017.

## **JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACION**

**Conveniencia.** - la presente tesis tecnológica de los costos de comercialización del banano se la realiza con el fin de determinar los costos reales que incurren en la exportación del producto.

**Relevancia social.** - la relevancia social está fijada directamente en las oportunidades de trabajo que tienen cientos de personas en cada uno de los sectores que producen este producto, contribuyendo de esta manera con la economía de la sociedad.

**Implicaciones prácticas.** - dentro de la comercialización muy aparte de la experiencia en la comercialización del banano a nivel nacional está la práctica comercial en la selección del producto que se adquiere, previa revisión y fiscalización del producto, que la realiza personal capacitado en calidad de banano.

**Utilidad metodológica.** - en la metodología aplicada está involucrada la cualitativa y la cuantitativa, porque se considera la calidad del producto, así como las cantidades adquiridas.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **FUNDAMENTACIÓN TEORICA**

##### **Antecedentes históricos**

##### **Historia de los costos en contabilidad**

Desde el inicio de la contabilidad se la considero como una herramienta de planificación y control, además se han creado nuevas técnicas que se encargan de la creciente demanda de investigaciones para poder anticiparse a los simples hechos económicos históricos. (Gomez, 2002)

##### **Una aproximación histórica**

El manejo de los sistemas de costos en un inicio se apoyó únicamente en función de las reparticiones hechas por las personas, se cree que en la antigüedad civilizaciones del medio oriente dan los primeros caminos en el manejo de los costos.

En algunas industrias de diversos países europeos entre los años 1485 y 1509 se comenzaron a utilizar sistemas de costos rudimentarios que revisten alguna similitud con los sistemas de costos actuales.

Libros de contabilidad eran escritos por los comerciantes que eran las personas directas en el manejo de cuentas, ya que el proceso que se realizaban en las fábricas estaba en manos de unos pocos artesanos vinculados a asociaciones y por lo tanto sometidos a las reglas de sus sociedades.

Mientras se incrementaba el comercio en el mercado, así como sus formas de producción se iba incrementando, también el uso de la contabilidad se lo veía como método de calcular las ganancias de comerciantes, productores, fabricantes y todos los que tuvieran que ver con la comercialización.

El objetivo de la contabilidad de cosas en épocas pasadas era la de rendir un informe de cuentas sin diferenciar entre ingresos y costos, sin contribuir a la separación de precios de ventas ni los de fabricación para determinar el resultado neto de operaciones. (Gomez, 2002)

### **El surgimiento de los costos**

En el año de 1776 el aparecimiento de la revolución industrial dio origen a las grandes fábricas. En esa época se procedió al cambio de la producción artesanal a la producción industrial, creando la necesidad de practicar un mayor control sobre los materiales y la mano de obra y sobre el nuevo componente del costo que las máquinas y equipos originaban. El “maquinismo” de la revolución industrial origino el alejamiento de la mano de obra y la desaparición de los pequeños artesanos. Todo esto interfirió en el crecimiento anterior y se creó un ambiente propicio para un nuevo desarrollo de la contabilidad de costos.

En las últimas tres décadas del siglo XIX Inglaterra fue el país que encargo mayoritariamente de las teorías sobre los costos.

En el año de 1.778 se dio el inicio de la utilización de los libros auxiliares en todos los elementos que tuvieran incidencia en el costo de los productos, como salarios y materiales de trabajo.

### **Mercadeo: Origen y Evolución**

Variaciones económicas y sociales han hecho del mercadeo una disciplina trascendental para la vida humana, a lo largo de la historia bienes y servicios se fueron adecuando como una práctica habitual del hombre.

Conforme la humanidad evolucionó de igual manera lo hicieron sus necesidades, cada vez mayores. En efecto, tener un buen nivel de vida exigía poseer una mayor cantidad de recursos que no podían ser cubiertos en su totalidad por la propia producción. Asimismo, la sobreproducción se convirtió en un elemento relevante para las negociaciones.

Como consecuencia de lo anterior surgieron figuras como la del mercader, vital para la expansión de los conceptos y procesos que dieron origen al mercadeo. Adicionalmente, elementos como los enfrentamientos bélicos, la expansión de las civilizaciones, la conformación de sociedades con poderes centralizados, contribuyeron de forma directa para el enriquecimiento de procesos de intercambio comercial.

Este proceso, visto en forma general, puede ser considerado como el origen de las bases conceptuales del mercadeo y del desarrollo de un gran número de prácticas que lo componen y lo definen, pero solo con el desarrollo de sistemas económicos y sociales más definidos se puede comprender esta disciplina en una dinámica más cercana a la actual.

Para Robin Garzón, director del Centro de Mercadeo de la Facultad de Administración de Empresas de la Universidad Externado, a pesar del desarrollo de las bases del mercadeo, una de las primeras condiciones para su desarrollo es la aparición del capitalismo como sistema económico.

“La libertad de tenencia de los bienes, de intercambio y de decisión del ciudadano en relación con su compra son elementos del capitalismo que generan una adecuada plataforma para que el marketing se desarrolle”, añade Garzón. (M2M, 2015)

### **Evolución en los modelos de comercialización**

El reto de los nuevos modelos de comercialización, cómo la Tecnología aumenta los resultados y reduce costes.

Vender ha sido, es y será la principal actividad de todas las Compañías del mundo. Sin ventas no hay ingresos, sin ventas no se cierra el círculo entre una idea genial y su disfrute en la sociedad, sin ventas no hay Compañías.

Pero se puede vender de muchas maneras. Hay quien recoge demanda y “despacha” aunque esto cada vez se da menos, hay quien debe ofertar permanente para poder vender y hay quien se asocia con terceros. Los mercados están duros y difíciles, la demanda y el poder adquisitivo han caído y el comprador es más exigente y está más informado.

Lo que es una constante independientemente del modelo, y precisamente por la dificultad en la venta actual, es la preocupación por reducir los costes del proceso de venta. Bajo esta idea de aunar resultados y reducir costes aparecen nuevas maneras de cumplir ambos requisitos, y ahí la tecnología y la innovación son factores determinantes para llegar a buen puerto.

Reinventar la manera de hacer las cosas y avanzar en la manera de llegar al mercado se consigue con dos factores: Tecnología como medio y Creatividad como impulso.

No se trata de romper con todo lo hecho hasta ahora, se trata de continuar manteniendo lo bueno anterior y haciendo la evolución lógica hacia los nuevos canales y mercados. (FERNANDEZ, 2012)

¿Por qué el trabajo de mediador de seguros clásico se convierte en Rastreator o Acierto?

Porque, manteniendo el sentido tradicional de esa actividad, se crean nuevas formas de llegar al mercado. Para ello se invierte el orden establecido, el mediador clásico trabajaba para las compañías aseguradoras. En el caso de Rastreator o Acierto la percepción del mercado es que las compañías aseguradoras trabajan para ellos.

¿Cómo lo han conseguido?

Con inversión en publicidad y con Tecnología, llegando por un canal nuevo al mercado, el canal de internet. La tecnología entra al servicio de los cambios en el proceso de negocio, ayuda a la reinención de una actividad y crea un nuevo entorno de relación entre compañías y clientes. Un entorno en el que la relación se crea teniendo en cuenta a cada cliente individualmente, y en la que la experiencia del cliente y su percepción son uno de los mejores argumentos de venta para nuevos clientes. Y reduciendo drásticamente los costes, ya no es necesario un “ejército” de comerciales dando a conocer los productos y llamando a las puertas. El cliente conoce la marca y contacta con ella cuando mejor le parece.

La Tecnología y la Creatividad crean entornos de venta más rentables y competitivos en volumen de negocio y costes. (FERNANDEZ, 2012)

## **La importancia que el mercado tenía en el siglo XX, la tiene ahora el consumidor”**

Agustín Medina es un referente internacional en el mundo del marketing, la publicidad y la comunicación. Así lo muestra su dilatada carrera como creativo en grandes agencias de renombre como McCann-Erickson y Lintas, Norman, Craig & Kummel, etc. Su prestigio le ha llevado a ser miembro del jurado de festivales de publicidad de primer nivel como el de Cannes, el 4 Awards de Hong Kong o el Festival de comunicación de Bien Público de La Habana. Además, entre otras muchas cosas, imparte conferencias y ha publicado nueve libros imprescindibles para los profesionales del sector.

¿Dónde está la frontera entre la comunicación y el marketing?

Esa frontera cada vez es menos perceptible, pues la importancia que el mercado tenía durante todo el siglo XX, la tiene ahora el consumidor. El poder ha pasado de manos y hoy día es la comunicación con el consumidor la que marca las reglas del mercado.

De hecho, algunas escuelas de negocios imparten ya masters con el nombre de Marcom, que es un acrónimo de Marketing y Comunicación. Creo que ese interés por formar profesionales que conjuguen las dos disciplinas es una prueba evidente de que la frontera está dejando de existir.

¿En qué estado se encuentra la creatividad? ¿Están las nuevas herramientas ayudando a potenciarla o la están acotando?

Sin duda las nuevas herramientas favorecen la creatividad, porque permiten nuevos modelos de expresión. Lo que ocurre es que esa creatividad no siempre está ligada a las áreas profesionales. No hay más



que ver los miles de vídeos que se suben cada día a Youtube para comprobar que la creatividad y el talento espontáneos de la gente normal superan con creces la media de las comunicaciones profesionales.

¿BBDD, RRSS y CRM son hoy los tres pilares del marketing?

Las herramientas siempre han sido sólo eso, herramientas. Hoy día son más eficaces que nunca y pueden jugar un papel muy importante a la hora de identificar las oportunidades. Pero hace falta manejarlas con criterio, siguiendo una estrategia inteligente para sacarles el máximo partido. Y eso sólo pueden hacerlo bien los buenos profesionales.

Parece que algunas marcas logran fidelizar a los clientes a través de las redes sociales, pero ¿Se puede conseguir conversión?

Yo tengo muchas dudas de que la relación de los clientes con las marcas a través de las redes sociales se traduzca en ventas. Creo que las redes son un elemento más para generar empatía con las marcas, pero trabajan más a favor de la imagen a medio y largo plazo que de las ventas a corto plazo. (MEDINA, 2014)

Con la gran cantidad de medios que se han desplegado y consolidado en los últimos años, ¿Es más fácil o complicado llegar al consumidor?

Es más fácil abordar procesos de micromarketing para llegar a targets muy específicos. En cuanto a los grandes targets, hoy por hoy creo que siguen siendo los medios convencionales, como la televisión, los que permiten afrontar con éxito la comunicación con las grandes audiencias.

Es de sobra conocido que “el consumidor es el rey” ¿Qué pueden hacer las marcas para seducirlo ante el amplio abanico de mensajes que reciben cada día?

