

# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO



## FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

### MAESTRÍA EN CONTABILIDAD

---

**Tema:** LOS COSTOS DE ACTIVACIÓN DEL INVENTARIO DE MERCADERÍAS Y LAS DECISIONES GERENCIALES EN LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS DEDICADAS A LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO EN LA CIUDAD DE AMBATO

---

Trabajo de Titulación previo a la obtención del Grado Académico de Magíster en  
Contabilidad Mención Costos

Modalidad de titulación Proyecto de Investigación y Desarrollo

**Autor:** Ingeniero Moisés Gustavo López Carrillo

**Director:** Ingeniero Carlos Alfonso Ramírez Lafuente Magíster

Ambato – Ecuador

2021

## **APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

A la Unidad Académica de Titulación de la Facultad de Contabilidad y Auditoría

El Tribunal receptor de la Defensa del Trabajo de Titulación presidido por la Doctora Alexandra Tatiana Valle Álvarez Magíster, e integrado por los señores: Doctor Mario Alberto Moreno Mejía Magíster e Ingeniera Daniela Judith Bermúdez Santana, Magíster, designados por la Unidad Académica de Titulación de la Universidad Técnica de Ambato, para receptor el Trabajo de Titulación con el tema: “LOS COSTOS DE ACTIVACIÓN DEL INVENTARIO DE MERCADERÍAS Y LAS DECISIONES GERENCIALES EN LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS DEDICADAS A LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS MASIVOS EN AMBATO”, elaborado y presentado por el señor Ingeniero Moisés Gustavo López Carrillo, para optar por el Grado Académico de Magíster en Contabilidad Mención Costos; una vez escuchada la defensa oral del Trabajo de Titulación el Tribunal aprueba y remite el trabajo para uso y custodia en las bibliotecas de la Universidad Técnica de Ambato.

-----  
Dra. Alexandra Tatiana Valle Álvarez Mg.  
**Presidente y Miembro del Tribunal de Defensa**

-----  
Dr. Mario Alberto Moreno Mejía Mg.  
**Miembro del Tribunal de Defensa**

-----  
Ing. Daniela Judith Bermúdez Santana, Mg.  
**Miembro del Tribunal de Defensa**

## **AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

La responsabilidad de las opiniones, comentarios y críticas emitidas en el Trabajo de Titulación, presentado con el tema: LOS COSTOS DE ACTIVACIÓN DEL INVENTARIO DE MERCADERÍAS Y LAS DECISIONES GERENCIALES EN LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS DEDICADAS A LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO EN LA CIUDAD DE AMBATO le corresponde exclusivamente a: Ingeniero Moisés Gustavo López Carrillo, autor bajo la Dirección Ingeniero Carlos Alfonso Ramírez Lafuente Magíster, Director del Trabajo de Titulación; y el patrimonio intelectual a la Universidad Técnica de Ambato.

-----  
Ing. Moisés Gustavo López Carrillo

**AUTOR**

-----  
Ing. Carlos Alfonso Ramírez Lafuente Mg.

**DIRECTOR**

## **DERECHOS DE AUTOR**

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que el Trabajo de Titulación, sirva como un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los Derechos de mi Trabajo de Titulación, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este, dentro de las regulaciones de la Universidad.

-----  
Ing. Moisés Gustavo López Carrillo

c.c. 1804092532

## ÍNDICE GENERAL

### Contenido

PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN .....	iii
AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN .....	iii
DERECHOS DE AUTOR.....	iv
ÍNDICE DE TABLAS .....	vii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	viii
AGRADECIMIENTO.....	ix
DEDICATORIA .....	x
RESUMEN EJECUTIVO .....	xii
EXECUTIVE SUMMARY.....	xiii
INTRODUCCIÓN .....	1
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>2</b>
<b>PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>2</b>
1.1. Tema de investigación.....	2
1.2. Planteamiento del problema.....	2
1.2.1 Contextualización .....	2
1.2.2 Análisis crítico .....	8
1.2.3 Prognosis .....	9
1.2.4 Formulación de problema.....	10
1.2.5 Preguntas directrices.....	10
1.2.6 Delimitación .....	10
1.3. Justificación.....	11
1.4. Objetivos .....	12
1.4.1 Objetivo general .....	12
1.4.2 Objetivos específicos .....	12
<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>13</b>
<b>MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>13</b>
2.1. Antecedentes investigativos .....	13
2.2. Fundamentación filosófica .....	14
2.3. Fundamentación legal .....	15

2.4. Categorías fundamentales .....	20
2.5. Señalamiento de las Variables .....	29
<b>CAPÍTULO III</b> .....	<b>30</b>
<b>METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>30</b>
3.1. Enfoque de la investigación .....	30
3.2. Modalidad básica de investigación .....	30
3.3. Nivel o tipo de investigación.....	32
3.4. Población y muestra .....	33
3.5. Operacionalización de las variables .....	37
3.6. Recolección de datos.....	39
<b>CAPÍTULO IV</b> .....	<b>40</b>
<b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS</b> .....	<b>40</b>
4.1. Análisis e interpretación.....	40
4.1.1. Costos de adquisición.....	41
4.1.2 Cálculo de ratios financieros.....	52
4.1.3 Determinación de los factores de asignación e inductores del costo .....	60
4.2. Comprobación de hipótesis .....	71
4.3. Tabla de contingencia .....	72
<b>CAPÍTULO V</b> .....	<b>74</b>
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b> .....	<b>74</b>
5.1. Conclusiones .....	74
5.2. Recomendaciones.....	75
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	<b>79</b>
<b>ANEXOS</b> .....	<b>85</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

	<b>Pág.</b>
Tabla 1: Clasificación de PYMES según Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (SCVSE).....	3
Tabla 2: Clasificación de PYMES según Servicio de Rentas Internas (SRI) .....	3
Tabla 3: Directorio de empresas y establecimientos.....	4
Tabla 4: Empresas por cada 10.000 habitantes .....	6
Tabla 5: Actividades económicas que aportan al Estado .....	7
Tabla 6: Características de la Investigación Cuantitativa .....	15
Tabla 7: Empresas del sector comercial de Ambato – Población .....	33
Tabla 8: Muestra estratificada por conglomerados .....	34
Tabla 9: Empresas seleccionadas .....	35
Tabla 10: Variable independiente: Activación de Inventarios .....	37
Tabla 11: Variable Dependiente: Decisiones Gerenciales .....	38
Tabla 12: Desarrollo del cálculo del método Minoristas, bajo NIIF Pymes Sección 13.....	42
Tabla 13: Impuestos, VNR y Precio de venta estimado.....	45
Tabla 14: Determinación del costo .....	48
Tabla 15: Determinación del VNR .....	50
Tabla 16: Determinación de la desvalorización .....	51
Tabla 17: Indicadores Contribuyentes especiales .....	53
Tabla 18: Indicadores de personas jurídicas o sociedades .....	57
Tabla 19: Indicadores de personas jurídicas o sociedades .....	60
Tabla 20: Tabla de Contingencia .....	72

## ÍNDICE DE FIGURAS

	<b>Pág.</b>
Figura 1: Árbol de Problemas .....	8
Figura 2: Variables dependiente e independiente .....	20
Figura 3: Subordinación Variable Independiente .....	21
Figura 4: Subordinación Variable Dependiente .....	22
Figura 5: Método de minoristas .....	44
Figura 6: Inductores del costo en Activació del inventario Empresas de consumo masivo .....	61
Figura 7: Chi Cuadrado-Campana de Gauss .....	73



## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por las oportunidades diarias de un nuevo comienzo para vivir y ser mejor cada día.

A mi madre, mis hermanos, mi esposa, mi hija y sobrinos, por el ese pilar firme en quien me apoyo cada vez que siento no poder.

A la Universidad Técnica de Ambato por abrirme sus puertas y ser esa institución a la cual respeto.

A la Facultad de Contabilidad y Auditoría por ser aquella que marcó mi futuro y me dio el conocimiento para cumplir con ética y responsabilidad mi profesión a la cual amo.

Moisés.

## **DEDICATORIA**

A mi madre, mis hermanos, mi esposa, mi hija y sobrinos, que amo con todo mi corazón, por ser el apoyo incondicional para lograr alcanzar mis objetivos profesionales y personales.

Moisés.

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**  
**MAESTRÍA EN CONTABILIDAD**

**TEMA:**

LOS COSTOS DE ACTIVACIÓN DEL INVENTARIO DE MERCADERÍAS Y LAS DECISIONES GERENCIALES EN LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS DEDICADAS A LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO EN LA CIUDAD DE AMBATO.

**AUTOR:** Ingeniero Moisés Gustavo López Carrillo

**DIRECTOR:** Ingeniero Carlos Alfonso Ramírez Lafuente Magíster

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:** Contabilidad, Finanzas, Costo y Gastos

**FECHA:** 27 abril de 2021

**RESUMEN EJECUTIVO**

La presente investigación tiene el propósito de examinar la activación del inventario y las decisiones contables en las empresas dedicadas a la comercialización de productos de consumo masivo del cantón Ambato, entre los años 2018-2019, a fin de lograr reportar una utilidad financiera real a través del análisis de cada uno de los productos que generan mayor rotación en el mercado, los mismos que se identifican en base a una investigación in situ sobre el comportamiento de los consumidores y sus preferencias al comprar.

Para determinar el número y características de las instituciones sobre las cuales se realiza el estudio, se trabajó con una población de 1356 personas naturales y jurídicas dedicadas a la comercialización de productos de consumo masivo, de las cuales se obtuvo una muestra de 300 entidades seleccionadas en base a la técnica de muestreo estratificado por conglomerados, el instrumento de recolección de información consistió en un check list, sobre los estados financieros de los años 2018 y 2019 en los cuales, se aplicaron indicadores financieros y de gestión, además, se efectuó un

levantamiento de datos de los principales productos que expenden las entidades para aplicar un modelo de lote económico, el mismo que toma los costos del producto y los costos de activación de cada producto en el inventario entre los que están el transporte, almacenamiento y los impuestos no recuperables.

Se concluye que las entidades no revelan ni contabilizan los costos que condicionan el precio de venta de los productos, ésta información está sustentada en base al cálculo del Valor Neto de Realización (VNR), desarrollado con el objetivo de valorar el inventario conforme a las necesidades de las empresas de consumo masivo relacionadas a la reducción de las pérdidas, por otra parte se detectó que la gestión de las empresas muestra un mayor déficit en comparación al manejo financiero, dicho problema está estrechamente relacionado con los inductores del costo que afectan directamente al costo de ventas y utilidad.

**Descriptor:** Cost driver, Costo de inventario, Costo de venta, Decisiones gerenciales, Inductores del costo, NIIF pymes, Rotación del inventario, Valor neto de realización, Valoración del inventario.

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**  
**MAESTRÍA EN CONTABILIDAD**

**THEME:**

THE COSTS OF ACTIVATION OF THE INVENTORY OF MERCHANDISE AND THE MANAGERIAL DECISIONS IN SMALL AND MEDIUM COMPANIES DEDICATED TO THE COMMERCIALIZATION OF PRODUCTS OF MASSIVE CONSUMPTION IN THE CITY OF AMBATO.

**AUTHOR:** Ingeniero Moisés Gustavo López Carrillo

**DIRECTOR:** Ingeniero Carlos Alfonso Ramírez Lafuente Magíster

**LINE OF RESEARCH:** Accounting, Finance, Cost and Expenses

**DATE:** April 21, 2021

**EXECUTIVE SUMMARY**

The present research has the purpose of examining the inventory activation and accounting decisions in companies dedicated to the commercialization of mass consumption products in the Ambato canton, between the years 2018-2019, in order to achieve reporting a real financial profit through the analysis of each of the products that generate greater rotation in the market, the same ones that are identified based on an in situ investigation on the behavior of consumers and their preferences when buying.

In order to determine the number and characteristics of the institutions on which the study was conducted, we worked with a population of 1356 natural and legal persons dedicated to the commercialization of mass consumption products, from which we obtained a sample of 300 entities selected based on the technique of stratified sampling by conglomerates, the information collection instrument consisted of a check list, on the financial statements of the years 2018 and 2019 in which, financial and management indicators were applied, in addition, a data collection of the main

products sold by the entities was carried out to apply an economic lot model, the same that takes the product costs and the activation costs of each product in the inventory among which are transportation, storage and non-recoverable taxes.

It is concluded that the entities do not disclose or account for the costs that condition the selling price of the products, this information is supported based on the calculation of the Net Realization Value (NRV), developed with the objective of valuing the inventory according to the needs of mass consumption companies related to the reduction of losses, on the other hand it was detected that the management of the companies shows a greater deficit compared to the financial management, this problem is closely related to the cost drivers that directly affect the cost of sales and profit.

**Keywords:** Cost driver, Cost of inventory, Cost of sale, Cost drivers, IFRS SMEs, Inventory valuation, Inventory turnover, Management decisions, Net realization value.