Hay pocos secretos. Buenas estrategias, comunicación brillante, honestidad, transparencia y mucha creatividad en todos los procesos.

El “Branded Content” está cada vez más extendido, pero ¿Está solo al alcance de las grandes marcas o las pymes pueden sumarse a esta estrategia? ¿Tienen recursos para ello?

Pienso que el Branded Content es la publicidad del futuro. Hay grandes ejemplos de que puede hacerse con muy pocos recursos y mucha imaginación, así que, por supuesto que está al alcance de cualquier marca, pequeña o grande. Y puede desarrollarse con todo tipo de herramientas, no sólo con los nuevos medios digitales.

En sus predicciones para 2015 no cita la gamificación ¿No le ve recorrido?

No me parece que la gamificación en sí misma tenga entidad como tendencia. Creo que es una actividad que encuadraría más en el área promocional coyuntural, que en el eje estratégico de la empresa. (MEDINA, 2014)

**Según (Universidad EAFIT, 2008) el surgimiento de la contabilidad de costos se ubica en una época antes de la Revolución Industrial.**

Posteriormente en 1955, nace el concepto de la contraloría como medio de control de las actividades de producción y finanzas de las organizaciones.

Incuestionablemente, esto se tradujo en un estacionamiento para la contabilidad de costos con relación a otras ramas de la contabilidad.

Por ello, según (Carrera E. , 2012) hasta finales del siglo XVII, indica que la contabilidad de costos no era muy conocida ya que solo se utilizaba la contabilidad financiera para la toma de decisiones que tenía la empresa, a medida que la empresa iba transformándose económica y socialmente, se vio en la necesidad de contratar a sus propios trabajadores, para

establecer una renovación y desarrollo de sus principios, capacidad y transformación que se requerían para jerarquizar la división del trabajo.

A partir del siglo XX la contabilidad de costos utiliza métodos, cantidades para acumular, clasificar e interpretar la información relacionado al costo de material, mano de obra y otros costos de fabricación.

El objetivo principal de la contabilidad de costos es transferir información financiera la dirección para que ésta pueda planificar, evaluar y controlar los recursos, para de esta manera lograr la determinación de costos.

Los elementos del costo para llegar a una base y poder obtener el precio de venta, la información sobre costos resume en la valoración del inventario. Los empresarios viendo que existía un aumento de sus costos indirectos, con relación a los productos fabricados se vieron en la necesidad de crear nuevos procedimientos y herramientas para saber cuál será el costo de fabricación y de comercialización del producto, para que de esta manera los empresarios tomen las decisiones adecuadas dentro de la empresa.

A medida que las empresas van creciendo, determinar costos cada vez se hace más necesario, en donde se analizan e interpretan los detalles de los costos de materiales, mano de obra, gastos de fabricación, necesarios para la producción y comercialización de productos. Ya que esta información es muy útil para los administradores para la toma de decisiones por que se implanta una planificación y control sobre los costos. (Carrera E. , 2012)

Según (Alvarado & Calle, 2011) la contabilidad de costos es una especialidad de la contabilidad general que registra, resume, analiza e interpreta los detalles de los costos de materiales incurridos en la mano de obra y en los costos indirectos de fabricación.

Para producir un artículo o servicio de una empresa con el fin de poder medir, controlar y analizar los resultados del proceso de producción y comercialización a través de la obtención de costos unitarios y totales.

En un sistema de costos por órdenes de producción y comercialización, existe la posibilidad de poder segregar o identificar cuantitativamente el producto de acuerdo con su elaboración en el taller, manufactura o producción; en un momento dado cualquiera. (materiales directos, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación), para cada trabajo u orden de trabajo en proceso. (Alvarado & Calle, 2011)

### **Antecedentes referenciales**

En la investigación realizada por Stalin, (2016) sobre la comercialización del banco plantea que la comercialización es una etapa en la cual se realizan los procesos de ventas en todo el país y a su vez en el exterior.

Por su parte Salvador, (2016) agrega que los costos de comercialización son gastos que se convierten en costos en una compañía.

Sin embargo, Enrique, (1974) manifiesta que la administración de la comercialización en el ranking de ventas es el punto de partida para el proceso de toma de decisiones en una empresa.

Salvador, también nos indica que los costos de comercialización de otros productos también se desarrollaron en otros lugares de país durante otros periodos como el 2015, presentado por: Bach. Sonia Raymunda Vilca Huarca.

También se realiza la inversión para la importación y comercialización de la línea de malatería y accesorios de vestir en la ciudad de Guayaquil para generar más alternativas laborales en las compañías y así generar la comercialización. Presentado por: Santiago David Muñoz Rivadeneira,

César Augusto Paladines Pincay, Ana María Rodríguez Valarezo  
(Santiago David Muñoz Rivadeneira, s.f.)

“Administración de la comercialización”.

Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Económicas

(Enrique, 1974)

La contabilidad de costos tiene como finalidad la observación de todas las operaciones productivas reunidas a través de un estado especial denominado “estado de fabricación” o “estado de producción”, que nos pauta el aspecto dinámico de la elaboración referida a un periodo determinado.

La estrategia de la comercialización de un producto es fundamental para conseguir los resultados deseados en la empresa. Por ello, es necesario diseñar estrategias que nos permitan llegar a obtener nuestras metas. (pyme.net)

En la estrategia de producto todo lo expuesto debe también tener como mira qué es lo que va a ofrecer nuestro producto o servicio de forma diferente a los de la competencia, pues, es obligatorio tener claro por qué razón los clientes van a inclinarse por nuestro producto y no por otro diferente. (pyme.net).

En la contabilidad de costos se entiende por la suma de la repartición económica en que incurre una persona para la adquisición de un bien o servicio, con la intención de que genere un ingreso a futuro. (Medina, 2007)

### **La autora plantea**

Ecuador es uno de los países que más exporta el banano a nivel mundial, tiene una participación del 2% del PIB en el año 2017. Aun así, los

exportadores locales se sienten presionados por otros países que son altamente competitivos en función al precio del producto, y esto se debe a algunos factores entre ellos tenemos: La tecnificación de sus plantaciones, la devaluación del dólar, entre otros.

La importancia de esta investigación radica en otorgar los mecanismos necesarios para mejorar la comercialización de la empresa bananera Mardiasa S.A., con el propósito de tener un impacto económico positivo generando operaciones más eficientes y optimizando recursos para hacerlo más competitivo a nivel internacional.

En este estudio se analiza el impacto económico que tienen las utilidades de la empresa bananera Mardiasa S.A. en base a sus costos de comercialización; a través de la identificación de la causa los altos costos, así como analizar los Estados Financieros en especial las cuentas contables relacionados al Estado de Pérdidas y Ganancias del año 2017, para proponer un plan de mejora en la metodología de los procesos de comercialización optimizando sus recursos con la finalidad de aumentar las ganancias.

Los diferentes productos que se desean comercializar están considerados y clasificados como “necesarios” lo que hace que la demanda de diferentes artículos sea constante a nivel nacional e internacional, aplicando normas y estándares de calidad y cumpliendo con las leyes ecuatorianas que nos garantice la comercialización de estos.

Realizando un análisis de las referencias bibliográficas se encontró que los cálculos de comercialización de los costos de control, movilización y distribución es de mucha importancia para así poder tener los valores precisos que incurren en la comercialización de cualquier producto, el mismo que cumple con los requisitos para la realización de este proyecto.

## **FUNDAMENTACION LEGAL**

LA REPUBLICA DEL ECUADOR

ASAMBLEA NACIONAL

EL PLENO

CONSIDERANDO:

Que, el artículo 52 de la Constitución de la República garantiza a las Personas el derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad.

El artículo 66 de la Constitución de la República, numerales 15, 25 Y 26, garantiza el derecho a desarrollar actividades económicas conforme los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental; el derecho a acceder a bienes y servicios públicos y privados de calidad, con eficiencia, eficacia y buen trato; el derecho a la propiedad en todas sus formas, con función y responsabilidad social y ambiental;

Que, de acuerdo con lo dispuesto por el artículo 85. Numerales 1 y 2 de la Carta Suprema, la formulación, ejecución, evaluación y control de las políticas públicas y servicios debe orientarse a la realización y garantía del buen vivir y de los derechos reconocidos constitucionalmente en el marco del principio de solidaridad, consagrándose la prevalencia del interés general sobre el interés particular;

Que, el artículo 278 de la Constitución de la República, numeral 2, establece que para la consecución del “Plan de desarrollo toda una vida”, a las personas y colectividades, y sus diversas formas organizativas, les corresponde producir, intercambiar y consumir bienes y servicios con responsabilidad y ambiental;

Que, el artículo 283 de la Constitución de la República establece que el sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el plan de desarrollo toda una vida.

Que, el artículo 132 de la Constitución de la República establece que la Asamblea Nacional aprobará como leyes las normas generales de interés común, y que se requerirá de ley en los siguientes casos:

1. Regular el ejercicio de los derechos y garantías constitucionales.
2. Tipificar infracciones y establecer las sanciones correspondientes.
3. Crear, modificar o suprimir tributos, sin menoscabo de las atribuciones que la Constitución confiere a los gobiernos autónomos descentralizados.
4. Atribuir deberes, responsabilidades y competencias a los gobiernos autónomos descentralizados.
5. Modificar la división político-administrativa del país, excepto en lo relativo a las parroquias.
6. Otorgar a los organismos públicos de control y regulación la facultad de expedir normas de carácter general en las materias propias de su competencia, sin que puedan alterar o innovar las disposiciones legales;

## **Régimen de regulación y control**

### Sección 1 Mercado relevante y volumen de negocios

#### Artículo 5.- Mercado relevante. -



A efecto de aplicar esta Ley la superintendencia de control del poder de mercado determinará para cada caso el mercado relevante. para ello, considerará, al menos, el mercado del producto o servicio, el mercado geográfico y las características relevantes de los grupos específicos de vendedores y compradores que participan en dicho mercado. El mercado del producto o servicio comprende, al menos, el bien o servicio materia de la conducta investigada y sus sustitutos. Para el análisis de sustitución, la Superintendencia de Control del Poder de Mercado evaluará, entre otros factores, las preferencias de los clientes o consumidores; las características, usos y precios de los posibles sustitutos; los costos de la sustitución; así como las posibilidades tecnológicas y el tiempo requerido para la sustitución. (Asamblea, 2011)

## EL HONORABLE CONGRESO NACIONAL DEL ECUADOR

La comisión de legislación y codificación

Resuelve:

Expedir la siguiente codificación de la ley para estimular y controlar la producción y comercialización del banano, plátano (Barraganete) y otras musáceas afines, destinadas a la exportación (banano, 2010)

### Artículo 1

Del precio mínimo de sustentación.

La función ejecutiva a través de un acuerdo dictado por el ministro de agricultura, ganadería, acuacultura y pesca fijará en dólares de los Estados Unidos de América, el precio mínimo de sustentación que, de modo obligatorio, deberá recibir el productor bananero (al pie del barco), de cada uno de los distintos tipos de cajas y sus especificaciones, de banano, plátano (barraganete) y otras musáceas para la exportación, por cualquier acto o contrato de comercio permitido por la presente Ley. Para este fin el Ministerio de agricultura, ganadería, acuacultura y pesca, organizará mesas de negociación. En caso de que no exista acuerdo en las mesas, será el Ministerio de agricultura, ganadería, acuacultura y

pesca, quien fijará los respectivos precios mediante acuerdo ministerial. También fijará los precios mínimos referenciales (FOB) por declarar por parte del exportador, de acuerdo con los distintos tipos de cajas y sus especificaciones. El mecanismo de fijación de precios se determinará mediante reglamento.

De no lograr establecer precios mínimos de mutuo acuerdo los dos ministros, en un plazo de siete días, procederán a fijar los mismos sobre la base del costo promedio de producción nacional.

El precio mínimo de sustentación es el equivalente al costo de producción promedio nacional, más una utilidad razonable de cada uno de los distintos tipos autorizados de cajas conteniendo banano de exportación. Se fijará en dólares de Estado Unidos de Norteamérica.

Para asegurar el pago del precio mínimo de sustentación que el exportador o comercializador, esto es los gremios de productores bananeros y plataneros, está obligado a pagar al productor, aquél deberá, indistintamente, rendir caución sobre dicho precio mínimo, con vigencia mínima de un año.

Todos los productores, comercializadores y exportadores, estarán obligados a suscribir contratos de compra venta de la fruta y se respetarán las cláusulas que libre y voluntariamente pacten las partes, siempre que no contravengan la presente Ley y su Reglamento. El exportador que no suscriba contrato con los productores y/o comercializadores no podrá exportar.

Independientemente de las sanciones a que haya lugar, el ministerio, una vez determinado el incumplimiento, solicitará al garante que se ejecute en forma inmediata la garantía a favor del productor.

## Artículo 2

Queda terminantemente prohibido que persona alguna, sea directamente o por interpuesta persona, pague al productor un valor menor que el

precio mínimo de sustentación fijado de acuerdo con el artículo 1 de esta Ley, utilizando cualquier mecanismo o procedimiento para no cumplir con sus disposiciones.

### Artículo 3

El Ministerio de agricultura y ganadería, por intermedio de la subsecretaría del litoral norte o subsecretaría del litoral sur y galápagos, efectuará inspecciones periódicas a las personas naturales o jurídicas que adquieran y/o comercialicen cajas con banano, plátano (barraganete) y otras musáceas afines, destinadas a la exportación.

Para estos efectos, las aludidas personas naturales o jurídicas estarán obligadas a exhibir la documentación pertinente y permitir la revisión por parte de los funcionarios respectivos de toda la información que manejen y que pudiere resultar necesaria analizar para establecer el cumplimiento de esta Ley.

### Artículo 4

Sanciones por incumplimiento y reincidencias.

El ministerio de agricultura, ganadería, acuacultura y pesca, por intermedio de la autoridad administrativa correspondiente, de oficio o mediante denuncia escrita, verificará que los exportadores y/o comercializadores paguen a los productores, por las cajas de banano, plátano (barraganete) y otras musáceas, el precio mínimo de sustentación establecido.

De llegar a determinarse el incumplimiento, la autoridad administrativa que conoce el proceso, una vez que cuente con el informe técnico y oídas las partes interesadas verbal y sumariamente, aplicará una multa equivalente de veinte y cinco a cincuenta veces el monto de evasión o incumplimiento, dispondrá la reliquidación y devolución a los productores por el monto

evadido o no pagado; y, ordenará la suspensión de exportar por quince días, sin perjuicio de las acciones civiles y penales a que hubiere lugar.

En caso de reincidencia, la suspensión de exportar será de treinta días. De no pagársele al productor el precio mínimo de sustentación por una tercera ocasión, la sanción al exportador será la suspensión de exportación por sesenta días; y, en caso de continuar el incumplimiento por una cuarta ocasión se ordenará la suspensión definitiva del exportador.

Las reincidencias serán los incumplimientos dentro de un periodo de doce meses.

En caso de reincidencia, el subsecretario correspondiente podrá disponer la suspensión de exportar por quince días.

El exportador pagará obligatoriamente por la compra de las cajas de banano, plátano (barraganete) y otras musáceas, en sus diferentes tipos, en el plazo de ocho días calendario contados a partir de la realización del embarque definitivo, mediante transferencias de fondos a través del sistema de pagos interbancarios (SPI) en el Banco Central del Ecuador, desde la cuenta corriente y/o de ahorros del exportador hacia la cuenta bancaria del productor y/o comercializador. El no pago a través del sistema de pagos interbancarios (SPI) conllevará que la autoridad administrativa competente aplique multa equivalente al valor evadido o no pagado a través del (SPI). (banano, 2010)

#### Artículo 5

El afectado por la resolución dictada por el subsecretario correspondiente podrá interponer ante el ministro de agricultura y ganadería recurso de revisión solo en el efecto devolutivo.

El ministro de agricultura y ganadería resolverá el recurso en el término de diez días, hubiese o no comparecido el afectado con sus pruebas de descargo.

## Artículo 6

En caso de que la resolución del ministro resultare favorable al sancionado, se procederá a devolver el monto de las multas pagadas, y el exportador podrá deducir de futuras adquisiciones los montos que hayan recibido aquellos productores beneficiados por la resolución de primera instancia, valores que no generarán intereses ni recargos de naturaleza alguna por cuenta de los productores.

## Artículo 7

Prohíbese y se tendrá por no escrita cualquier forma de renuncia que pudiera estipularse entre productores y exportadoras de banano, plátano (barraganete) y otras musáceas afines, destinadas a la exportación, y que originándose en una causa ilícita signifique, de cualquier manera, una disminución efectiva del derecho del productor a recibir cuando menos el precio mínimo de sustentación por caja de banano, plátano (barraganete) y otras musáceas afines, destinadas a la exportación.

Prohíbese que en las liquidaciones de pago de las cajas de banano para exportación consten descuentos no autorizados por el productor. El exportador que violare esta disposición será sancionado por el subsecretario correspondiente, con la multa equivalente al quinientos por ciento (500%) de los valores indebidamente descontados, de la cual se devolverá al productor el valor correspondiente.

## Artículo 8

Prohíbese realizar nuevas siembras de banano, plátano (barraganete) y otras musáceas afines, destinadas a la exportación, a partir de la fecha de promulgación de la presente Ley que no hayan sido autorizadas previamente por el Ministerio de agricultura, ganadería, acuacultura y pesca. Su transgresión será sancionada con una multa de ciento cincuenta salarios mínimos vitales generales por hectárea sembrada, de conformidad con el reglamento dictado por el presidente de la república.

## Artículo 9

Se prohíbe comercializar banano, plátano (barraganete) y otras musáceas afines destinadas para exportación de plantaciones que no estén debidamente inscritas y registradas en el Ministerio de agricultura y ganadería.

Quienes incumplan esta disposición serán multados con el valor equivalente al trescientos por ciento (300%) del valor de la fruta que haya comprado.

## Artículo 10

Toda persona natural o jurídica que exporte banano, plátano (barraganete) y otras musáceas afines destinadas para exportación deberá presentar ante la subsecretaría correspondiente, cuarenta y ocho horas antes del embarque, el plan de embarque provisional, el mismo que contendrá el nombre del productor, nombre del predio agrícola, superficie sembrada y la zona en que se encuentra ubicada.

Dentro de las setenta y dos horas de efectuado el embarque, el exportador presentará ante la subsecretaría correspondiente, el plan de embarque definitivo.

La no presentación o falsedad en la documentación a presentarse por parte del exportador contemplada en los incisos anteriores serán sancionadas con una multa equivalente a doscientos salarios mínimos vitales.

## **Disposición final**

Las disposiciones de esta ley y sus reformas están en vigencia desde la fecha de las correspondientes publicaciones en el registro oficial. (banano, 2010)

## **Superintendencia de compañías del Ecuador**

Comisión del proyecto para la aplicación de las lfrs de noviembre 25 de 2011 “Diferencias entre NIIF completas y la NIIF para las Pymes y su aplicación a las partidas contables”.

## **Adopción de las NIIF en el Ecuador**

Resolución No. 08.G.DSC.010 de 2008.11.20, R.O. No. 498 de 2008.12.31, se estableció el cronograma de aplicación obligatoria de las “NIIF”, en 3 grupos desde el 2010 al 2012.

Las demás compañías no consideradas en los dos grupos anteriores (aquellas que, al 31 de diciembre de 2007, sus activos totales eran inferiores a US \$ 4, 000,000.00) fecha de transición: 1 de enero de 2011 período de transición: Año 2011 fecha de aplicación de NIIF: a partir del 1 de enero de 2012.

## **Clasificación de las compañías en el Ecuador**

Resolución No. SC. INPA.UA.G-10.005 de 2010.11.05, R.O. No. 335 de 2010.12.07, se estableció la siguiente clasificación de compañías en el país: micro, pequeñas, medianas y grandes empresas.

Aplican la NIIF para las PYMES, aquellas compañías que, en base a su estado de situación financiera cortado al 31 de diciembre del ejercicio económico anterior, cumplan las siguientes condiciones:  $\frac{3}{4}$  activos totales, inferiores a US \$ 4, 000,000 registren un valor bruto de ventas anuales hasta US \$ 5, 000,000. Tengan menos de 200 trabajadores (personal ocupado). Promedio anual ponderado. (Normas, s.f.)

## **NIIF para las pequeñas y medianas empresas (PYMES)**

Descripción de la NIIF para las PYMES “El proyecto de NIIF para las PYMES fue desarrollado durante más de seis años de estudio, investigación, preparación y definición del documento por el Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB) emitiendo, en julio 2009, oficialmente la Norma Internacional de Información Financiera para Pequeñas y Medianas Entidades (conocida como NIIF/PYMES) que recientemente ha sido publicada en castellano.”

La NIIF para las PYMES se ha establecido en respuesta a la demanda de pequeñas y medianas empresas a nivel mundial para una versión más simple de las NIIF completas; esta NIIF se busca que los estados financieros de las PYMES sean comparables y más confiables.

Concepto de las PYMES según la NIIF “Las pequeñas y medianas entidades son entidades que:

- a) no tienen obligación pública de rendir cuentas, y
- b) publican estados financieros con propósitos de información general para usuarios externos.