## INTRODUCCIÓN

El inventario es un listado ordenado y valorado de los productos de la entidad, por tanto, ayuda a la empresa al aprovisionamiento de sus almacenes y bienes ayudando al proceso comercial o productivo, y favoreciendo con todo ello la puesta a disposición del producto al cliente. La aplicación y desarrollo de los inventarios de la empresa hay una serie de variables que afectan a la toma de decisiones dentro de la gestión del inventario. Las empresas deben tomar en cuenta este proceso de inventariar, desde la función del aprovisionamiento hasta la de distribución del producto, para llevar a cabo una correcta gestión del inventario.

En el **Capítulo I**, Se encuentra el tema de la investigación, planteamiento del problema, contextualización, árbol de problemas, análisis crítico, pronosis, formulación del problema, preguntas directrices, delimitación de la investigación, justificación y objetivos.

En el **Capítulo II**, constan los antecedentes de la investigación, fundamentaciones, categorías fundamentales, hipótesis, señalamiento de variables.

En el **Capítulo III**, se encuentra el enfoque de la investigación, modalidad básica de la investigación, nivel o tipo de investigación, población y muestra, operacionalización de variables, plan de recolección de la información y plan de procesamiento de la información.

En el **Capítulo IV**, se establece las instituciones a analizar, herramientas financieras, cálculo de indicadores, análisis e interpretación de los resultados y la comprobación de hipótesis.

En el **Capítulo V**, se encuentran las conclusiones y recomendaciones a las que se llegaron con el desarrollo del trabajo de investigación.

# CAPÍTULO I

## EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

### 1.1. Tema de investigación

“Los costos de activación del inventario de mercaderías y las decisiones gerenciales en las pequeñas y medianas empresas dedicadas a la comercialización de productos de consumo masivo en la ciudad de Ambato”

### 1.2. Planteamiento del problema

#### 1.2.1 Contextualización

- **Contexto macro**

El hacer mención de micro, pequeñas y medianas empresas es algo muy habitual en la actualidad, la mayoría de los gobiernos definen a estas como importantes para el desarrollo de la economía.

Es necesario mencionar al programa estadístico comunitario de la Comunidad Andina de Naciones (CAN), mediante decisión 488, define los preceptos básicos para elaborar las estadísticas comunitarias de las Pequeñas y Medianas empresas (PYMES), como menciona en la (Cámara de Comercio de Quito Boletín, 2017), este sistema estadístico establece que las PYMES, comprenden todas las empresas legalmente constituidas, mantengan registros contables y estén comprendidas dentro de los parámetros establecidos en el artículo 3 de la decisión 702.

Revisando la legislación ecuatoriana se puede encontrar artículos que explican acerca de la clasificación de las PYMES, tipificados en los artículos 53 donde señalan la definición y clasificación de las MIPYMES, y el artículo 56 en donde se señala el Registro Único de las Micro, Pequeña y Mediana empresas (MIPYMES), del (Código Orgánico de la Producción, Comercio Inversiones COPCI, 2016), para determinar su clasificación y organismos de control.

Por otra parte la Súper Intendencia de Compañías, Valores y Seguros del Ecuador (SCVSE), adopta las definiciones emitidas por él (Código Orgánico de la Producción, Comercio Inversiones COPCI, 2016), donde se ordena las compañías en base al tamaño.



En la última resolución emitida por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros del Ecuador, el 13 de Septiembre de 2019, expide él (Instructivo para la aplicación de las Normas Internacionales de Información Financiera "NIIF" completas y de la Norma Internacional de Información Financiera para Pequeñas y Medianas Entidades (NIIF para las PYMES), 2019).

Se entenderán Pequeñas y Medianas Entidades (PYMES), las compañías que cumplan las siguientes condiciones:

**Tabla 1:** Clasificación de PYMES según Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (SCVSE)

a) Monto de activos inferiores a CUATRO MILLONES DE DOLARES
b) Registren un valor bruto en ventas anuales de HASTA CINCO MILLONES DE DOLARES; y,
c) Tengan menos de 200 trabajadores (personal ocupado). Para este cálculo se tomará el promedio anual ponderado.

**Fuente:** (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2019)

Por otra parte, el Servicio de Rentas Internas (SRI), toma como referencia al (Reglamento de Inversiones del Código Orgánico de la Producción, 2018), en el cual según el Art. 106 que señala la clasificación de las PYMES, de la siguiente manera:

**Tabla 2:** Clasificación de PYMES según Servicio de Rentas Internas (SRI)

Clasificación	Trabajadores	Ventas anuales (USD)
Microempresa	1 – 9	Igual o menores a \$300.000
Pequeña empresa	10 – 49	Entre 300.001 a 1'000.000
Mediana empresa	50 – 199	Entre \$1'000.001 y 5'000.000

**Fuente:** (Reglamento de Inversiones del Código Orgánico de la Producción, 2018)

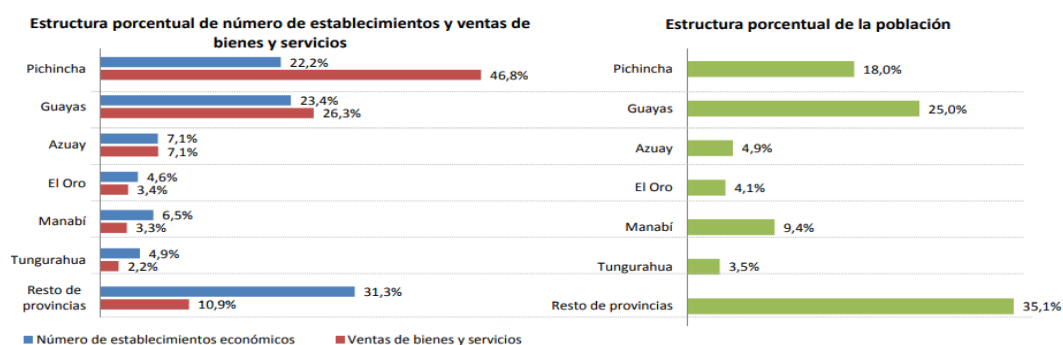
En el Ecuador para el año 2016 se registraron 843.745 empresas, todas divididas en 19 actividades económicas como el comercio, agricultura, transporte, entre otras. Dentro del estudio realizado por (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), 2017) recopilando información del Servicio de Rentas Internas (SRI), El Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) y el Ministerio de Educación (MINEDUC)

de acuerdo a su tamaño el 90,5% de estas son microempresas, es decir, que sus ventas anuales son menores a 100 mil dólares, sus empleados comprenden entre uno hasta nueve; de la misma manera la pequeña empresa representa el 7,5% del total, sus ventas anuales están comprendidas entre \$ 100.001 a \$ 1'000.000 de dólares, su personal de trabajo está entre 10 a 49 empleados, siendo esta la distribución empresarial del tamaño total de las empresas registradas.

A nivel nacional existen varias empresas dedicadas a la comercialización de productos de consumo masivo, según el Ranking Empresarial (EKOS, 2019), se puede mencionar que Corporación Favorita C.A., lidera el mercado, le sigue en el cuarto lugar se encuentra la Corporación el Rosado S.A., Las Tiendas Industriales Asociadas TIA S.A., en el puesto número once, y en el puesto cuarenta y tres se encuentra Mega Santamaría S.A., entre otras, estas empresas cuentan con una estructura física que permite ofrecer sus productos a nivel nacional, y sobre todo se encuentra en lugares accesibles para el alcance de los usuarios, estas empresas captan la mayor parte del volumen de ventas, además brindan oportunidades laborales a una gran parte de la sociedad.

Para el reconocimiento de los costos que se generan en este tipo de empresas, donde su actividad económica principal es la venta de productos de consumo masivo requiere de una técnica y procedimiento, que permita identificar a cada uno de estos, de esta forma se debe tomar en cuenta los desembolsos que genera hasta llegar al consumidor.

**Tabla 3:** Directorio de empresas y establecimientos



**Elaborado por:** (Directorio de empresas y establecimientos 2018, 2019)

En las provincias donde existe mayor concentración de establecimientos económicos es en la provincia de Pichincha y Guayas, en estas provincias se concentra un 45 % de establecimientos económicos a nivel nacional, de la misma manera su volumen de ventas representa el 72% a referencia de las provincias restantes, las empresas orientadas a prestar este tipo de servicios, tienen convenios y aliados estratégicos para poder ofrecer otro tipo de productos, entre los más solicitados podemos mencionar los productos para el hogar, suministros para la oficina, entre otros.

- **Contexto meso**

En la provincia de Tungurahua, es reconocida por muchos como una de las provincias generadora de empleo en las actividades económicas del comercio formal, la construcción, la fabricación de calzado, entre otras, las mismas que requieren la contratación de mano de obra, insumos, generando riqueza en la provincia, como menciona (El Comercio, 2018).

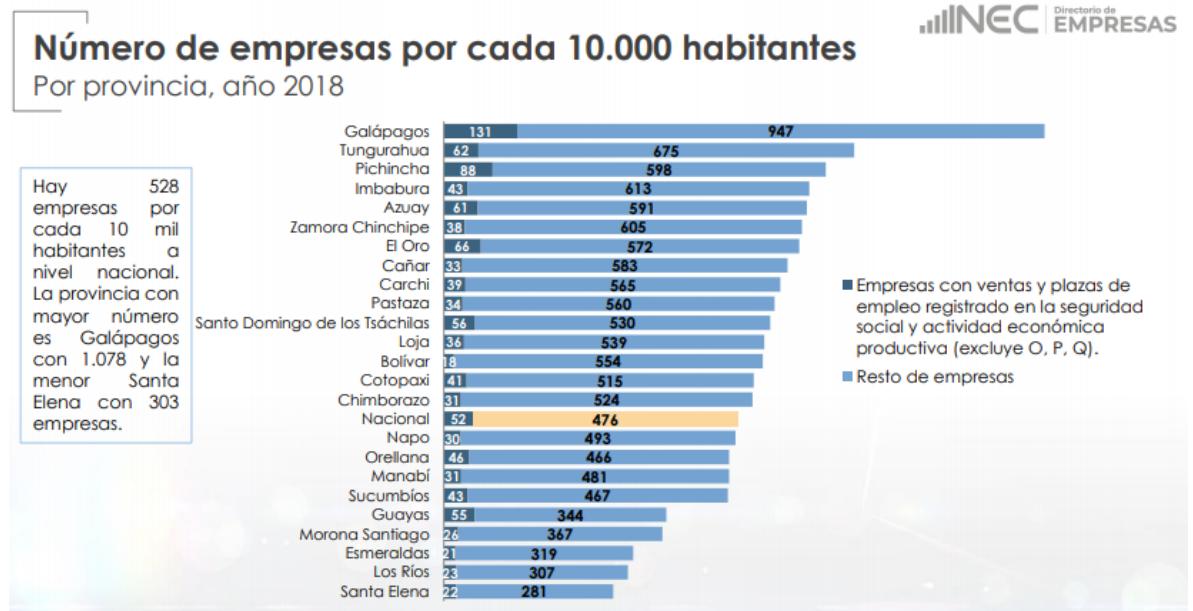
En los últimos años en la provincia de Tungurahua, se han constituido varias empresas que han dado inicio a su actividad económica a través de la generación del Registro Único de Contribuyentes (RUC), en el SRI, en el cual reposa todos los datos acerca de las empresas que se han formado en distintos sectores económicos, como es el caso de las empresas dedicadas a la distribución de productos de consumo masivo. La inversión de estas empresas proviene de fuentes familiares, o unipersonales, poniendo gran parte de su patrimonio en este tipo de negocios, no obstante, a pesar de tener una competencia marcada por las grandes corporaciones, su lucha por permanecer en el mercado es continua para generar utilidad, estableciendo estrategias que permita estar al nivel de la competencia.

El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC (2017), la provincia de Tungurahua reporta 62.900 empresas y emprendimientos familiares y personales constituidos legalmente.

A nivel poblacional, la provincia de Tungurahua, se encuentra situado en los primeros lugares en el tema de emprendimiento a nivel nacional, personas que arriesgan su patrimonio para generar utilidades económicas y generar empleo. Sin

embargo, la provincia que reporta más empresas es la provincia de Galápagos, como lo podemos observar en la siguiente tabla:

**Tabla 4:** Empresas por cada 10.000 habitantes



**Fuente:** (Directorio de empresas y establecimientos 2018, 2019)

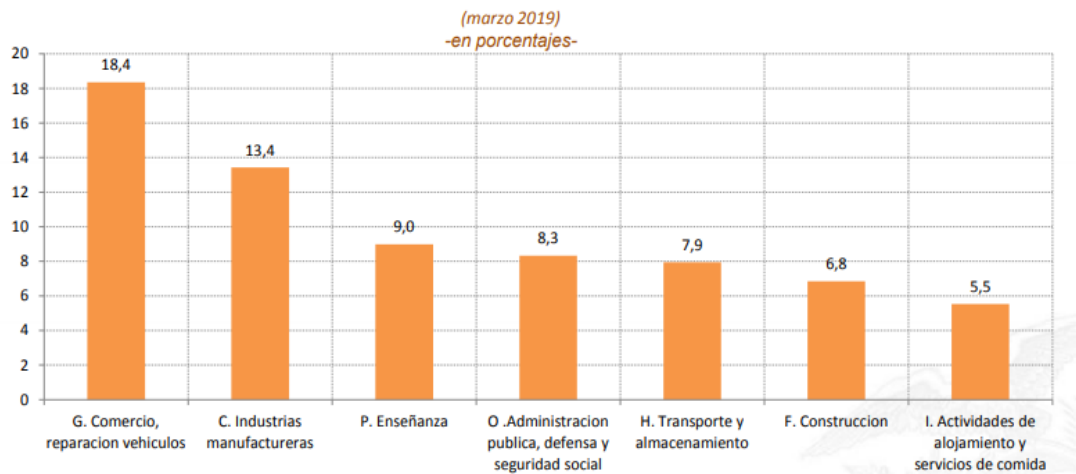
- **Contexto micro**

El sector económico dedicado a la compra y venta de productos de consumo masivo en la ciudad de Ambato, se puede constatar que existen ciertas ventajas para el desarrollo de su actividad económica, una de estas es el estar ubicada geográficamente en el centro del país, lo que permite que las distancias entre los productores a nivel nacional resulte más cortas, logrando así disponer a su debido tiempo de los productos que tienen mayor rotación, manteniendo un stock estable en cada una de sus bodegas.