Una entidad tiene obligación pública de rendir cuenta cuando:

- a) registra, o esté en proceso de registrar, sus estados financieros en una comisión de valores u otra organización reguladora, con el fin de emitir algún tipo de instrumento en un mercado público; o
- b) una de sus principales actividades es mantener activos en calidad de fiduciaria para un amplio grupo de terceros.

Este suele ser el caso de los bancos, las cooperativas de crédito, las compañías de seguros, los considera como PYMES a aquellas empresas que no cotizan en la bolsa de valores o no están en proceso de registrar sus instrumentos de deuda o de capital y a empresas cuyo negocio principal no es la función fiduciaria.



La NIIF para las PYMES no es aplicable por lo tanto a entidades tales como: bancos, aseguradoras, corredores de valores, fondos mutuales y bancos de inversión.

Es importante señalar que el consejo de normas internacionales de contabilidad (IASB) no establece criterios cuantificables para determinar que es una pequeña o mediana empresa, se determinó que no era posible cuantificarlas debido a que las NIIF se utilizan en más de 100 países y en cada uno de ellos se emplean distintos criterios para la clasificación de las empresas. (Guamán, 2010)

## **VARIABLES DE LA INVESTIGACION**

### **Variable independiente**

#### **Costos de comercialización del banano.**

Una variable independiente representa los tratamientos o condiciones que el investigador controla para poder probar sus efectos sobre algún resultado.

Una variable independiente se manipula en el curso de un experimento a fin de entender los efectos de tal manipulación sobre la variable dependiente. (Salkind, 1999)

La independencia de los costos de comercialización de la caja de banano va de acuerdo con los diferentes medios de control aplicados en el negocio y según el manejo de los directivos en el campo agrícola.

## **Variable dependiente**

### **Utilidades.**

Una variable dependiente es la que refleja los resultados de un estudio de investigación, por ejemplo, si medimos la diferencia entre dos grupos de adultos en cuanto a que pueden recordar una serie de 10 dígitos individuales después de un periodo de 5 horas, el número de dígitos recordados será la dependiente.

Podemos pensar en las variables dependientes como los resultados que podrían depender del tratamiento experimental o de lo que el investigador modifica o manipula. (Salkind, 1999)

La dependencia de costos positivos de la comercialización del banano la podemos medir en la obtención de utilidades según la cantidad de producto se comercialice.

## **DEFINICIONES CONCEPTUALES**

### **LOS COSTOS**

En la actualidad los costos se clasifican de la siguiente forma:.

**Manipulación.** - este es un proceso en el que tiene que la mercadería o el producto obligatoriamente ser manipulada para poder realizar la comercialización

Transporte

este es otro de los procesos fundamentales en que el agricultor tiene que realizar inversión, y esto varía

**Pérdidas.** Las pérdidas en las transacciones son frecuentes.

**Almacenamiento.** Este es un costo significativo para muchos productos, en especial cuando hay que realizar un intermediario o se tiene que

almacenar la producción, entonces es necesario tener en cuenta estos costos. . (Shepherd, 2001)

Los impuestos oficiales regulares son requeridos algunas veces cuando los comerciantes necesitan un área de administración

### **Estrategia de producto**

En las estrategias del producto prevalecen las acciones y proceso que se van a desarrollar a lo largo de un periodo de tiempo.

En este sentido, se van a añadir uno o más impuestos o servicios, la forma en que se va a realizar, en su caso, Habrá de resolver si se va a trabajar o no con un producto piloto, o si se va a lanzar primero a pequeña escala y después de expulsar a una escala mayor. ¿Se piensa en un producto único en la escala de productos que se irá ampliando en el futuro?

Todo lo expuesto debe también tener como mira qué es lo que va a ofrecer nuestro producto o servicio de forma diferente a los de la competencia, pues, es obligatorio tener claro por qué razón los clientes van a inclinarse por nuestro producto y no por otro diferente. (pyme.net)

### **Estrategia de precio**

Antes de proyectar y establecer un precio para un producto o servicio determinado es necesario realizar un estudio de aquellos elementos que deben tenerse en cuenta la hora de fijarlo.

Por tanto, para poder continuar en el mercado resulta necesario que los ingresos obtenidos por las ventas, en las que el precio forma una parte esencial, excedan los costes totales de la empresa imputables al producto o servicio de que se trate,

## **Estrategias de distribución**

Para que el producto se venda es necesario que sea de agrado para el consumidor, y esta necesidad, está directamente relacionada con las estrategias de distribución de productos. (pyme.net)

## **Contabilidad De Costos**

Es un sistema de averiguación, con el cual se establecen los costos generados al realizar un proceso de producción y la manera como se genera este en cada una de las actividades en las que se desarrolla la producción.

Se entiende por costo a la suma de la repartición económica en que incurre una persona para la adquisición de un bien o servicio, con la intención de que genere un ingreso a futuro. (Medina, 2007)

## **PRINCIPIOS DE LA CONTABILIDAD DE COSTOS**

Se basa en los principios de las Normas Ecuatorianas de Contabilidad NEC.

cuantifica en términos monetarios los recursos, obligaciones y cambios que se producen.

La contabilidad de costos se encarga de: clasificar, acumular, asignar y controlar todos los elementos que intervienen en el proceso de producción y comercialización.

La información debe ser clasificada y contabilizada en forma regular a fin de que sea fácilmente comprobada.

Los costos de producción deben ajustarse en el periodo que es incurrido, a fin de que no afecte a ejercicios futuros.

## **CICLO DEL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN**

### **1.- financiamiento.**

Captar los recursos financieros para realizar la inversión, que pueda proceder de aportaciones de socios, solicitando crédito bancario a entidades financieras o préstamos a proveedores.

### **2.- inversión.**

Adquisición de maquinarias y camiones necesarios para el proceso de comercialización, instalaciones edificios y bodegas.

### **3.- costos de comercialización.**

Compra de productos culminados, mano de obra y costos indirectos.

### **4.- venta.**

Una vez obtenido el producto se procede a la comercialización y distribución de estos mismos.

## **CLASIFICACION DE LOS COSTOS**

**Según la disminución de actividades:**

**Costos evitables.** - son aquellos plenamente identificables, de modo que, si se elimina el producto, dicho costo se suprime. Ejemplo: el material que se emplea en una línea que será eliminada del mercado.

**Costos inevitables.** - son aquellos que no se suprimen, aunque sea eliminado cualquier departamento en el proceso de comercialización. Ejemplo: si se elimina el departamento de supervisión, el sueldo del gerente de comercialización no se modificará.

### **Según el impacto en la calidad del producto:**

**Costos por evaluación.** - son aquellos que sirven para determinar si los productos cumplen con las especificaciones requeridas.

**Costos por defectos internos.** - son los que se originan por fallas internas en la elaboración del producto, antes de ser entregado al cliente.

**Costos por defectos externos.** - surgen cuando las fallas se detectan después que el producto es entregado al cliente, y que ocasiona inconvenientes tanto al proveedor como al cliente. (LOPEZ, 2010)

### **Fórmulas de costos**

Las fórmulas utilizadas para el cálculo de los costos de comercialización son:

COSTO PRIMO

$CP = MPD + MOD$

COSTO DE COMPRA

$CC = MOD + CIC$

COSTO TOTAL

$CT = MD + MOD + CIC + GASTOS$

## COSTO UNITARIO DE COMERCIALIZACION

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

#### **PRESENTACION DE LA EMPRESA**

##### **MARDIASA S.A.**

Es una empresa dedicada a la exportación de banano que comercializa y produce banano y demás frutas tropicales de una alta calidad

Vía a Samborondón Km 6.5 Samborondón Mirador Oeste

Samborondón – Guayas

**Fecha de Incorporación:** 24 de octubre de 2012.

**Fecha de Actualización de la Compañía:** 21 de febrero de 2018.

##### **Misión**

Ofrecer a los clientes un banano de calidad con las más reconocidas marcas a un precio accesible a mercado



## Visión

Ser un modelo de calidad el cual es exportado a muchos países del mundo y ser reconocidos como la exportadora más importante del mundo.

## Estructura Organizativa. Principales áreas de la Empresa.

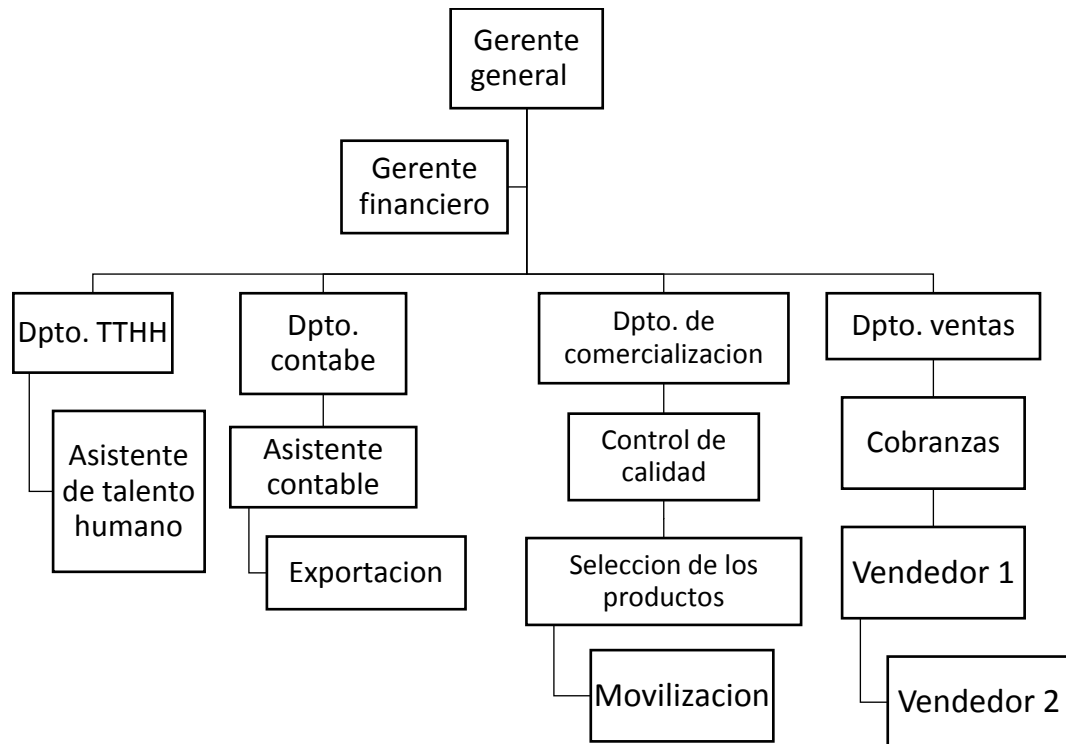


Figure 1 Organigrama organizativa. Adaptado por Sully Castro, 2018

**Total, de Empleados: 11 (2017)**

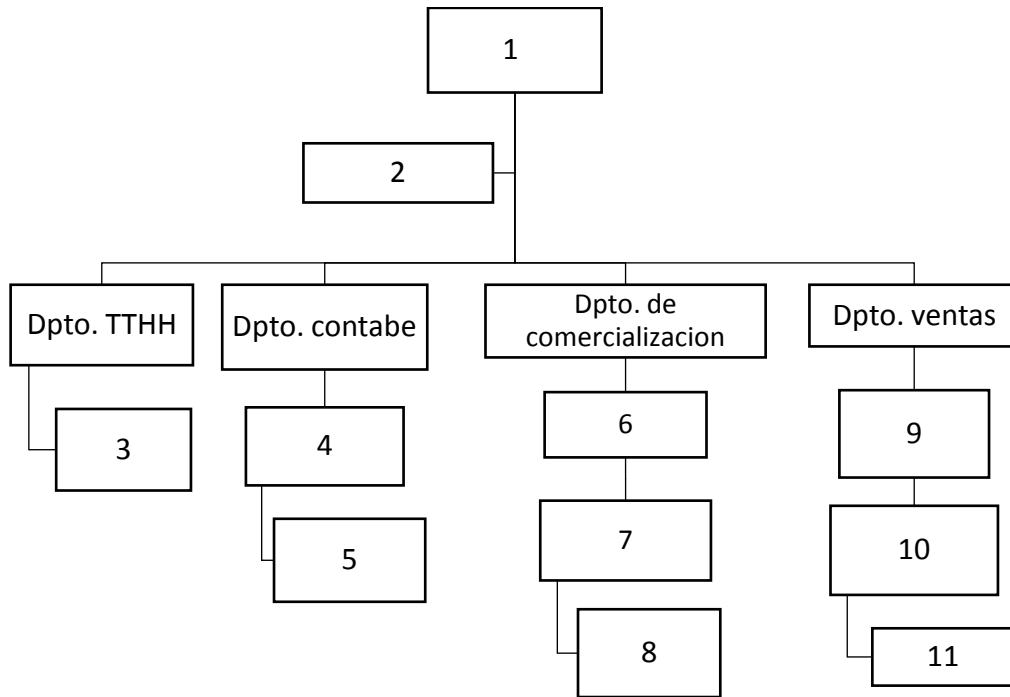


Figure 2 Organigrama total de empleados. Adaptado por Sully Castro, 2018

**Cantidad de trabajadores por categoría ocupacional (Presentar preferentemente en gráfico)**

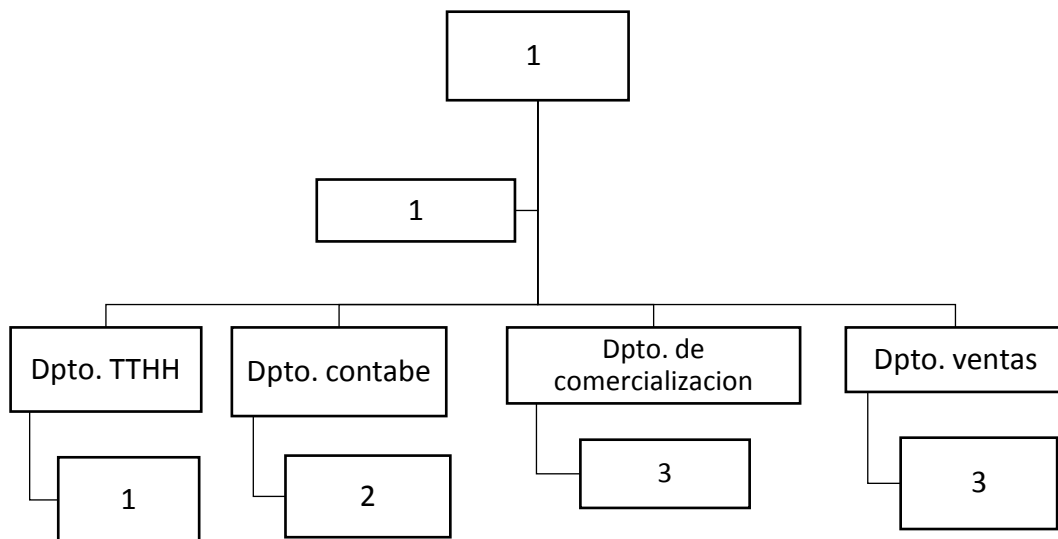


Figure 3 Cantidad de trabajadores por categoría ocupacional. Adaptado por Sully Castro, 2018

### **Clientes, proveedores y competidores más importantes.**

- Unidad Nacional de Almacenamiento EP.
- Unión de bananeros ecuatorianos S.A. UBESA
- Reybanpac rey banano del pacifico.
- Sabrostar fruit company S.A.
- Silver value company S.A. SILVALUE
- Interfuit import & export S.A.
- Tuchok S.A.
- Tropical fruit export S.A.
- Trinyfresh S.A.
- Toty banana S.A. TOTYBAN
- Sumifru ecuador S.A.
- Sanlúcar ecuador S.A.
- Recepcar S.A.

- Predifal Cía. Ltda.
- Obsa oro banana S.A.
- Novamerc S.A.
- Nina bananas S.A.
- Negoplus S.A.
- Nanaban S.A.
- Mendoexport S.A.
- Luderson S.A.
- Lizzard S.A.
- Jomaguexport S.A.
- Jasafrut S.A. (fanalba, 2014)

**Principales productos o servicios:** Comercialización de banano y plátano.

**Análisis económico financiero de periodos anteriores de la empresa a través de indicadores**

**Mardiasa S.A.**  
**Estados de situación financiera**  
Al 31 de diciembre de 2017

Expresados en Dólares de E.U.A.

	<u>Notas</u>	<u>Al 31 de diciembre</u>	
		<u>2017</u>	<u>2016</u>
<b>Activos</b>			
<b>Activos corrientes:</b>			
Efectivo en caja y bancos	(7) US\$	205.729	7.720
Inversiones temporales		-	174.427
Cuentas por cobrar comerciales	(8)	1.226.262	1.178.419
Otras cuentas por cobrar	(9)	338.969	435.468
Inventarios	(10)	146.004	98.806
<b>Total activos corrientes</b>		<b><u>1.916.964</u></b>	<b><u>1.894.840</u></b>
<b>Activos no corrientes:</b>			
Edificio, equipos y vehículos	(11)	300.568	321.718
<b>Total activos no corrientes</b>		<b><u>300.568</u></b>	<b><u>321.718</u></b>
<b>Total activos</b>	US\$	<b><u>2.217.532</u></b>	<b><u>2.216.558</u></b>
<b>Pasivos y patrimonio</b>			
<b>Pasivos corrientes:</b>			
Cuentas por pagar comerciales	(12) US\$	1.798.995	2.059.294
Otras cuentas y gastos por pagar	(13)	956.791	538.887
<b>Total pasivos corrientes</b>		<b><u>2.755.786</u></b>	<b><u>2.598.181</u></b>
<b>Pasivos no corrientes:</b>			
Beneficios a empleados	(14)	19.244	17.668
<b>Total pasivos no corrientes</b>		<b><u>19.244</u></b>	<b><u>17.668</u></b>
<b>Total pasivos</b>		<b><u>2.775.030</u></b>	<b><u>2.615.849</u></b>
<b>Patrimonio neto:</b>			
Capital social		800	800
Reserva legal		2.173	2.173
Resultados acumulados		(560.471)	(402.264)
<b>Total patrimonio</b>		<b><u>(557.498)</u></b>	<b><u>(399.291)</u></b>
<b>Total pasivos y patrimonio</b>	US\$	<b><u>2.217.532</u></b>	<b><u>2.216.558</u></b>

Figure 4 Estados de situación financiera.

**Mardiasa S.A.**  
**Estados de resultados integrales**  
 Por el año terminado el 31 de diciembre de 2017

Expresados en Dólares de E.U.A.

	<u>Notas</u>	<u>Al 31 de diciembre</u>	
		<u>2017</u>	<u>2016</u>
Ingresos por actividades ordinarias	(18) US\$	12.469.085	10.456.275
<b>Costos y gastos:</b>			
Costos de operación		(11.984.263)	(9.688.891)
Gastos administrativos	(20)	(453.686)	(734.871)
Gastos financieros		(5.344)	(11.722)
<b>Total costos y gastos</b>		<u>(12.443.293)</u>	<u>(10.435.484)</u>
<b>Utilidad antes de impuesto a la renta</b>		<b>25.792</b>	<b>20.791</b>
Impuesto a la renta		(183.999)	(147.767)
<b>Pérdida neta</b>	US\$	<u><b>(158.207)</b></u>	<u><b>(126.976)</b></u>

Figure 5 Estados de resultados integrales

**Mardiasa S.A.**

**Notas a los Estados Financieros**

31 de diciembre de 2017

(Expresado en Dólares de los Estados Unidos de América – US\$)

(7) Efectivo en caja y bancos

		<u>2017</u>	<u>2016</u>
Efectivo en caja	US\$	985	3.499
Depósitos en bancos		<u>204.744</u>	<u>4.221</u>
	US\$	<u><u>205.729</u></u>	<u><u>7.720</u></u>

(8) Cuentas por cobrar comerciales

		<u>2017</u>	<u>2016</u>
Exterior		1.632.391	1.626.689
Locales		266.275	-
Estimación para deterioro de clientes		<u>(672.404)</u>	<u>(448.270)</u>
		<u><u>1.226.262</u></u>	<u><u>1.178.419</u></u>

(9) Otras cuentas por cobrar

		<u>2017</u>	<u>2016</u>
Impuestos por recuperar (nota 16)	US\$	173.904	201.090
Ministerio de Comercio Exterior (a)		159.287	159.287
Anticipo a proveedores		1.470	53.007
Productores		162	16.406
Empleados		3.004	4.536
Otros		<u>1.142</u>	<u>1.142</u>
	US\$	<u><u>338.969</u></u>	<u><u>435.468</u></u>

(a) Corresponde a valores por recuperar por concepto de Drawback originado por las exportaciones de banano, de acuerdo con lo dispuesto en la resolución No.

13-2015 emitida por el Comité de Comercio Exterior – COMEX del 20 de marzo de 2015, publicado en el registro oficial 473 del 6 de abril de 2015.