De la misma manera, también existen desventajas dentro de este sector económico, la competencia a nivel local y nacional, está marcada por las corporaciones que con el pasar del tiempo posicionar su nombre comercial, sin embargo, eso no ha impedido que se sigan creando varias empresas con este tipo de actividades, por el contrario, esto ha generado que las PYMES, busquen alternativas de optimizar sus recursos, para ser la primera alternativa del cliente.

Es necesario señalar que en la ciudad de Ambato las empresas contribuyen con un valor considerable de impuestos que forman parte del presupuesto nacional, es decir, el comercio es la actividad que más aporta en valores de impuestos, como lo podemos observar en la siguiente tabla:

**Tabla 5:** Actividades económicas que aportan al Estado



**Fuente:** (Banco Central del Ecuador, 2019)

Dentro de todas las empresas, la contabilidad es indispensable, debido a que estas permiten identificar la naturaleza de cada cuenta contable para su registro, reconoce y diferencia los gastos con los costos permitiendo realizar análisis gerenciales para la toma de decisiones, de este modo llegamos al resultado que toda empresa desea el cual es obtener un margen de utilidad que brinde satisfacción a los propietarios de las PYMES.

Dentro de las normativas contables se debe establecer la clasificación y activación de inventarios, como señala las NIIF para PYMES, en la sección 12, de esta manera permita identificar los costos y gastos en una empresa comercial, para la activación del inventario, permitiendo presentar y revelar inventarios en los estados financieros.

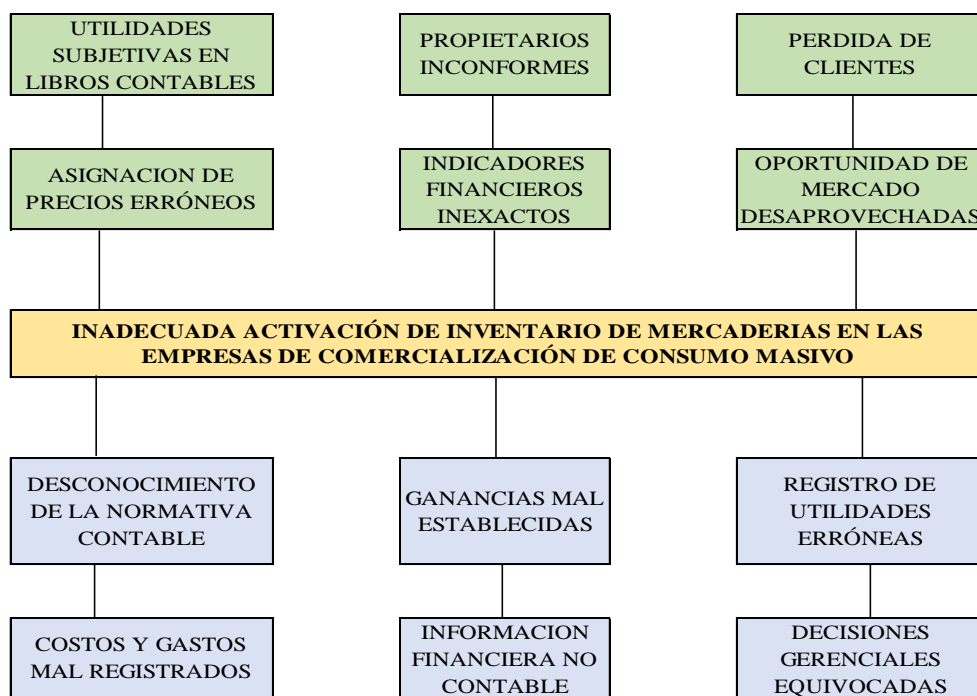
La mayoría de PYMES dedicadas a la comercialización de productos de consumo masivo no conocen su estructura de costos (costo de ventas), su estructura contable, su situación financiera, entre otros factores, generando varias complicaciones al momento de tomar decisiones, como es la aplicación de estrategias dirigidas al precio

de venta, a las decisiones de adquisición de productos mediante transporte propio o privado, a las estrategias de promociones, etc.

Actualmente, estas PYMES comerciales se encuentran en plena transformación, sus clientes cada vez están más informados acerca de la variedad de productos, de las marcas, en donde el cliente exige tiempo de entrega, servicio, calidad y precio. Por ello, los gerentes tienen que aplicar nuevas estrategias, conocer los movimientos contables, reconocer los elementos del costo, capacitar al personal, prestar atención a los cambios en los patrones de consumo del cliente.

### 1.2.2 Análisis crítico

**Figura 1:** Árbol de Problemas



*Nota.* La figura representa la problemática de este sector económico.

Las empresas en la ciudad de Ambato dedicadas a la comercialización de productos de consumo masivo, ha presentado reiterativamente que una de sus falencias constantes es la activación del inventario dentro de su contabilidad, ocasionando que su precio de venta no sea el más accesible al consumidor final, de la misma manera el registro e identificación de sus costos y gastos no se lo establece de manera

correcta, ocasionando que los informes gerenciales no brinde un panorama amplio y claro para la toma de decisiones.

Los resultados finales de cada uno de los ejercicios contables, resultan ser irreales, debido a que, al no aplicar la normativa contable para registrar los costos y gastos, que se van generando a medida que se realiza la actividad económica. De esta manera al momento de aplicar indicadores financieros generan resultados totalmente diferentes a la realidad de la empresa, de este modo se genera inconformidad de los propietarios.

En este tipo de empresas se debe aprovechar las oportunidades que brinda el mercado, como son los productos por temporada donde su demanda es más de lo común, en estos casos no se aplica el reconocimiento de costos y gastos para la activación del inventario perdiendo competitividad en el mercado debido a que sus precios de venta al público no van acorde a la competencia provocando que los clientes acudan a otro establecimiento.

Enfocado en esta perspectiva, la presente investigación se enfoca en la correcta aplicación de la normativa contable para la asignación y registro de los costos y gastos en cada uno de los productos, partiendo de la premisa que estas empresas al no ser productores, no pueden controlar el costo del producto, pero si controlan las negociaciones directas con los productores por compras al por mayor, considerando el valor del dinero en el tiempo, manejo correcto de los estados financieros para la aplicación de indicadores. Por otra parte, se puede manejar el precio sugerido al consumidor final acorde con lo estipulado en la ley de regulación de precios, con la finalidad de que permita generar mayor utilidad.

### **1.2.3 Prognosis**

En las empresas dedicadas a la compra y venta de productos de consumo masivo, al no desarrollar una identificación correcta de sus costos para realizar su registro, al finalizar el periodo contable cuando generan sus estados financieros estos podrían no serán confiables, ocasionando que al realizar la aplicación de instrumentos financieros las cuales permite tomar decisiones y establecer estrategias no brindará una información real puesto que no se aplicó la normativa contable para la activación

de activos en la empresa. Los precios de venta que se pueda sugerir no tendrán concordancia con la realidad del mercado, lo cual podría no permitirle conocer la situación real de la empresa.

Desde otra perspectiva, estas empresas no aprovechan todos los recursos y sistemas disponibles, perdiendo competitividad, cediendo mercado a las grandes corporaciones, de tal manera que en el transcurrir de los años este tipo de empresa podrían desaparecer progresivamente, ocasionando la venta o liquidación de las mismas para recuperar en parte su capital invertido.

De la misma manera si las PYMES continúan en el mismo proceso de activación del inventario contable que han venido realizando durante muchos años, sin tomar en cuenta la normativa, lo más probable es que todas estas decisiones financieras sean erróneas y generen resultados económicos negativos, perdiendo liquidez y posiblemente disminuyendo su flujo de efectivo que permita pagar las obligaciones con el estado, proveedores y personal de la empresa.

#### **1.2.4 Formulación de problema**

¿En que influye la correcta activación del inventario para la presentación Estados Financieros con utilidades subjetivas en las empresas dedicadas a la distribución de productos de consumo masivo, en la ciudad de Ambato, en el año 2018-2019?

#### **1.2.5 Preguntas directrices**

¿Cómo influye el desconocimiento de la normativa contable al realizar la activación del inventario, en el momento de determinar el precio de venta que ofertan a los consumidores finales?

¿La información financiera generada en las empresas reflejan indicadores financieros reales que satisfagan a los propietarios de las mismas?

¿La correcta distribución de los costos y gastos, permiten a las empresas aprovechar las oportunidades de mercado?

#### **1.2.6 Delimitación**

- **Campo:** Contabilidad
- **Área:** Contabilidad Financiera



- **Aspecto:** Sistema de costos
- **Temporal:** Se realizará la investigación del periodo contable 2018
- **Espacial:** Se realizará a las empresas dedicadas a la distribución de productos de primera necesidad o consumo masivo, de la ciudad de Ambato.

### **1.3. Justificación**

La importancia del presente trabajo investigativo radica en la correcta aplicación de la normativa contable, como es el caso del registro de los costos y gastos en el momento de realizar la adquisición de productos de consumo masivo en las empresas pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Ambato. Los resultados obtenidos permitirán llevar un mayor control contable, una mejor activación del inventario, de tal manera que permita reflejar los estados financieros reales que generan dichas empresas. Por otra parte, la correcta aplicación en la asignación y distribución de los costos, permitirá ofrecer precios de venta que resulten más competitivos.

El desarrollo de este proyecto, es de utilidad para estas empresas del sector de consumo masivo, debido a que las pequeñas empresas pueden asociar sus resultados con los de la investigación, generando mayores beneficios económicos.

Al contar con un adecuado control de los costos, las PYMES podrán visualizar nuevos mercados para ofrecer sus productos, mejorando su posicionamiento en el mercado.

Finalmente, este proyecto justifica su factibilidad, debido a que se dispone el acceso a la información de empresas dedicadas a esta actividad, existe fuentes de información por medio de las entidades públicas de control, de la misma manera se dispone de recursos tecnológicos, económicos para el normal desarrollo de la investigación.

## **1.4. Objetivos**

### **Objetivo general**

Examinar la activación del inventario y las decisiones contables en las empresas dedicadas a la comercialización de productos de consumo masivo del cantón Ambato, en el año 2018-2019, reportando una utilidad financiera real, por medio de un análisis a cada uno de los productos que generan mayor rotación.

### **Objetivos específicos**

- Revelar los costos de adquisición en la activación del inventario que condicionan el precio de venta de los productos de consumo masivo al por mayor, estableciendo la aplicación general de cada uno de ellos, en las empresas del año 2018-2019.
- Definir los ratios financieros que identifica la capacidad financiera, para las decisiones contables, aprovechando las oportunidades del mercado por medio de la rotación de los productos más representativos, definiendo una situación financiera real de las empresas, en el año 2018-2019.
- Determinar los factores de asignación e inductores del costo para la activación del inventario que repercute en la información financiera real de las empresas en la ciudad de Ambato en el año 2018-2019.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. Antecedentes Investigativos**

En la mayoría de grandes empresas distribuidoras de productos de consumo masivo, han logrado controlar las problemáticas producidas por la falta de aplicación de una correcta asignación de costos para determinar el precio de venta al público.

Al realizar una revisión y análisis de varios trabajos investigativos referentes al tema, se encuentra necesario mencionar que existe una problemática la cual amerita un estudio profundo, de esta manera plantear interrogantes y poder determinar una alternativa coherente apegada a la realidad, de la misma manera al aplicar el método de análisis y el deductivo. A nivel global existen trabajos investigativos similares realizados en diferentes países y autores de los cuales se extraen algunos de ellos para hacer referencia a cada variable por tal razón, es necesario el apoyo del criterio de los siguientes casos y el cálculo depende de la investigación:

Basado en Durán, (2012), señala que para optimizar las utilidades en las empresas, se debe administrar de forma óptima el inventario, de acuerdo a la demanda de los artículos, proporcionando medidas de control para determinar la cantidad de existencias, a mantener en beneficio de la rentabilidad sinónimo de utilidad de las empresas analizadas, por lo que se concluye que:

Se debe tomar en cuenta los factores que intervienen para administrar un inventario, manejando políticas adecuadas, los problemas que se generan en el manejo del inventario son atribuibles a la ineficiencia gerencial.