(10) Inventarios

		<u>2017</u>	<u>2016</u>
Materiales de empaque	US\$	48.412	98.806
Inventario en poder de terceros		658	-
Inventario en tránsito		96.934	-
	US\$	<u>146.004</u>	<u>98.806</u>

(11) Edificio, equipos y vehículos

		<u>2017</u>	<u>2016</u>
Edificio	US\$	304.230	304.230
Vehículos		73.474	73.474
Equipos de computación		29.790	17.325
Muebles y equipos de oficina		6.982	5.741
Software de software		2.692	2.692
	US\$	<u>417.168</u>	<u>403.462</u>
Depreciación acumulada		<u>(116.600)</u>	<u>(81.744)</u>
	US\$	<u>300.568</u>	<u>321.718</u>

(12) Cuentas por pagar comerciales

		<u>2017</u>	<u>2016</u>
Proveedores de fruta	US\$	305.309	525.960
Proveedores de materiales y otros		1.493.686	1.533.334
	US\$	<u>1.798.995</u>	<u>2.059.294</u>



(13) Otras cuentas y gastos por pagar

		<u>2017</u>	<u>2016</u>
Acreedores varios (b)	US\$	598.222	340.376
Beneficios a empleados		71.605	118.169
Anticipo de clientes		120.251	15.068
Impuestos por pagar		71.400	19.755
Sobregiro bancario		95.217	-
Materiales en consignación		96	45.519
	US\$	<u>956.791</u>	<u>538.887</u>

(b) En el 2017 corresponde a provisión por compra de fruta a Innovaversa S.A. por US\$598,222.

(14) Beneficios de empleados

		<u>2017</u>	<u>2016</u>
Sueldos y beneficios por pagar	US\$	61.334	112.120
Contribuciones a la seguridad social		5.719	2.380
Participación a trabajadores		4.552	3.669
Indemnización por desahucio		19.244	17.668
	US\$	<u>90.849</u>	<u>135.837</u>
Pasivo corriente	US\$	71.605	118.169
Pasivo no corriente		19.244	17.668
	US\$	<u>90.849</u>	<u>135.837</u>

(18) Ingresos por actividades ordinarias

		<u>2017</u>	<u>2016</u>
Banano	US\$	12.039.860	9.957.634
Servicios y materiales		916	8.197
Otros		428.309	490.444
	US\$	<u>12.469.085</u>	<u>10.456.275</u>

## (20) Gastos administrativos

	<u>2017</u>	<u>2016</u>
Gastos para cuentas incobrables	224.134	327.411
Honorarios profesionales	US\$ 17.479	99.209
Gastos legales	26.278	43.841
Depreciaciones	34.909	43.714
Logística	-	32.787
Impuestos y contribuciones	5.606	18.694
Transporte	1.400	17.429
Servicios básicos	10.662	14.816
Alquiler	8.621	11.933
Mantenimientos y reparaciones	7.669	9.310
Gastos de personal	4.552	3.970
Suministros de oficina	6.440	2.861
Seguros	9.628	-
Otros gastos	96.308	108.896
	US\$ <u>453.686</u>	<u>734.871</u>

La metodología empleada en el proyecto de tesis está considerado el método cuantitativo por qué se va a calcular valores de comercialización del banano, así como el método exploratorio ya que se está indagando los valores referentes y comparables con otras bananeras, así como el método de campo por que se ha realizado la investigación en el sitio de trabajo de las bananeras.

## **DISEÑO DE LA INVESTIGACION**

### **TIPOS DE INVESTIGACION:**

Existen diferentes tipos de investigaciones de las que se proponen las más relevantes en relación con el tema expuesto.

**Descriptiva.** - esta investigación se encarga específicamente de implantar una descripción lo más completa posible de un tema a investigarse, ya sea de un contexto o elemento concreto, sin buscar ni causas ni efectos de este caso.

### **Investigación Histórica.**

Se trata de una búsqueda crítica de la verdad que sustenta los acontecimientos del pasado. Se aplica a todas disciplinas científicas.

### **Investigación Experimental.**

Es la que se presenta mediante la administración de una variable experimental no comprobada. (RAMON, 2006)

## **TECNICA DE INVESTIGACION**

Las técnicas de Investigación son las distintas maneras, formas o procedimientos utilizados por el investigador para recopilar u obtener los datos o la información que requiere. Constituyen el camino hacia el logro de los objetivos planteados para resolver el problema que se investiga. (ARIAS, 2006)

Los instrumentos de Investigación. Para Sabino (2000), son los recursos de que puede valerse el investigador para acercarse a los problemas y fenómenos, y extraer de ellos la información: formularios de papel, aparatos

Mecánicos y electrónicos que se utilizan para recoger datos o información, sobre un problema o fenómeno determinado. Cuestionario, termómetro, escalas. (SABINO, 2000)

La técnica utilizada en el presente proyecto fue la técnica de recolección de datos y el instrumento análisis documental debido a que el tema de tesis es netamente de costos de comercialización y los conocimientos claros al respecto los tiene la gerente financiera de la empresa Mardiasa S.A.

## **PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACION**

### **Recolección de datos:**

Según (Rafael, 1992) son los medios empleados para recopilar información, dentro de esta técnica se presentan varios instrumentos como son: la entrevista, la encuesta, el cuestionario, la observación y el análisis documental.

### **Instrumento de investigación:**

#### **Análisis documental:**

Según (Rafael, 1992) el análisis de documentación es un estudio histórico, evolutivo donde nos otorga un conjunto de operaciones destinadas al objetivo preciso y reciente para facilitar su consulta y conceptualización.

## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

#### Diagnóstico de la situación actual de los costos de comercialización del Banano:

La empresa comercializadora del Banano durante los años 2016 y 2017 presenta los siguientes resultados de los costos de comercialización. (UM: MUSD)

		<u>2017</u>	<u>2016</u>
Compra de fruta	US\$	9.073.868	7.050.993
Material de empaque		2.089.935	1.728.136
Gasto de personal		402.278	456.167
Portuarios		276.062	260.178
Logística		118.232	162.899
Servicios prestados		11.045	15.593
Otros costos		12.843	14.925
	US\$	<u>11.984.263</u>	<u>9.688.891</u>

Figure 6 Diagnóstico de la situación actual de los costos de comercialización

Mediante la nota comparativa de los costos de comercialización 2017 y 2016 se puede observar que la compañía tiene un incremento del 24%, en valores es de \$ 2 295 372.00 USD. en sus operaciones comerciales, teniendo, así como mayor actividad la compra de fruta para la comercialización con un 29%, siendo en valores de \$ 2 022 875.00 USD.

de su incremento del periodo 2016, como costo también se refleja el material de empaque que tiene como incremento el 21%, valorados en \$ 361 799.00 USD. del periodo 2016.

**Causas derivadas de este análisis:**

1. Incremento de las compras debido a las necesidades de los clientes en el mercado internacional.
2. Por ende, el incremento de las compras trae consigo un aumento del material de empaque.
3. A tenor de que hubo un incremento en las compras se observa un ahorro en costos de mano de obra directa de un 12% con respecto al año 2016, representado en valores por \$ 53 889.00 USD. Esto motivado por las políticas de ahorro por las cuales trabaja la empresa.
4. Se aprecia que los servicios prestados también disminuyeron en un 29 % por políticas de ahorro valorados en \$ 4 548.00
5. Favorablemente disminuyeron los otros costos en un 14 % por políticas de ahorro de la empresa, valorados en \$ 2 082.00 USD.

Durante el periodo 2017 el costo para la caja de banano de 43 libras es de \$6.26 dólares comparado con el periodo 2016 que estuvo a \$6.16 dólares, teniendo un aumento del 2% de sus costos en el Ecuador.

**Análisis de los resultados en el Estado de Pérdidas y Ganancias:**

El incremento de los costos de comercialización del Banano ha repercutido en los resultados del EPYG, ya que la empresa ha decaído económicamente desde el 2016 con una pérdida acumulada de \$ 126

976.00 USD. Para el 2017 la pérdida se incrementa en un 25 % que representa en valores un total de \$ 29 231.00 USD.

	<b>Al 31 de diciembre</b>	
	<b>2017</b>	<b>2016</b>
<b>Comparativo</b>		
Pérdida neta	US\$ (158.207)	(126.976)

*Figure 7* Análisis de los resultados en el Estado de Pérdidas y Ganancias

Las compañías dedicadas a esta actividad comercial si debieran de recibir un apoyo del gobierno con la reducción de impuestos en las retenciones, que para este ejercicio representa el 2 % y en valores \$ 62 600.00 para el año 2017 y para el año 2016 en valores \$ 61 600.00. Esto es totalmente desfavorable y aunque se hayan reducidos los costos de los insumos como bajar las tarifas eléctricas gracias a la generación hidroeléctrica y cambiar la matriz productiva a motores generados por esto. Vender reductos a precios preferenciales en Ecuador y con eso las tarifas se reduciría, no se logra la rentabilidad. Si se suman los costos por concepto de pagos de impuestos se obtendrían \$ 124 200.00 que sumándolo a las utilidades acumuladas quedaría una pérdida de \$ 34 007.00, que posiblemente se recupere en el 2018.

## PLAN DE MEJORA

Teniendo como referente la información analizada de este proyecto de investigación previo al título de tecnología proponemos el siguiente plan de mejoras.

¿Qué?	¿Por qué?	¿Quien?	¿Cómo?	¿Cuándo?	¿Cuánto?	¿Dónde?
<b>Potencializar las comercializaciones de la caja del banano</b>	Para mejorar los ingresos y llevar un flujo de efectivo adecuado sin problemas de liquidez	Gerente Financiero	Llevando un control permanente de los embarques	septiembre 2018	\$ 500,00	En las oficinas de la empresa <b>Mardiasa S.A.</b>
<b>Llevar un control de manera individual y general del costo de comercialización de la caja del banano</b>	Para mejorar el control interno de la compañía y así la eficiencia de los empleados	Gerente Financiero	Contratación de personal idóneo	septiembre 2018	\$ 450,00	En las oficinas de la empresa <b>Mardiasa S.A.</b>
<b>Capacitación continua al personal de campo y de oficina para unificar conocimientos y costos.</b>	Para que los empleados tengan un mejor conocimiento de sus actividades	Gerencia Financiero	Realizando gestión ante los propietarios de la compañía	septiembre 2018	\$ 1.000	En las oficinas de la empresa <b>Mardiasa S.A.</b>



## CONCLUSIONES

La investigación realizada en la empresa comercializadora del banano “MARDIASA” del cantón de Guayaquil arroja las siguientes conclusiones:

1. Al inicio de la investigación se fundamenta desde la teoría los aspectos esenciales de las variables de investigación visto a través de los costos de comercialización del banano y las utilidades, se conceptualizaron los referentes necesarios para comprender el origen y evolución de estos aspectos para luego aplicarlos en el análisis e interpretación de los resultados.
2. El diagnóstico actual realizado a los costos de comercialización del banano y a las utilidades demuestra que la empresa realiza las ventas aplicando políticas de ahorro de los costos y gastos, pero a pesar de vender y tener buena aceptación en el mercado internacional sus utilidades son pérdidas realizadas, cuya causa principal es los altos volúmenes de pagos por impuestos al Servicio de Rentas Internas del Ecuador.
3. La propuesta de mejoras presenta un plan de acciones para mejorar la situación actual de los costos de comercialización y de ahí mejorar las utilidades en el año 2018.

## **RECOMENDACIONES**

En correspondencia con las conclusiones de presentan las siguientes recomendaciones:

1. Implementar la propuesta de mejorar para lograr resultados satisfactorios en períodos futuros.
2. Proponer al Servicios de Rentas Interna del Ecuador una disminución de los porcentos por conceptos de pagos de impuestos.
3. Realizar un análisis comparativo de los años 2014 y 2015 para estudiar la incidencia de los costos de comercialización y su incidencia en las utilidades.
4. Reelaborar un plan de ahorro de gastos para seguir disminuyendo los costos y los gastos.

## Bibliografía

- (s.f.). Obtenido de [www.aebe.com.ec/Desktop.aspx?Id=8](http://www.aebe.com.ec/Desktop.aspx?Id=8)
- Alvarado, P., & Calle, M. (2011). <http://cdjbv.ucuenca.edu.ec>. Recuperado el 20 de 06 de 2018, de <http://cdjbv.ucuenca.edu.ec>: <http://cdjbv.ucuenca.edu.ec/ebooks/tcon558.pdf>
- ARIAS, F. G. (2006). eEL PROYECTO DE INVESTIGACION 6ta EDICION. CARACAS: EPISTEME.
- Asamblea, N. (29 de 09 de 2011).  
<http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec048es.pdf>.  
Obtenido de  
<http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec048es.pdf>:  
<http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec048es.pdf>
- banano, C. 1. (29 de 12 de 2010). <https://vlex.ec/vid/codificacion-13-ley-regula-643461201>. Recuperado el 21 de 06 de 2018, de <https://vlex.ec/vid/codificacion-13-ley-regula-643461201>:  
<https://vlex.ec/vid/codificacion-13-ley-regula-643461201>
- BERNAL, C. A. (2010). METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION 3ra EDICION. COLOMBIA: Printed in Colombia.
- boletin de comercio exterior 2015. (s.f.). Obtenido de [www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/01/BoletinDiciembre14-final.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/01/BoletinDiciembre14-final.pdf)
- Carrera, E. (2012). <http://dspace.ups.edu.ec>. Recuperado el 20 de junio de 2018, de <http://dspace.ups.edu.ec>:  
<http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/2796/1/UPS-CT02459.pdf>
- Carrera, M. N., & Villafuerte, T. R. (02 de 2018).  
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/27036/1/MODELO-DE-COSTOS-EN-PRODUCCI%C3%93N-DE-BANANO-PARA->

TORCHUSA-S.A.-ARIAS-CARRERA-V%C3%89LZ-VLLAFERTE.pdf. Recuperado el 21 de 06 de 2018, de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/27036/1/MODELO-DE-COSTOS-EN-PRODUCCI%C3%93N-DE-BANANO-PARA-TORCHUSA-S.A.-ARIAS-CARRERA-V%C3%89LZ-VLLAFERTE.pdf>:  
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/27036/1/MODELO-DE-COSTOS-EN-PRODUCCI%C3%93N-DE-BANANO-PARA-TORCHUSA-S.A.-ARIAS-CARRERA-V%C3%89LZ-VLLAFERTE.pdf>

Chang, L. A. (s.f.). LA CONTABILIDAD DE COSTOS. Obtenido de <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no60/costos.pdf>:  
<https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no60/costos.pdf>

comercio, e. (13 de 07 de 2011). Listo decreto para reglamento que regula la actividad bananera. Listo decreto para reglamento que regula la actividad bananera.

Diario el tiempo, d. C. (01 de 12 de 2017). Productores de banano piden reformas de ley. Empresarial.

ecuador costa aventura. (s.f.). Obtenido de [ecuadorcostaaventura.com/productos.html](http://ecuadorcostaaventura.com/productos.html)

ecuador, e. e. (s.f.). Obtenido de [xportacionseimportacions.blogspot.com](http://xportacionseimportacions.blogspot.com)

el periodico instantaneo del ecuador 2015. (16 de 05 de 2015). Obtenido de [www.proecuador.gob.ec/compradores/oferta-exportable/banano/](http://www.proecuador.gob.ec/compradores/oferta-exportable/banano/)

Enrique, J. (1974).

[http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/tesis/1501-1049\\_SternJE.pdf](http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/tesis/1501-1049_SternJE.pdf). Obtenido de [http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/tesis/1501-1049\\_SternJE.pdf](http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/tesis/1501-1049_SternJE.pdf)

1049\_SternJE.pdf:

<http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/tesis/1501->

1049\_SternJE.pdf

fanalba. (2014). <http://fanalba.com/es/>. Obtenido de <http://fanalba.com/es/>:

<http://fanalba.com/es/>

FERNANDEZ, G. F. (2012). EVOLUCION EN LOS MODELOS DE  
COMERCIALIZACION. LUCE BLOG DANDO LUZ A LAS IDEAS.

Giovanny, G. (08 de 2012). HISTORIA DE LOS COSTOS EN

CONTABILIDAD. CHICAGO. Obtenido de

<https://selvioguzmannegociosen.blogspot.com/2014/11/mercadeo-origen-historia-y-evolucion.html>:

<https://selvioguzmannegociosen.blogspot.com/2014/11/mercadeo-origen-historia-y-evolucion.html>

Gomez, G. (11 de 09 de 2002). [https://www.gestiopolis.com/historia-](https://www.gestiopolis.com/historia-costos-contabilidad/)

costos-contabilidad/. Obtenido de

<https://www.gestiopolis.com/historia-costos-contabilidad/>:

<https://www.gestiopolis.com/historia-costos-contabilidad/>

Guamán, D. (2010).

[http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1452/1/tcon415](http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1452/1/tcon415.pdf)  
.pdf. Obtenido de

[http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1452/1/tcon415](http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1452/1/tcon415.pdf)  
.pdf:

[http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1452/1/tcon415](http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1452/1/tcon415.pdf)  
.pdf

Guzman Maldonado, L. A. (enero de 2014). <https://www.google.com.ec>.

Recuperado el 21 de 06 de 2018, de <https://www.google.com.ec>:

[https://www.google.com.ec/?gws\\_rd=ssl#q=la+mano+de+obra+directa+pdf](https://www.google.com.ec/?gws_rd=ssl#q=la+mano+de+obra+directa+pdf)

- Jalil, C. (20 de 10 de 2009). la comercializacion del banano ecuatoriano.  
la comercializacion del banano ecuatoriano.
- Ley de Regimen Tributario Interno art 27. (s.f.).
- LOPEZ, E. L. (2010). CONTABILIDAD DE COSTOS SEPTIMA EDICION.  
MILAGRO: LOPEZ.
- M2M. (2015). Mercadeo: Origen y Evolución. Revista M2M, La comunidad  
de mercadeo mas importante de colombia.
- Marlene, D. T. (2011).  
<http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/1567/1/T-UTC-2125.pdf>. Obtenido de  
<http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/1567/1/T-UTC-2125.pdf>: <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/1567/1/T-UTC-2125.pdf>
- Marriaga, A. B. (2014).  
[http://misanotacionescontables.blogspot.com/2009/01/formulas-de-costos\\_27.html](http://misanotacionescontables.blogspot.com/2009/01/formulas-de-costos_27.html). Recuperado el 22 de 06 de 2018, de  
[http://misanotacionescontables.blogspot.com/2009/01/formulas-de-costos\\_27.html](http://misanotacionescontables.blogspot.com/2009/01/formulas-de-costos_27.html):  
[http://misanotacionescontables.blogspot.com/2009/01/formulas-de-costos\\_27.html](http://misanotacionescontables.blogspot.com/2009/01/formulas-de-costos_27.html)
- Martha, D. t. (01 de 2013).  
<http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/1567/1/T-UTC-2125.pdf>. Recuperado el 21 de 06 de 2018, de  
<http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/1567/1/T-UTC-2125.pdf>: <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/1567/1/T-UTC-2125.pdf>
- MEDINA, A. (16 de 12 de 2014). La importancia que el mercado tenía en el siglo XX, la tiene ahora el consumidor”. (MASMOVILIDAD, Entrevistador)

- Medina, R. A. (2007). SISTEMAS DE COSTOS un proceso para su implementacion. COLOMBIA: Universidad Nacional de Colombia. Recuperado el 21 de 06 de 2018, de <http://www.bdigital.unal.edu.co/12101/1/ricardorojasmedina.2014.pdf>:  
<http://www.bdigital.unal.edu.co/12101/1/ricardorojasmedina.2014.pdf>
- Montoya, L., Portilla, L., & Fernandez, S. (2010). <https://dialnet.unirioja.es>. Recuperado el 21 de 06 de 2018, de <https://dialnet.unirioja.es/download/articulo/4541515.pdf>:  
<https://dialnet.unirioja.es/download/articulo/4541515.pdf>
- Morillo, M. (2011). <http://www.saber.ula.ve/>. Recuperado el 21 de 06 de 2018, de <https://www.google.com.ec>: <https://www.google.com.ec>
- Normas. (s.f.). [www.nicniif.org/home/normas/niif-para-las-pymes.html](http://www.nicniif.org/home/normas/niif-para-las-pymes.html).  
Obtenido de [www.nicniif.org/home/normas/niif-para-las-pymes.html](http://www.nicniif.org/home/normas/niif-para-las-pymes.html):  
[www.nicniif.org/home/normas/niif-para-las-pymes.html](http://www.nicniif.org/home/normas/niif-para-las-pymes.html)
- PILAR BAPTISTA, R. H. (2010). METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION. MEXICO. Recuperado el 31 de 07 de 2018, de <https://psicologiaymente.com/miscelanea/tipos-de-investigacion>:  
<https://psicologiaymente.com/miscelanea/tipos-de-investigacion>
- proecuador. (s.f.). Obtenido de [www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/09/PROEC\\_AS2013\\_BANANO.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/09/PROEC_AS2013_BANANO.pdf)
- Proecuador. (s.f.). Obtenido de [www.proecuador.gob.ec/compradores/oferta-exportable/banano/](http://www.proecuador.gob.ec/compradores/oferta-exportable/banano/)
- pyme.net, E. (s.f.). Comercializacion. pyme.net, Emprende, pyme.net, Emprende. Recuperado el 21 de 06 de 2018, de <https://www.emprendepyme.net/comercializacion>:  
<https://www.emprendepyme.net/comercializacion>