Por otra parte, un estudio realizado por Choy (2012), con el objetivo de proporcionar información para la aplicación y determinación de los costos en empresas dedicadas a la prestación de servicios, indica que las empresas dedicadas a la prestación de servicios poseen características particulares que condicionan su gestión, debido a que los procedimientos dependen del tipo de activos, ésta situación se encuentra estrechamente relacionada con las entidades que se dedican a la comercialización de productos pues existen elementos como el transporte, salud, educación, gastronomía, servicios profesionales, entre otros.

## **2.2. Fundamentación filosófica**

El paradigma de esta investigación es positivista, ya que se enfoca en cómo establecer la alternativa de solución y aplicar la más adecuada para no dejar de lado la correcta asignación de costos indirectos en los productos de consumo masivo.

Según (Guadarrama, 2009), “La investigación científica es un proceso de ejercicio del pensamiento humano que implica la descripción de aquella porción de la realidad que es objeto de estudio, la explicación de las causas que determinan las particularidades de su desarrollo, la aproximación predictiva del desenvolvimiento de los fenómenos estudiados, la valoración de las implicaciones ontológicas de los mismos, así como la justificación o no de su análisis. Es por tanto un acto creativo y constructor de una nueva realidad que anteriormente no tenía existencia propiamente dicha, al menos en la forma en que emerge de las manos de su creador, es decir, el investigador. Por tal motivo para emprender la labor investigativa se presupone partir de determinadas premisas filosóficas y epistemológicas que faciliten la justa comprensión de la tarea que se ejecuta con todos sus riesgos, potencialidades, obstáculos, méritos, logros, etc.”.

La presente investigación se fundamenta en la normativa del paradigma cuantitativo, el mismo que se basa en datos cuantitativos, dado que por medio de esta evidenciaremos la conducta humana que se basa en descripciones para determinar sus tendencias, y reafirmar el problema de investigación proporcionando nueva información y características que permitan el buen desarrollo de la investigación.

Por otra parte, se aplicó la investigación cuantitativa, que permite medir la recopilación de datos, la cual nos permita asignar números a objetos, eventos de acuerdo a ciertos parámetros.

Según (Monje, 2011), donde manifiesta que la investigación cuantitativa se inspira en el positivismo. Este enfoque investigativo plantea la unidad de la ciencia, es decir, la utilización de una metodología única que es la misma de las ciencias exactas y naturales. Ha llevado a algunos investigadores de las ciencias sociales a tomar como punto de referencia los métodos de investigación de las ciencias naturales y a trasladarlos mecánicamente al

estudio de lo social. Su propósito es buscar explicación a los fenómenos estableciendo regularidades en los mismos, es decir, hallar leyes generales que explican el comportamiento social. Con esta finalidad la ciencia debe valerse exclusivamente de la observación directa, de la comprobación y de la experiencia. El conocimiento debe fundarse en el análisis de los hechos reales, de los cuales debe realizar una descripción lo más neutra, lo más objetiva y lo más completa posible.

En base a esta definición pretendemos brindar una explicación real desde una perspectiva externa y objetiva, permitiendo que exista una claridad entre todos los elementos que conforman y son parte del problema, estableciendo la relación que existe entre todos los elementos. Parte de las características de este tipo de investigación son las siguientes:

**Tabla 6:** Características de la Investigación Cuantitativa

Más propio de las ciencias naturales
Privilegia técnicas cuantitativas
Realidad repetible
Busca causas de los hechos que estudia
Medición controlada
Enfoque universalista
Perspectiva desde afuera
Orientado a la comprobación inferencias replicables de Hipótesis

**Fuente:** Elaboración propia

### 2.3. Fundamentación legal

Para la presente investigación recopilara algunas alternativas de fundamentación legal, que permita dirigir esta investigación bajo parámetros legales.

El 14 de diciembre del 2015, se expidió el Decreto Único Reglamentario 2420, dentro del cual se establece el marco técnico normativo para las empresas pertenecientes al grupo 2 (PYMES) y que, por ende, deben aplicar las NIIF para Pymes. Es necesario mencionar que en el año 2020 se está realizando el análisis sobre la segunda revisión integral de la Norma NIIF para las PYMES, que tiene

como fecha máxima para emitir comentarios o sugerencias hasta el 27 de octubre de 2020.

Esta investigación se relaciona con las 35 secciones de (NIIF para PYMES, 2009), dentro de estas mencionaremos las más relevantes para este trabajo de investigación:

Sección 1, Pequeñas y medianas entidades. Se pretende que la NIIF para las PYMES se utilice por las pequeñas y medianas entidades. Esta sección describe las características de las PYMES.

Las pequeñas y medianas entidades son entidades que; no tienen obligación pública de rendir cuentas, y publican estados financieros con propósito de información general para usuarios externos. Son ejemplos de usuarios externos los propietarios que no están implicados en la gestión del negocio, los acreedores actuales o potenciales y las agencias de calificación crediticia.

Una entidad tiene obligación pública de rendir cuentas sí: sus instrumentos de deuda o de patrimonio se negocian en un mercado público o están en proceso de emitir estos instrumentos para negociarse en un mercado público (ya sea una bolsa de valores nacional o extranjera, o un mercado fuera de la bolsa de valores, incluyendo mercados locales o regionales), o 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 intermediarios de bolsa, los fondos de inversión y los bancos de inversión.

Sección 2, Esta sección describe el objetivo de los estados financieros de las pequeñas y medianas entidades (PYMES) y las cualidades que hacen que la información de los estados financieros de las PYMES sea útil. También establece los conceptos y principios básicos subyacentes a los estados financieros de las PYMES.

El objetivo de los estados financieros de una pequeña o mediana entidad es proporcionar información sobre la situación financiera, el rendimiento y los flujos de efectivo de la entidad que sea útil para la toma de decisiones económicas de una amplia gama de usuarios que no están en condiciones de exigir informes a la medida de sus necesidades específicas de información.

Los estados financieros también muestran los resultados de la administración llevada a cabo por la gerencia: dan cuenta de la responsabilidad en la gestión de los recursos confiados a la misma

La información proporcionada en los estados financieros debe presentarse de modo que sea comprensible para los usuarios que tienen un conocimiento razonable de las actividades económicas y empresariales y de la contabilidad, así como voluntad para estudiar la información con diligencia razonable. Sin embargo, la necesidad de comprensibilidad no permite omitir información relevante por el mero hecho de que ésta pueda ser demasiado difícil de comprender para determinados usuarios.

La información proporcionada en los estados financieros debe ser relevante para las necesidades de toma de decisiones de los usuarios. La información tiene la calidad de relevancia cuando puede ejercer influencia sobre las decisiones económicas de quienes la utilizan, ayudándoles a evaluar sucesos pasados, presentes o futuros, o bien a confirmar o corregir evaluaciones realizadas con anterioridad.

La información proporcionada en los estados financieros debe ser relevante para las necesidades de toma de decisiones de los usuarios. La información tiene la calidad de relevancia cuando puede ejercer influencia sobre las decisiones económicas de quienes la utilizan, ayudándoles a evaluar sucesos pasados, presentes o futuros, o bien a confirmar o corregir evaluaciones realizadas con anterioridad.

Sección 10, Políticas contables, estimaciones y errores. Esta sección proporciona una guía para la selección y aplicación de las políticas contables que se usan en la preparación de estados financieros. También abarca los cambios en las estimaciones contables y correcciones de errores en estados financieros de periodos anteriores.

Son políticas contables los principios, bases, convenciones, reglas y procedimientos específicos adoptados por una entidad al preparar y presentar estados financieros.

Si esta NIIF trata específicamente una transacción u otro suceso o condición, una entidad aplicará esta NIIF. Sin embargo, la entidad no necesitará seguir un requerimiento de esta NIIF, si el efecto de hacerlo no fuera material.

Al realizar los juicios descritos en el párrafo 10.4, la gerencia se referirá a las siguientes fuentes y considerará su aplicabilidad en orden descendente: requerimientos y guías establecidos en esta NIIF que traten cuestiones similares y relacionadas, y definiciones, criterios de reconocimiento y conceptos de medición para activos, pasivos, ingresos y gastos, y los principios generales en la sección 2 conceptos y principios generales.

Al realizar los juicios descritos en el párrafo 10.4, la gerencia puede también considerar los requerimientos y las guías en las NIIF completas que traten cuestiones similares y relacionadas.

Una entidad seleccionará y aplicará sus políticas contables de manera uniforme para transacciones, otros hechos y condiciones que sean similares, a menos que esta NIIF requiera o permita específicamente establecer categorías de partidas para las cuales podría ser apropiado aplicar diferentes políticas. Si esta NIIF requiere o permite establecer esas categorías, se seleccionará una política contable adecuada, y se aplicará de manera uniforme a cada categoría.

Sección 11, Instrumentos financieros básicos. La Sección 11 Instrumentos Financieros Básicos y la Sección 12 Otros Temas relacionados con los Instrumentos Financieros tratan del reconocimiento, baja en cuentas, medición e información a revelar de los instrumentos financieros (activos financieros y pasivos financieros). La Sección 11 se aplica a los instrumentos financieros básicos y es aplicable a todas las entidades.

Financieros: Reconocimiento y Medición y los requerimientos de información a revelar de las Secciones 11 y 12 para contabilizar todos sus instrumentos financieros. La elección de (a) o (b) por parte de una entidad constituye una elección de política contable. Los párrafos 10.8 a 10.14 contienen requerimientos para determinar cuándo un cambio en una política contable es apropiado, cómo debe contabilizarse este cambio y qué información debe revelarse sobre éste.

Sección 13, Inventarios. Esta sección establece los principios para el reconocimiento y medición de los inventarios. Los inventarios son activos:

- (a) poseídos para ser vendidos en el curso normal de las operaciones;



(b) en proceso de producción con vistas a esa venta; o

(c) en forma de materiales o suministros que se consumirán en el proceso de producción o en la prestación de servicios.

Los costos de adquisición de los inventarios comprenderán el precio de compra, los aranceles de importación y otros impuestos (que no sean recuperables posteriormente de las autoridades fiscales), el transporte, la manipulación y otros costos directamente atribuibles a la adquisición de las mercaderías, materiales o servicios. Los descuentos comerciales, las rebajas y otras partidas similares se deducirán para determinar el costo de adquisición.

Una entidad puede adquirir inventarios con pago aplazado. En algunos casos, el acuerdo contiene de hecho un elemento de financiación implícito, por ejemplo, una diferencia entre el precio de compra para condiciones normales de crédito y el importe de pago aplazado. En estos casos, la diferencia se reconocerá como gasto por intereses a lo largo del periodo de financiación y no se añadirá al costo de los inventarios.

Una entidad incluirá otros costos en el costo de los inventarios solo en la medida en que se haya incurrido en ellos para dar a los mismos su condición y ubicación actuales.

En la medida en que los prestadores de servicios tengan inventarios, los medirán por los costos que suponga su producción. Estos costos consisten fundamentalmente en mano de obra y otros costos del personal directamente involucrado en la prestación del servicio, incluyendo personal de supervisión y otros costos indirectos atribuibles. La mano de obra y los demás costos relacionados con las ventas, y con el personal de administración general, no se incluirán, pero se reconocerán como gastos en el periodo en el que se hayan incurrido. Los costos de los inventarios de un prestador de servicios no incluirán márgenes de ganancia ni costos indirectos no atribuibles que, a menudo, se tienen en cuenta en los precios facturados por los prestadores de servicios.