- Rafael, R. P. (1992). Analisis documental. Obtenido de <http://www.mdp.edu.ar/humanidades/documentacion/licad/archivos/modulos/proces/archivos/bibliografia/procesamiento/Eje1/P006.pdf>
- RAMON, R. L. (2006). HISTORIA Y EVOLUCIÓN DEL PENSAMIENTO CIENTÍFICO. MEXICO.
- Reveles, R. (2004). <https://www.cucea.udg.mx/>. Recuperado el 21 de 06 de 2018, de [https://www.cucea.udg.mx/include/publicaciones\\_drupal/pdfs/costos1.pdf](https://www.cucea.udg.mx/include/publicaciones_drupal/pdfs/costos1.pdf): [https://www.cucea.udg.mx/include/publicaciones\\_drupal/pdfs/costos1.pdf](https://www.cucea.udg.mx/include/publicaciones_drupal/pdfs/costos1.pdf)
- Rumiguano, D. (2015). Contabilidad de costos para la Empresa Casa Deportiva “Jordaisma” en la actividad económica de confección de ropa deportiva en el cantón Quinsaloma, provincia Los Rios, año 2014. Guaranda, Bolívar, Ecuador: s/e.
- SABINO, C. (2000). EL PROCESO DE INVESTIGACION. CARACAS.
- Salkind, N. J. (1999). Metodos de Investigacion. En N. J. Salkind, Metodos de Investigacion 3ra edicion (pág. 25). mexico.
- Salvador, S. R. (2016). [http://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/UAC/782/3/Sonia\\_Tesis\\_bachiller\\_2016.pdf](http://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/UAC/782/3/Sonia_Tesis_bachiller_2016.pdf). Obtenido de [http://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/UAC/782/3/Sonia\\_Tesis\\_bachiller\\_2016.pdf](http://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/UAC/782/3/Sonia_Tesis_bachiller_2016.pdf): [http://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/UAC/782/3/Sonia\\_Tesis\\_bachiller\\_2016.pdf](http://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/UAC/782/3/Sonia_Tesis_bachiller_2016.pdf)
- Santiago David Muñoz Rivadeneira, C. A. (s.f.). <https://www.dspace.espol.edu.ec/.../IMPORTACION%20COMERCIALIZACION%20...> Obtenido de <https://www.dspace.espol.edu.ec/.../IMPORTACION%20COMERCIALIZACION%20...>



ALIZACION%20...:

<https://www.dspace.espol.edu.ec/.../IMPORTACION%20COMERCIALIZACION%20...>

sector bananero. (s.f.). Obtenido de

C:/Users/Contabilidad/Downloads/4%20SRI%20OFRECE%20CALCULADORA%20TRIBUTARIA%20%20PARA%20SECTOR%20BANANERO%20.pdf

Shepherd, A. W. (1995). Costos del dinero invertido. Guía para el Calculo de los costos de comercialización. Obtenido de

<http://www.fao.org/docrep/u8770s/U8770S02.htm#P%C3%A9rdidas%20de%20productos>:

<http://www.fao.org/docrep/u8770s/U8770S02.htm#P%C3%A9rdidas%20de%20productos>

Shepherd, A. W. (2001).

<http://www.fao.org/docrep/005/x8826s/x8826s08.htm>. Obtenido de Servicio de Mercadeo y Finanzas Rurales:

<http://www.fao.org/docrep/005/x8826s/x8826s08.htm>

Stalin, A. L. (04 de 2016).

<http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/3481/1/T-UTC-00758.pdf>. Recuperado el 21 de 06 de 2018, de

<http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/3481/1/T-UTC-00758.pdf>: <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/3481/1/T-UTC-00758.pdf>

Sucre, J. (2011). <http://www.monografias.com/>. Recuperado el 21 de 06 de 2018, de <http://www.monografias.com/>:

<http://www.monografias.com/trabajos82/conceptos-basicos-costos-produccion/conceptos-basicos-costos-produccion2.shtml>

Ucsg. (5 de 05 de 2016). Análisis del impacto de la carga de impuestos versus los ingresos de la empresa productora bananera banalcar

s.a de la ciudad de Guayaquil. Obtenido de  
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/1537>

Ulv. (s.f.). Análisis del impacto económico en el sector bananero de la provincia del Guayas por las obligaciones tributarias: impuesto a la renta y ley de fomento ambiental y optimización de ingresos del estado. Obtenido de  
[repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/298/1/T-ULVR-0284.pdf](http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/298/1/T-ULVR-0284.pdf)

Universidad Carlos III de Madrid. (2010). <http://ocw.uc3m.es>. Recuperado el 21 de 06 de 2018, de <http://ocw.uc3m.es/ingenieria-quimica/quimica-ii/material-de-clase-1/MC-F-005.pdf>

Universidad EAFIT. (28 de octubre de 2008). <http://www.eafit.edu.co>. Recuperado el 20 de junio de 2018, de <http://www.eafit.edu.co/escuelas/administracion/consultorio-contable/Documents/boletines/costos-presupuesto/b13.pdf>

Vasquez, R. (2013). <http://fcasua.contad.unam.mx/>. Recuperado el 21 de 06 de 2018, de <http://fcasua.contad.unam.mx/apuntes/interiores/docs/98/4/costos.pdf>

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO  
DE TECNOLOGÍA**

**Certificación de la aceptación del tutor**

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

**CERTIFICO:**


Que he analizado el proyecto de investigación con el tema: **“Análisis del impacto económico de los costos de comercialización de la empresa bananera “MARDIASA S.A.” del cantón Guayaquil en el periodo 2017”**

Presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

**TECNÓLOGO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

El problema de investigación se refiere a: ¿Cómo inciden los costos de comercialización del banano de la empresa MARDIASA S.A. en las utilidades del Año 2017?

El mismo que considero debe ser aprobado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema:

  
**Egresada:**  
Sully Castro Cabrera

  
**Tutor:**  
MSC. Adolfo Carreño Acosta

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

Yo, Castro Cabrera Sully Stefania en calidad de autor(a) con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación Análisis del impacto económico de los costos de comercialización de la empresa bananera Mardiasa S.A. de los cantos Guayaquil en el periodo 2017, de la modalidad de semipresencial realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de Tecnología en 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.

Sully Castro Cabrera

Nombre y Apellidos del Autor

Sully Castro

Firma

No. de cedula: 0916154867





Factura: 001-003-000037336



20180901043D01247

**DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20180901043D01247**

Ante mí, NOTARIO(A) SUPLENTE ROSA BEATRIZ ROSADO BRAVO de la NOTARÍA CUADRAGÉSIMA TERCERA EN RAZÓN DE LA ACCIÓN DE PERSONAL 08375-DP09-2018-SJ, comparece(n) SULLY STEFANIA CASTRO CABRERA portador(a) de CÉDULA 0916154867 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil SOLTERO(A), domiciliado(a) en GUAYAQUIL, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de PETICIONARIO(A); quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJO DE TITULACIÓN, 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 todo 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 20 DE AGOSTO DEL 2018, (10:22).



*Sully Castro C.*  
SULLY STEFANIA CASTRO CABRERA  
CÉDULA: 0916154867

*Rosa Beatriz Rosado Bravo*

NOTARIO(A) SUPLENTE ROSA BEATRIZ ROSADO BRAVO  
NOTARÍA CUADRAGÉSIMA TERCERA DEL CANTÓN GUAYAQUIL  
AP: 08375-DP09-2018-SJ



## CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD

Número único de identificación: 0916154867

Nombres del ciudadano: CASTRO CABRERA SULLY STEFANIA

Condición del cedulado: CIUDADANO

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

Fecha de nacimiento: 26 DE NOVIEMBRE DE 1990

Nacionalidad: ECUATORIANA

Sexo: MUJER

Instrucción: BACHILLERATO

Profesión: ESTUDIANTE

Estado Civil: SOLTERO

Cónyuge: No Registra

Fecha de Matrimonio: No Registra

Nombres del padre: CASTRO SANCHEZ JUBIL ADALBERTO

Nombres de la madre: CABRERA MENDEZ NELLY ARACELY

Fecha de expedición: 4 DE MAYO DE 2018

Información certificada a la fecha: 20 DE AGOSTO DE 2018

Emisor: VERONICA MARICELA RUIZ BEDOYA - GUAYAS-GUAYAQUIL-NT 43 - GUAYAS -  
GUAYAQUIL



Sully Castro C.

de certificado: 187-147-61822



187-147-61822

Ing. Jorge Troya Fuertes

Director General del Registro Civil, Identificación y Cedulación

Documento firmado electrónicamente



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

091615486-7

**CEDULA DE CIUDADANIA**  
 APELLIDOS Y NOMBRES  
**CASTRO CABRERA SULLY STEFANIA**  
 LUGAR DE NACIMIENTO  
**GUAYAS**  
**GUAYAQUIL**  
**BOLIVAR /SAGRARIO/**  
 FECHA DE NACIMIENTO **1990-11-26**  
 NACIONALIDAD **ECUATORIANA**  
 SEXO **MUJER**  
 ESTADO CIVIL **SOLTERO**




INSTRUCCIÓN **BACHILLERATO** PROFESIÓN / OCUPACIÓN **ESTUDIANTE**  
 APELLIDOS Y NOMBRES DEL PADRE **CASTRO SANCHEZ JUBIL ADALBERTO**  
 APELLIDOS Y NOMBRES DE LA MADRE **CABRERA MENDEZ NELLY ARACELY**  
 LUGAR Y FECHA DE EXPEDICIÓN  
**GUAYAQUIL**  
**2016-05-04**  
 FECHA DE EXPIRACION  
**2028-05-04**

V3343V1242

*Sully Castro C.*




**CERTIFICADO DE VOTACION**  
**4 DE FEBRERO 2018**

082  
 CANTÓN

082 - 212  
 NÚMERO

0916154867  
 CEDULA

**CASTRO CABRERA SULLY STEFANIA**  
 APELLIDOS Y NOMBRES

GUAYAS  
 PROVINCIA  
 GUAYAQUIL  
 CANTÓN  
 TARQUI  
 PARROQUIA

CIRCUNSCRIPCIÓN:  
 ZONA: 1




**REFERENDUM Y CONSULTA POPULAR 2018**

*Sully Castro C.*

**FIEL COPIA DEL ORIGINAL**  
**NOTARIA CUADRAGESIMA TERCERA**  
**Ab. Rosa Beatriz Rosado Bravo**  
**NOTARIA SULENTE**

Ab. Rosa Beatriz Rosado Bravo  
 NOTARIA SUPLENTE



## 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.

Luis Alberto Akater



Luis Alberto Akater

Nombre y Apellidos del Colaborador  
CEGESCYT

Firma