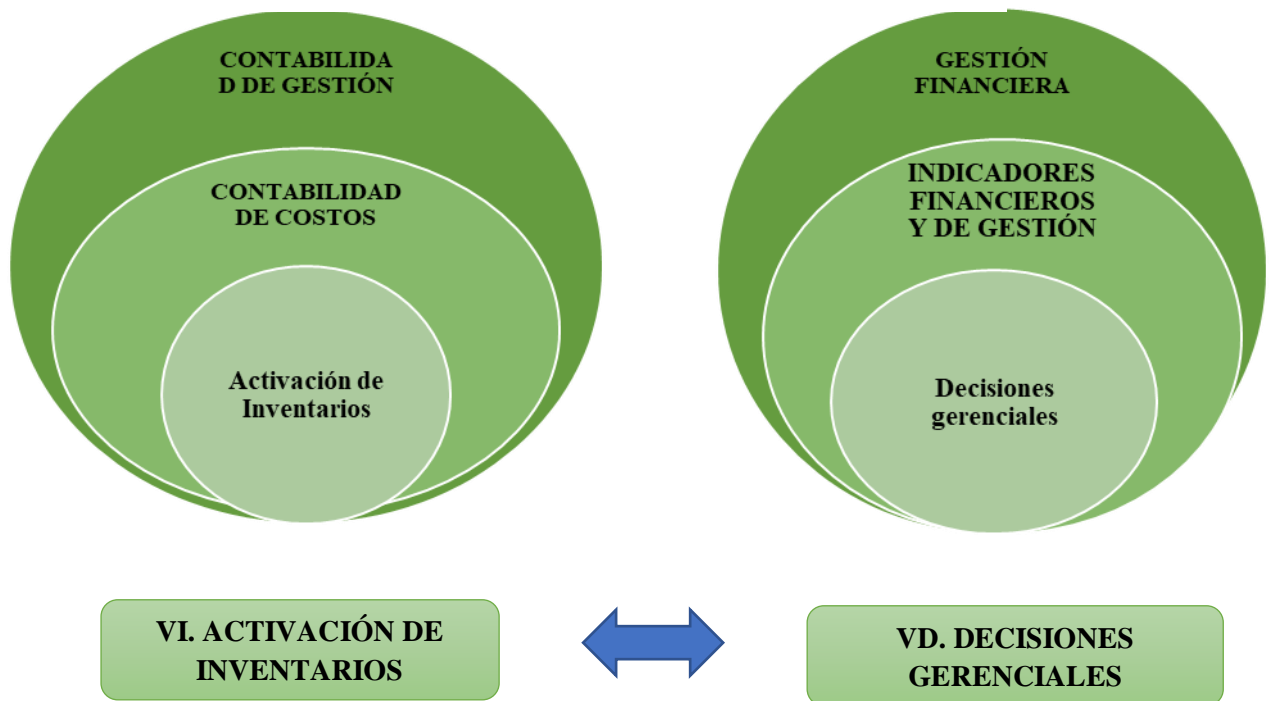
Por otra parte, también es necesario mencionar a la ley orgánica de defensa del consumidor impuesta por el (Congreso Nacional del Ecuador, 2011), en la cual manifiesta lo siguiente:

“Art. 19.- Indicación del precio.- Los proveedores deberán dar conocimiento al público de los valores finales de los bienes que expendan o de los servicios que ofrezcan, con excepción de los que por sus características deban regularse convencionalmente. El valor final deberá indicarse de un modo claramente visible que permita al consumidor de manera efectiva, el ejercicio de su derecho a elección, antes de formalizar o perfeccionar el acto de consumo. El valor final se establecerá y su monto se difundirá en moneda de curso legal.”

## 2.4. Categorías fundamentales

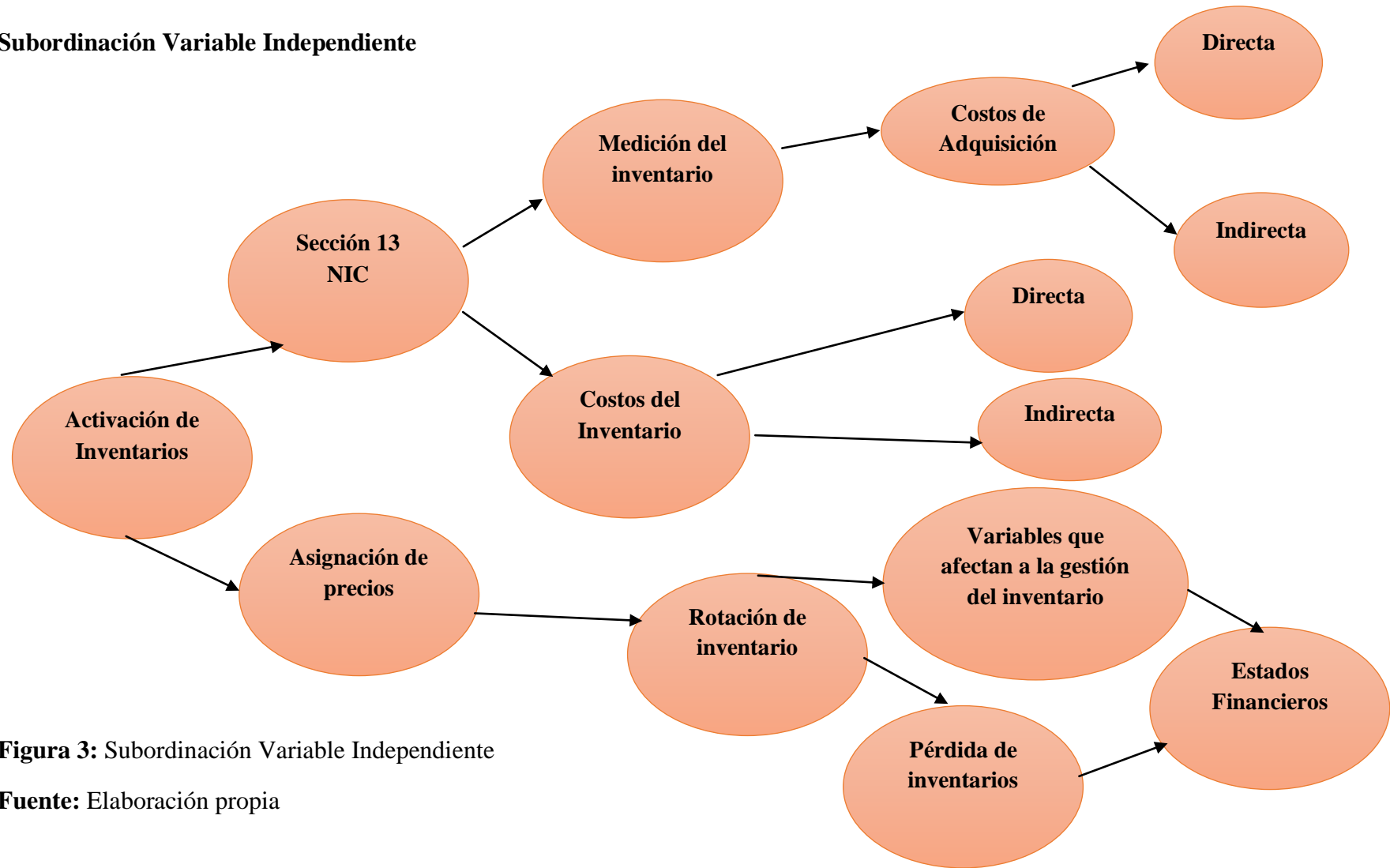
### 2.4.1. Categorización de las variables

**Figura 2:** Variables dependiente e independiente



Fuente: Elaboración propia

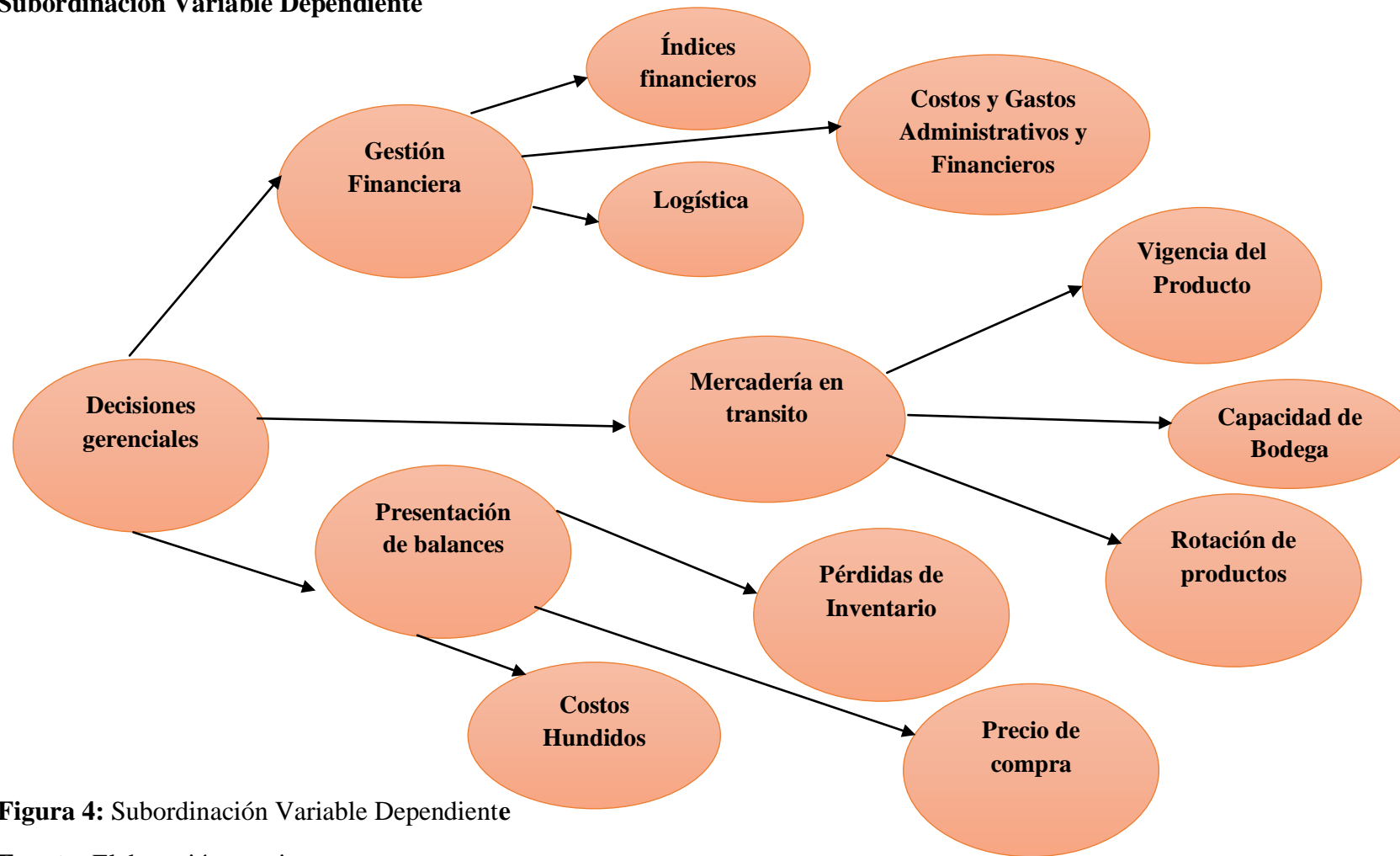
**Subordinación Variable Independiente**



**Figura 3:** Subordinación Variable Independiente

**Fuente:** Elaboración propia

**Subordinación Variable Dependiente**



**Figura 4:** Subordinación Variable Dependiente

**Fuente:** Elaboración propia

## **2.4.2. Descripción de la variable independiente**

### **Contabilidad de gestión**

Para una correcta contabilidad que permita asignar los precios de venta, tomar decisiones adecuadas, y sobre todo tener el control de los costos, de tal manera permita planificar y presupuestar las adquisiciones; mencionado lo anterior es necesario conocer los procesos contables que brindan una información correcta.

Para tener un mejor enfoque de la contabilidad de gestión, podemos mencionar (Súarez, 2016), donde indica lo siguiente:

La Gestión Contable de las PYMES es análoga a la de las grandes empresas. Para que una empresa avance en su desarrollo se requiere de una estructura racional, en sus procesos internos, que integre sus funciones en forma flexible y dinámica con sus mercados.

Para esto se requiere establecer una misión social, una visión clara y factible del futuro deseado, así como estrategias, normas y políticas que den sentido a los objetivos y planes para que el sistema empresa se desarrolle y se conserve en vez de degradarse y desaparecer.

La estructura debe incluir, en forma integral, los subsistemas técnico y cultural como procesos articulados, teniendo como objetivos estratégicos la cohesión interna y la competitividad del sistema empresa en los mercados, para asegurar el crecimiento y la rentabilidad futura.

Este aporte investigativo permite conocer la importancia de las PYMES en el sector económico, enfocándose en el desarrollo interno en cada una de sus fases.

Para un mayor entendimiento acerca de la problemática de la investigación podemos mencionar a (Cruz, 2019) que expresa lo siguiente:

La contabilidad de gestión es una herramienta fundamental en cualquier empresa para una toma de decisiones eficiente y un control y planificación a nivel estratégico y directivo.

La contabilidad de gestión, también llamada contabilidad directiva, puede jugar un papel muy importante en la mejora de la eficiencia y los resultados de los diferentes procesos de la compañía. Aun así, como no es obligatoria, a menudo se tiende a pensar que los beneficios que puede aportar son poco importantes o de poco valor. Son muchas las empresas que todavía no tienen un modelo establecido de contabilidad de gestión, por considerar que las mejoras que aporta son menores que los gastos de recursos que supone.

### **Contabilidad de costos**

En el análisis de la contabilidad de costos podemos encontrar varios actores que aportan en este tratamiento, por ejemplo (Cardenas, 2016), que en su libro Costos 1, manifiesta lo siguiente:

Los costos monetarios se conocen en contabilidad como costos reales o incurridos, es el costo de inversión para producir un bien, la suma de esfuerzos y recursos que intervienen para convertirse en un artículo determinado. Constituye o representa los factores técnicos que intervienen en la producción, medibles en dinero como es la materia prima, los sueldos y salarios que se pagan a los trabajadores que transforman dicha materia prima y los costos o gastos indirectos en que se incurren para llevar a cabo la producción, los cuales son conocidos como los tres elementos del costo de producción, materia principal de la contabilidad de costos.

La contabilidad de costos en toda su extensión sólo se puede realizar con el procedimiento con base en inventarios perpetuos y dentro de una empresa industrial en donde están presentes los tres elementos del costo, materia prima, el elemento humano que trabaja y todos los costos indirectos del proceso de fabricación. Las empresas comerciales y de servicios, aunque llegan a utilizar el control de sus existencias en base en inventarios perpetuos no tienen el proceso productivo con los tres elementos enunciados ya que se dedican a comprar y vender las mercancías, o bien dar un servicio a su clientela. Muchas de estas empresas y también industrias pequeñas y medianas que no pueden o quieren comprender la importancia de los costos de la compañía, utilizan la mecánica contable con base al procedimiento

analítico o pormenorizado o de la cuenta mercancías generales y sólo con los inventarios finales pueden determinar los resultados de un negocio, motivo por el cual será necesario inicialmente distinguir las particularidades o diferencias entre un comerciante y un industrial; éste será la base de nuestro estudio y es al que nos vamos a referir en la presente obra, no sin antes describir cómo se conforman los resultados finales de unos y otros en lo que se acostumbra a denominar Estados de Resultados.

### **Activación de inventarios**

Para reconocer un inventario debemos conocer el concepto del mismo, por esta razón podemos mencionar a (Fernández, 2017), donde manifiesta lo siguiente:

Un inventario sea cual sea su naturaleza de lo que contiene, consiste en un listado ordenado y valorado de productos de la empresa. El inventario, por tanto, ayuda a la empresa al aprovisionamiento de sus almacenes y bienes ayudando al proceso comercial o productivo, y favoreciendo con todo ello la puesta a disposición del producto al cliente.

### **Variables que afectan la gestión del inventario**

Dentro del manejo de inventarios debemos reconocer cada una de las variables que afectan al costo del inventario, como nos explica.

La aplicación y desarrollo de los inventarios de la empresa hay una serie de variables que afectan a la toma de decisiones dentro de la gestión del inventario. Las empresas deben tomar en cuenta este proceso de inventariar, desde la función del aprovisionamiento hasta la de distribución del producto, para llevar a cabo una correcta gestión del inventario.

**Tiempo.-** teniendo en cuenta el concepto del tiempo de entrega, que es el tiempo desde que se necesita la mercadería hasta que llega a la empresa. Esta cuantificación se basa en el tiempo de entrega del proveedor, tiempo de realización del pedido y el tiempo de recepción en el almacén, entre otros.

**Demanda.-** tener prevista la demanda futura del producto hace que la gestión del inventario y la disponibilidad del mismo sean más eficiente y rentable. La

demanda tiene una serie de características propias como son su variación con relación al entorno y volumen en el que este comercializado el producto (kilos, unidades, litros, etc.), en relación al conocimiento del comportamiento futuro (estable o aleatorio), en relación a su implicación con el tiempo (homogénea, heterogénea) y en relación con la disponibilidad del producto (diferida o perpetua).

**Coste.-** la gestión y tenencia de un inventario en la empresa lleva consigo asociados una serie de gastos en los que se puedan destacar entre otros:

- Adquisición al aprovisionarse del producto o fabricarlo (materias primas, transporte, etc.).
- Almacenamiento al crear el almacén de productos de la empresa (instalaciones, vigilancias, suministros, etc.).
- Demanda no cubierta al no tener producto en el almacén, se debe ser un sobrecoste para tener disponible el producto para el cliente (entregas urgentes, fabricación urgente, etc.).

### **Pérdida de inventarios**

La buena gestión del inventario también se ve reflejada en el manejo de las pérdidas, robos, deterioro de inventarios, como manifiesta en su trabajo (Vanbaren, 2018), donde explica lo siguiente:

Cuando una empresa toma una cuenta de inventario físico al final del periodo, suelen descubrirse mercancías obsoletas. Cuando sucede esto, la diferencia en costo se debe registrar en los libros para mantener la cuenta del inventario lo más precisa posible. Si una empresa tiene 100 artículos registrados en los libros por US\$10 cada uno de ellos, pero el precio de los artículos realmente sólo valen US\$6 cada uno, se necesita hacer una ajuste de entrada. En este caso una entrada de US\$400 se anotaría en la cuenta de costo de bienes vendidos y US\$400 debería ser atribuido a la cuenta de inventario. Esto reduce el costo del inventario mostrado en los asientos contables.



## **Valor neto razonable (VNR)**

Según lo señalado en el párrafo 6 de la NIC 2, el Valor Neto Realizable (VNR) es el precio estimado de venta de un activo en el curso normal de la operación menos los costos estimados para terminar su producción y los necesarios para llevar a cabo la venta. Asimismo, el mencionado párrafo agrega que el valor razonable refleja al que tendría lugar una transacción ordenada para vender el mismo inventario en el mercado principal (o más ventajoso) para ese inventario, entre participantes de mercado en la fecha de la medición. El primero es un valor específico para la entidad, mientras que el último no. Considerando esto, el párrafo 30 de la NIC 2: Inventarios, señala que las estimaciones del VNR se basarán en la información más fiable de que se disponga, en el momento de hacerlos, acerca del importe por el que se espera realizar los inventarios. Estas estimaciones tendrán en consideración las fluctuaciones de precios o costos relacionados directamente con los hechos posteriores al cierre, en la medida en que estos hechos confirmen condiciones existentes al final del periodo.

### **2.4.3. Variable Dependiente**

#### **Gestión Financiera**

Para una adecuada y correcta fijación de precios, debemos enfocarnos en la gestión financiera, por la cual podemos mencionar a (Cabrera Carmen Martha Fuentes y Gerónimo Cerezo, 2017), donde mencionan lo siguiente:

La fase de planificación financiera se traduce en una planificación presupuestaria que consiste en la revisión de los gastos programados y la programación de dos partes importantes que son: el presupuesto de ingresos realizado en base a las proyecciones para la gestión y los tarifarios existentes; y el presupuesto de gastos que se programa en función a los POAS revisados y a algunos criterios y supuestos que se definen para la administración general.

Hasta el desarrollo de las anteriores fases se ha transitado desde lo general a lo particular, nos hemos enfocado más hacia un proceso de análisis con el propósito de generar la información y los mecanismos pertinentes para tener una visión estructural y sistemática de las operaciones económico financieras

de una organización; sin embargo ahora corresponde realizar un proceso sintético de evaluación y proyección de este proceso. Esta perspectiva corresponde a la fase de control y decisión que se constituye en una etapa ex – post del modelo; se trata de enfocarse en el monitoreo de las acciones realizadas y apoyar de manera importante a la toma de decisiones.

### **Indicadores financieros**

Para poder tomar decisiones en base a cálculos matemáticos una de las estrategias son los indicadores financieros, donde se puede realizar su estudio de los estados financieros, los mismos pueden ser comparados en diferentes periodos contables.

Tomando esas consideraciones podemos mencionar a (López, 2019), aporta el siguiente análisis:

Los indicadores financieros son medidas que tratan de analizar el estado de la empresa desde un punto de vista individual, son utilizados para mostrar las relaciones que existen entre las diferentes cuentas de los estados financieros; y sirven para analizar su liquidez, solvencia, rentabilidad y eficiencia operativa de una entidad.

El método más conocido, que nos brinda la contabilidad, para la toma de decisiones de negocios en la empresa, es el análisis de estados financieros que se encuentra en una empresa. Los estados financieros deben presentar los resultados de las operaciones, los flujos de efectivo y la situación financiera de una entidad, y están representados por el Estado de Resultados o de Ganancias y Pérdidas, el Estado de Movimiento o de Flujo del Efectivo o de Fondos y el Balance General. Nos permiten calcular indicadores promedio de empresas del mismo sector, para emitir un diagnóstico financiero y determinar tendencias que nos son útiles en las proyecciones financieras.

### **Decisiones gerenciales**

La toma de decisiones en el transcurso del tiempo, está tomando fuerza en la representación de la acción directiva en las organizaciones, enfocándose desde la perspectiva de la gerencia estratégica, con la finalidad de fijar el rumbo hacia los objetivos empresariales y una visión prospectiva que mantenga el posicionamiento

en el mercado, así como de las operaciones de los negocios en todos los ámbitos de la organización. Sin embargo, se hace necesario analizar los diferentes aspectos que envuelven al gerente a decidir desde diferentes perspectivas teóricas con la finalidad de enriquecer el presente proyecto de investigación.

De esta manera podemos mencionar a (Navarrete, 2017), donde manifiesta la capacidad de analizar cada toma de decisión en un determinado momento, tomando en consideración varios modelos, los cuales mencionamos a continuación:

La capacidad de modelar y realizar modelos de decisión y análisis es un rasgo esencial entre las muchas aplicaciones reales que van desde los tratamientos médicos de emergencia en las unidades de cuidados intensivos hasta en los sistemas de control de los comandos militares. Los formalismos y los métodos de inferencia existentes no han sido eficaces en las aplicaciones de tiempo real donde las compensaciones entre la calidad de decisión y manejabilidad computacional son esenciales.

### **Presentación de balances financieros**

La importancia del libro de inventario y balances radica en el hecho de que permite tener un control de sus activos y pasivos de la empresa. En otras palabras es indispensable ordenar las finanzas de la empresa y cumplir con todas las obligaciones contraídas a corto y largo plazo. Como menciona (Ionos, 2019):

El libro de Inventarios y Cuentas anuales se abrirá con el balance inicial detallado de la empresa. Al menos trimestralmente, se transcribirán con sumas y saldos los balances de comprobación. Se transcribirán también el inventario de cierre de ejercicio y las cuentas anuales”. Esto supone que, a pesar de que la ley lo considera un único libro, este consta, en realidad, de distintos documentos. El Balance de situación: es un documento en el que se recoge los bienes, derechos, obligaciones y capital de una empresa en un momento determinado y de forma resumida.

### **2.5. Señalamiento de las Variables**

**Variable Independiente:** Activación de inventarios

**Variable Dependiente:** Decisiones gerenciales

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.1. Enfoque de la investigación**

Esta investigación se encuentra dentro del enfoque netamente cuantitativo donde recolectamos, analizamos vinculando datos numéricos en el marco de estudio, de tal manera que se puede reconocer los patrones generales en la relación del proceso de investigación, (Hernández, Fernández, Baptista, 2010), permitiendo que el enfoque cuantitativo relacione las ciencias exactas con la obtención de datos que permite emitir un juicio sobre un fenómeno producido.

Después de realizar una revisión a las principales fuentes de información, como lo manifiesta (Flores, 2004), donde la aplicación del sistema de costeo definido, se podrá determinar el valor de los productos y servicios tanto tangibles e intangibles, producidos, desarrollados o prestados por la empresa, identificando inicialmente los diferentes recursos económicos o componentes del costo variable o directo, señalando la materia prima, la mano de obra, el uso de maquinaria y equipos tanto como directos e indirectos, de esta manera establecer el costo unitario del bien.

Los componentes del costo total, se realizan en el análisis riguroso de cada producto o servicio, de tal manera permita obtener una rentabilidad de un producto o servicio, al identificar el desempeño de una actividad dentro del proceso del producto o servicio se puede tomar una adecuada toma de decisiones, y a la presentación de estados financieros reales, (Magdalena, 2015). Identificando las clases de recursos económicos, costos directos: variables u operativos de producción, Costos indirectos de producción, Gastos directos de distribución, ventas y comercialización, Costos y Gastos de las actividades o procesos de apoyo administrativas.

#### **3.2. Modalidad básica de investigación**

La presente investigación se utilizó las herramientas de la investigación de manera combinada, y se basa en las siguientes modalidades, de campo, documental o bibliográfica, que se detalla a continuación.

## **Investigación de campo**

Este tipo de investigación consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o específicamente del lugar donde ocurren los hechos, sin manipular ninguna de las variables, estudia los fenómenos sociales en un ambiente natural, es decir, el investigador levanta la información y no altera ningún dato encontrado, (Sierra, 2012), en la investigación de campo, el investigador indagará en las comercializadoras de productos de consumo masivo, para completar con la información de las empresas que se dedican a esta actividad económica, se tomara datos de las entidades públicas oficiales tales como:

- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (SCVSE)
- Servicios de Rentas Internas (SRI)

Para la presente investigación se utilizó el catastro de contribuyentes emitido por el Servicio de Rentas Internas (SRI), por otra parte, la información financiera de las empresas se adquirió de los balances presentados a la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (SCVSE).

Por otra parte, en la presente investigación, (Baena, 2014), “las técnicas específicas de la investigación de campo, tiene como finalidad recoger y registrar ordenadamente los datos relativos al tema escogido como objeto de estudio, la observación y la interrogación son las principales técnicas que usaremos en la investigación.” En la investigación la fuente primaria son los datos obtenidos del catastro general del Servicio de Rentas Internas, toda esta información recopilada se procesará mediante fichas de observación, para obtener datos específicos e información fidedigna, de cada una de las empresas que constan dentro del presente estudio.

## **Investigación de documental**

La investigación documental o bibliográfica es aquella que procura obtener, seleccionar, compilar, organizar, interpretar y analizar información sobre un objeto de estudio a partir de fuentes documentales, tales como libros, documentos de archivo, hemerografía, registros audiovisuales, entre otros (Cabrera, 2019), siendo

una base principal la información documentada, de investigaciones realizadas para obtener una base del conocimiento y desarrollo de nuevas herramientas para el reconocimiento e identificación de los inductores del costo, la aplicación correcta de la normativa contable, para posteriormente determinar el precio de venta al consumidor final.

Para la presente investigación, se utilizará la fuente bibliográfica que está basada en la Contabilidad de Costos, Contabilidad Financiera, Indicadores Financieros, Cost Drivers, Modelo de la cantidad económica de pedido (CEP), además todos los temas que se encuentran implicados en el desarrollo de una contabilidad para empresas distribuidoras, de servicios, dentro de la localidad en donde se va a realizar la investigación, de la misma manera, como fuente secundaria para la investigación, se utilizara artículos científicos y académicos, indicadores, informes, de trabajos similares, con la finalidad de obtener la mayoría de información que permita tener un rumbo adecuado de la investigación.

### **3.3. Nivel o tipo de investigación**

En la presente investigación se rige bajo los siguientes tipos de investigación, la investigación, descriptiva, a que se especifican a continuación:

#### **Investigación descriptiva**

La investigación descriptiva según (Gómez, 2006) en su libro Metodología de la investigación menciona “Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los aspectos importantes del fenómeno que se somete a análisis.”

Esta tipo de investigación se procede a utilizar debido a que representa los datos de manera efectiva, donde muestra hechos, situaciones, características de objeto de estudios, para obtener un soporte de investigaciones corporativas y recolección de información de entidades de control públicas, que ofrecen información de estadísticas, resultados económicos oficiales, índices comparativos que permitan ser analizados con el levantamiento de información primaria.

### 3.4. Población y muestra

La población o universo es la totalidad de elementos a investigar respecto a ciertas características. En muchos casos, no se puede investigar a toda la población, sea por razones económicas, por falta de auxiliares de investigación o porque no se dispone del tiempo necesario, circunstancias en que se recurre a un método estadístico de muestreo, que consiste en seleccionar una parte de las unidades de un conjunto, de manera que sea lo más representativo del colectivo en las características sometidas a estudio (Gómez, 2006), siendo para el caso de estudio de población, las empresas que se ubicaron en el Catastro Zonal de Tungurahua del Servicio de Rentas Internas que aproximadamente representaron 1356 empresas dedicada a la actividad económica distribución de productos de consumo masivo, con el estado activas, y que presentaron Balances a la Superintendencia de Compañías en los años 2018 y 2019, sin embargo un porcentaje mayor son empresas de consumo que no están obligadas a llevar contabilidad y que representan el 89%.

De esta manera se considera como población al siguiente detalle por cada entidad que conforma la población de estudio.

**Tabla 7:** Empresas del sector comercial de Ambato – Población

TIPO DE CONTRIBUYENTE	TOTAL	%
Contribuyente Especial	22	2%
Sociedad o Persona Jurídica	57	4%
Persona Natural Obligada a Llevar Contabilidad	68	5%
Persona Natural No Obligada a Llevar Contabilidad	1209	89%
<b>TOTAL</b>	<b>1356</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

### Muestra

La muestra es la que puede determinar la problemática ya que les capaz de generar los datos con los cuales se identifican las fallas dentro del proceso. Afirma que la muestra es el grupo de individuos que se toma de la población, para estudiar un fenómeno estadístico (Tamayo, 2019).

Para la presente investigación, los datos proporcionados por el Servicio de Rentas Internas mediante el catastro de contribuyentes, donde permite clasificar en

contribuyentes especiales, sociedades, personas naturales obligadas y no obligadas a llevar contabilidad.

**Fórmula de cálculo de muestra**

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{(N-1) * E^2 + Z^2 * P * Q}$$

$$n = \frac{(3,8416) * (0,5) * (0,5) * (1356)}{(1356-1) * (0,25) + (3,8416) * (0,5) * (0,5)}$$

$$n = \frac{1302,3024}{4,3479}$$

n=	<b>299,5244601</b>
n=	<b>300</b>

**Conclusión:** Se concluye que se trabajará con un total de 300 unidades económicas.

El muestreo estratificado es una técnica o procedimiento en la que se divide la población bajo estudio en distintos subgrupos o estratos. Una característica esencial de la estratificación es que cada elemento debe pertenecer a un único estrato, de modo que los estratos son excluyentes no se superponen. (Roldan, 2018).

**Tabla 8:** Muestra estratificada por conglomerados

TIPO DE CONTRIBUYENTES	Nº EMPRESAS	COEFICIENTE	TOTAL ASIG MUESTRA
Contribuyente Especial	22	0,221238938	5
Sociedad o Persona Jurídica	57	0,221238938	13
Persona Natural Obligada a Llevar	68	0,221238938	15



<b>Contabilidad</b>			
<b>Persona Natural No</b>	1209	0,221238938	267
<b>Obligada a Llevar Contabilidad</b>			
<b>TOTAL</b>	1356		300

**Fuente:** Catastro actualizado Servicio de Rentas Internas (SRI, 2021)

**Conclusión:** Se concluye que del total de muestra se trabajará con 5 entidades tipo Contribuyentes especial, y 13 Sociedades o personas jurídicas, mientras que las 15 personas obligadas a llevar contabilidad o empresas, y 267 Microempresas o Persona naturales No Obligadas a Llevar contabilidad, no pudieron suministrarnos toda la información para el desarrollo del presente estudio.

**Tabla 9:** Empresas seleccionadas

<b>Tipo de contribuyente</b>	<b>Entidad</b>
	Distribuidora Importadora Diport S.A Representaciones J. Leonardo Soria L. C. A PYDACO Productores y distribuidores Comerciales Cía. Ltda. Industrial y Comercial Castro Ojeda y ICCO S.A
CONTRIBUYENTES ESPECIALES	Repremarva Cía. Ltda.  Distribuidora Suárez Hnos. Distrisuarez Cía. Ltda. ENCOMECA Enlace Comercial Ecuatoriano Cía. Ltda. Importadora IMMAKA S.A Robles Trans Cía. Ltda. Salcedo & Robles Cía. Ltda. Prodigy Trading Importaciones & Exportaciones S.A Comercializadora y Distribuidora DIZUMAC Cía. Ltda.
PERSONAS JURÍDICAS	Servicios y representaciones Romprad Cía. Ltda. Mister_Brat S. A Difalt S.A Configran Cía. Ltda. Mexce S.A Guevara vasco Cía. Ltda.

**Fuente:** (Reglamento de Inversiones del Código Orgánico de la Producción, 2018)

En la presente investigación la población es finita, se conoce las empresas dedicadas a esta actividad económica que es objeto de estudio.

El procedimiento utilizado para llevar a cabo el muestreo estratificado tiene varias etapas. A continuación, describimos las más relevantes:

- Definir la población (total) objetivo
- Elegir las variables de estratificación y cuántos estratos existirán.
- Identifica cada elemento de la población y asigna un identificador único, cada elemento de la población debe pertenecer a un único estrato.
- Determina el tamaño de cada estrato (se explica en la siguiente sección).
- Se seleccionan al azar los elementos de cada estrato hasta obtener el número específico definido para cada estrato.

### 3.5. Operacionalización de las variables

**Tabla 10:** Variable independiente: Activación de Inventarios

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Formulación	Técnicas e Instrumentos
En la sección 13 de NIIF para PYMES, nos permite identificar partidas de inventarios de otros activos, realizando un reconocimiento inicial para identificar si una partida de inventario se transforma en gasto, de tal manera revelar el inventario real en los estados financieros.	Inventarios (Sección 13)	Identificación directa y/o primaria	Método de los Minoristas  ¿Cómo determinar el método de valoración del inventario bajo Niif para pymes?	
Departamentos, actividades, de manera de utilizarlo para fines de información contable (método Reciproco Algebraico); cada departamento presta servicio uno al otro (parámetros por horas hombre, unidades transportadas, kilovatios, combustible, publicidad, bodegaje; etc.).	Variables que afectan al inventario  Políticas contables, estimaciones y errores	VNR  Políticas contables	Inductores del costo  ¿Qué factores influyentes afectan las políticas de inventarios?  Establecimiento de nuevas políticas contables de existencias  ¿Conoce las políticas contables para activar un inventario?	Ficha de Observación

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 11:** Variable Dependiente: Decisiones Gerenciales

Conceptualización	Indicadores	Formulas	Técnicas e Instrumentos
Las decisiones gerenciales nacen a partir de los indicadores financieros, que permite conocer la situación real de la empresa. Pero para ello tenemos que tener lo estados financieros reales.	Decisiones Gerenciales	$(\text{Ingresos de ventas} / \text{Costos Variables}) / \text{Ingresos de ventas}$	Cuadro de asignación de inductores de costos reales en empresas de consumo masivo
	Presentación de balances	Políticas contables	Aplicación de fórmulas financieras
El margen de contribución permite determinar cuánto está contribuyendo un determinado producto en la empresa, el cual identifica la rentabilidad del mismo.	Indicadores Financieros	$(\text{Ingresos de ventas} / \text{Costos Variables} + \text{Costos Fijos}) / \text{Ingresos de ventas}$	

Fuente: Elaboración propia

### **3.6. Recolección de datos**

La recolección de datos se realiza de la fuente primaria del campo que se analiza, esta información permite la verificación de la viabilidad bajo el enfoque que se ha seleccionado para la presente investigación, en la recolección de los datos se considera las siguientes condiciones:

Los elementos que sirven como fuente de información, son los datos recolectados de los estados financieros de la Superintendencia de Compañías años 2018 y 2019, por medio de esta herramienta se aplicaron técnicas, como el método de los minoristas basado en la NIC 2 y Sección 13: NIIF para Pymes, con esto se identificaron las variables que afectan al inventario, relacionado a la determinación de precios en cada uno de los productos, que costos se asignan a cada uno de los productos.

La recolección de datos también está orientada a obtener toda información de los métodos que son aplicados para la asignación correcta de cada uno de los elementos del costo en los productos que comercializan las distribuidoras de consumo masivo, aplicando la NIIF para Pymes, indicadores financieros para determinar el margen de contribución de los productos de mayor rotación, que las empresas distribuyen.

La técnica de recolección de información ser realizara una sola vez, puesto que se trata de una investigación de carácter horizontal, se plantea generar un plan piloto de recopilación de información, con la finalidad de abarca todas las variables y obtener información que apoye a la investigación.

La técnica de la recolección de datos para la presente investigación será mediante aplicación de fichas de observación y completada con la investigación de fuentes secundarias, ya establecidas en el desarrollo de la presente investigación.

## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

#### 4.1. Análisis e interpretación

En el presente estudio se describe la forma que se van a revelar los costos de adquisición en la activación de inventarios, que condicionan el precio de venta de los productos de consumo masivo al por mayor, en el grupo de entidades seleccionadas en la metodología, dentro de los costos se toman los que no están contemplados en la información financiera, y que presentaron variaciones de acuerdo a la actividad económica empresarial, Consumo Masivo, en la ciudad de Ambato, se considerará aspectos como: el reconocimiento real de los inductores del costo relacionados al inventario, que manejan estas entidades.

Cabe mencionar que, el grupo de empresas seleccionadas fueron determinadas de forma aleatoria y por necesidad del investigador, estas entidades analizadas están, distribuidas entre Contribuyentes Especiales y Sociedades, las mismas que están catastradas y que se ha obtenido información financiera relevante, posterior a esto también se efectuó una depuración de las entidades activas, que posean datos importantes como: dirección, información financiera, RUC, representante legal, teléfonos, esto ayudó a efectuar el levantamiento de información; con las siguientes actividades: obtención de los precios de venta, de los productos de mayor rotación seleccionados, determinación de costos razonables de acuerdo a la realidad de cada una de estas entidades.

Por otro lado, también se determinarán las principales ratios financieros, en relación a las decisiones contables, las cuales permitan aprovechar de mejor forma las oportunidades de mercado, con el propósito de definir la situación financiera real de las empresas a ser evaluadas.

Finalmente, se determinarán los inductores del costo o cost driver, para la activación de inventarios, los cuales incidirán en la información financiera, en este caso en la rentabilidad, liquidez, endeudamiento, solvencia, con el fin de medir la rotación de existencias.

#### **4.1.1. Costos de adquisición**

Los costos de adquisición se obtienen en base a los datos reportados en los estados financieros de las entidades entre el año 2018 y 2019, por lo que, en esta sección se presenta el desarrollo del cálculo del método Minoristas, bajo NIIF Pymes Sección 13 que consiste en la recolección de los valores que elevan el valor de los inventarios a causa de la aplicación de los impuestos generados al momento de la importación de los productos, el pago del seguro de mercadería desde el lugar de salida hasta su destino y los desembolsos ocasionados por concepto de transporte interno hasta la bodega y posteriormente a los puntos de distribución.

El costo del inventario final se obtiene de la diferencia del costo de adquisición menos la medición inicial de la mercancía más impuestos no recuperables, precios de compra FOB, seguro y transporte interno, dicho cálculo se presenta a continuación.

**Tabla 12:** Desarrollo del cálculo del método Minoristas, bajo NIIF pymes Sección 13

(Expresado en miles dólares)

EMPRESA	AÑO	MEDICIÓN INICIAL DEL INVENTARIO	COSTO DE ADQUISIÓN	(+) OTROS IMPUESTOS (NO RECUPERABLES EN SU NATURALEZA)	(+) Precio de compra FOB	(+) Seguro	(+) Transporte Interno	COSTO DEL INVENTARIO
<b>DISTRIBUIDORA IMPORTADORA DIPOR S.A.</b>	2018	\$14.726.389	\$280.127.010	\$1.347.891	\$3.862.246	\$10.818	\$3.092.820	\$273.714.395
	2019	\$13.159.413	\$269.319.206	\$270.390	\$4.566.290	\$395.734	\$2.945.568	\$264.337.774
<b>REPRESENTACIONES J. LEONARDO SORIA L. CA</b>	2018	\$598.723	\$5.744.341	\$10.947	\$0	\$7.142	\$3.863	\$5.167.570
	2019	\$621.134	\$5.999.868	\$7.927	\$0	\$6.190	\$0	\$5.392.851
<b>PYDACO PRODUCTORES Y DISTRIBUIDORES COMERCIALES CIA.LTDA.</b>	2018	\$2.605.335	\$2.605.335	\$1.238.571	\$16.966.184	\$376.302	\$257.190	\$18.838.246
	2019	\$3.087.187	\$70.133.910	\$1.111.925	\$18.715.676	\$373.648	\$88.060	\$87.336.032
<b>INDUSTRIAL Y COMERCIAL CASTRO OJEDA ICCO SA</b>	2018	\$1.710.779	\$10.023.227	\$12.965	\$0	\$59.732	\$5.102	\$8.390.247
	2019	\$1.302.164	\$8.927.823	\$11.016	\$0	\$43.868	\$6.253	\$7.686.796
<b>REPREAMARVA CIA. LTDA.</b>	2018	\$1.257.684	\$10.139.292	\$10.724	\$0	\$19.993	\$26.799	\$8.939.123
	2019	\$1.618.712	\$10.882.542	\$19.982	\$116.927	\$21.416	\$37.470	\$9.459.626
<b>DISTRIBUIDORA SUAREZ HERMANOS DISTRISUAR CIA. LTDA.</b>	2018	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
	2019	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
<b>ENCOMECA, ENLACE COMERCIAL ECUATORIANO CIA. LTDA</b>	2018	\$438.319	\$4.681.258	\$1.947	\$0	\$1.671	\$3.672	\$4.250.229
	2019	\$779.455	\$4.303.766	\$1.967	\$0	\$9.236	\$3.105	\$3.538.618
<b>IMPORTADORA IMMAKA S.A.</b>	2018	\$564.439	\$245.572	\$7.906	\$1.844.420	\$20.488	\$19.722	\$1.573.669
	2019	\$1.032.592	\$141.500	\$20.652	\$1.852.089	\$26.122	\$26.848	\$1.034.619
<b>ROBLESTRANS CIA. LTDA.</b>	2018	\$451.743	\$2.718.943	\$6.168	\$0	\$479	\$12.548	\$2.286.395
	2019	\$290.241	\$2.459.797	\$5.847	\$0	\$912	\$11.918	\$2.188.232
<b>SALCEDO &amp; ROBLES CIA. LTDA.</b>	2018	\$358.173	\$2.604.322	\$3.649	\$0	\$0	\$48.991	\$2.298.789
	2019	\$474.615	\$3.101.841	\$3.930	\$0	\$0	\$40.181	\$2.671.337

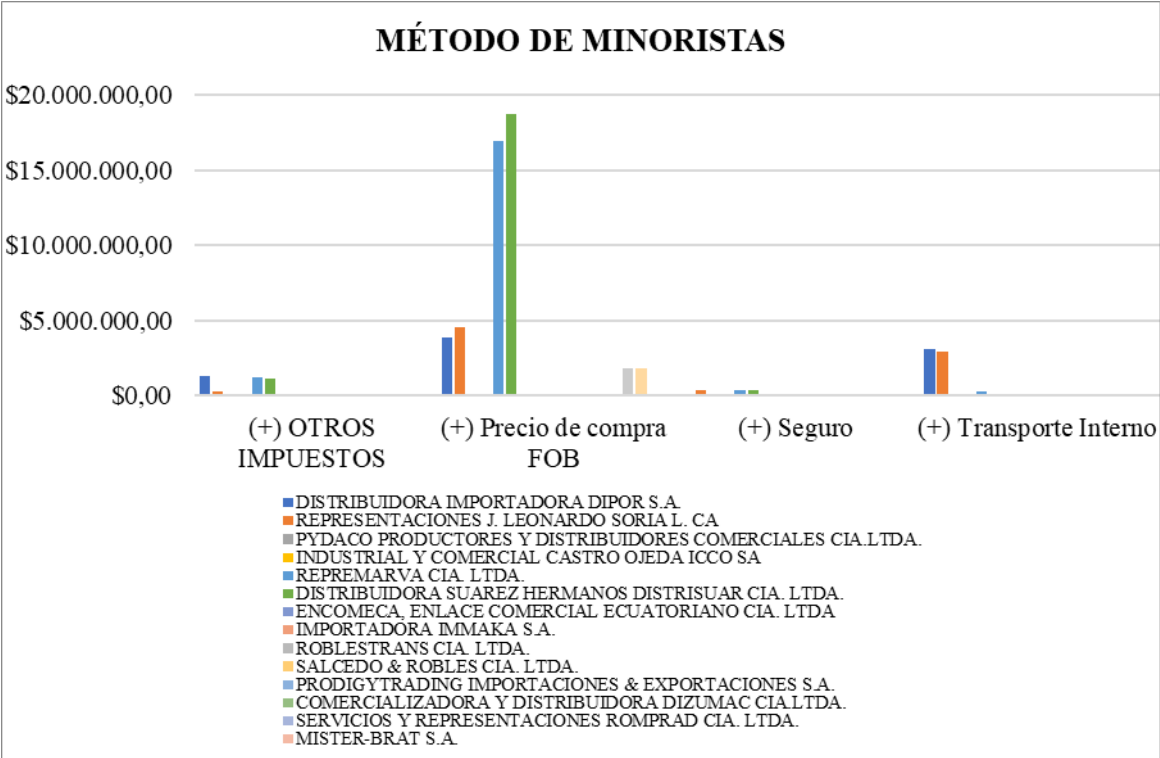


<b>PRODIGYTRADING IMPORTACIONES &amp; EXPORTACIONES S.A.</b>	2018	\$245.679	\$181.735	\$56.554	\$1.209.297	\$0	\$98.481	\$1.300.388
	2019	\$290.041	\$168.002	\$70.928	\$1.508.993	\$0	\$23.089	\$1.480.971
<b>COMERCIALIZADORA Y DISTRIBUIDORA DIZUMAC CIA.LTDA.</b>	2018	\$211.563	\$0	\$257	\$388.875	\$2.529	\$12.084	\$192.182
	2019	\$323.405	\$0	\$8.296	\$766.071	\$3.486	\$16.573	\$471.022
<b>SERVICIOS Y REPRESENTACIONES ROMPRAD CIA. LTDA.</b>	2018	\$0	\$139.818	\$4.495	\$0	\$26.657	\$4.150	\$175.121
	2019	\$0	\$0	\$300	\$0	\$0	\$0	\$300
<b>MISTER-BRAT S.A.</b>	2018	\$11.587	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$11.587
	2019	\$7.987	\$36.131	\$0	\$0	\$0	\$0	\$28.144
<b>DIFAL S.A</b>	2018	\$0	\$0	\$25	\$0	\$16.513	\$0	\$16.538
	2019	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
<b>CONFIGRAN CIA. LTDA.</b>	2018	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
	2019	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
<b>MEXCE S.A.</b>	2018	\$0	\$1.491.666	\$0	\$0	\$8.411	\$20.266	\$1.520.343
	2019	\$515.361	\$0	\$3.533	\$1.031.489	\$17.527	\$49.363	\$586.551
<b>GUEVARA VASCO CIA. LTDA.</b>	2018	\$286.924	\$9.063.831	\$9.187	\$0	\$17.041	\$40.853	\$8.843.989
	2019	\$263.884	\$12.989.582	\$13.043	\$1.519.859	\$15.923	\$61.456	\$14.335.980

Fuente: Elaboración propia

La siguiente figura representa los rubros más significativos que incrementan el valor de los inventarios por cada una de las empresas analizadas en donde se puede visualizar que la Distribuidora DIPOR incrementa el valor del inventario principalmente por los impuestos no recuperables de aduanas, el pago de seguros y el transporte interno, la empresa PYDACO eleva su valor por los precios de compra FOB.

**Figura 5:** Método de minoristas



Fuente: Elaboración propia

**DETALLE DE LOS IMPUESTOS, PRECIO ESTIMADO Y VALOR NETO DE REALIZACIÓN VNR**

En esta sección se describen aquellos valores que representan incremento del valor de los inventarios, así como los impuestos causados dentro del límite ecuatoriano como el impuesto al valor agregado, y otros como el transporte de la mercadería para la distribución y gastos como la publicidad y la propaganda. La suma de los valores antes mencionados y el costo de adquisición e impuestos en aduana constituyen el costo final de la mercancía, sobre ésta se añade un margen de utilidad del 85 % (1-% Margen de utilidad) que representa el precio estimado del inventario o VNR.

**Tabla 13:** Impuestos, VNR y Precio de venta estimado

(Expresado en miles de dólares)

EMPRESA	AÑO	14% IVA	Transporte de mercadería	Publicidad y Propaganda	Costo	Margen de utilidad	PVP estimado VNR
DISTRIBUIDORA IMPORTADORA DIPOR S.A.	2018	\$463.469	\$0	\$0	\$285.556.231	\$1	\$335.948.507
REPRESENTACIONES J. LEONARDO SORIA L. CA	2019	\$547.954	\$0	\$0	\$269.947.036	\$1	\$317.584.748
PYDACO PRODUCTORES Y DISTRIBUIDORES COMERCIALES CIA.LTDA.	2018	\$0	\$3.672	\$466	\$5.721.931	\$1	\$6.731.683
INDUSTRIAL Y COMERCIAL CASTRO OJEDA ICCO SA	2019	\$0	\$3.105	\$1.384	\$5.949.544	\$1	\$6.999.463
REPREMARVA CIA. LTDA.	2018	\$2.035.942	\$19.722	\$27.997	\$83.407.909	\$1	\$98.126.952
ENCOMECA, ENLACE COMERCIAL ECUATORIANO	2019	\$2.245.881	\$26.848	\$54.943	\$87.243.132	\$1	\$102.638.979
IMPORTADORA IMMKA S.A.	2018	\$0	\$12.548	\$0	\$10.431.842	\$1	\$12.272.755
ROBLESTRANS CIA. LTDA.	2019	\$0	\$11.918	\$0	\$8.379.764	\$1	\$9.858.545
SALCEDO & ROBLES CIA. LTDA.	2018	\$0	\$48.991	\$0	\$9.778.264	\$1	\$11.503.840
PRODIFYTRADING IMPORTACIONES &	2019	\$14.031	\$40.181	\$0	\$10.768.269	\$1	\$12.668.552
	2018	\$0	\$3.672	\$466	\$4.339.982	\$1	\$5.105.861
	2019	\$0	\$3.105	\$1.384	\$4.443.317	\$1	\$5.227.432
	2018	\$221.330	\$19.722	\$27.997	\$1.763.225	\$1	\$2.074.383
	2019	\$222.251	\$26.848	\$54.943	\$1.970.513	\$1	\$2.318.251
	2018	\$0	\$12.548	\$0	\$2.880.445	\$1	\$3.388.759
	2019	\$0	\$11.918	\$0	\$5.847	\$1	\$6.879
	2018	\$0	\$48.991	\$0	\$2.487.880	\$1	\$2.926.917
	2019	\$0	\$40.181	\$0	\$2.963.665	\$1	\$3.486.665
	2018	\$145.116	\$98.481	1744,22 7	\$1.488.931	\$1	\$1.751.683
	2019	\$181.079	\$23.089	\$3.996	\$1.410.602	\$1	\$1.659.532

EXPORTACIONES S.A. COMERCIALIZADORA Y DISTRIBUIDORA	2018	\$46.665	\$12.084	\$3.907	\$499.190	\$1	\$587.283
DIZUMAC CIA.LTDA. SERVICIOS Y REPRESENTACIONES	2019	\$91.929	\$16.573	\$7.602	\$842.779	\$1	\$991.505
ROMPRAD CIA. LTDA.	2018	\$0	\$4.150	\$350	\$139.818	\$1	\$164.491
MISTER-BRAT S.A.	2019	\$0	\$0	\$0	\$0	\$1	\$ -
	2018	\$0	\$0	\$0	\$3.600	\$1	\$4.235
	2019	\$0	\$0	\$0	\$33.718	\$1	\$39.668
MEXCE S.A.	2018	\$0	\$20.266	\$97.993	\$1.491.666	\$1	\$1.754.902
	2019	\$123.779	\$49.363	\$93.099	\$1.265.438	\$1	\$1.488.751
GUEVARA VASCO CIA. LTDA.	2018	\$0	\$40.853	\$219.856	\$9.086.871	\$1	\$10.690.437
	2019	\$182.383	\$61.456	\$578.118	\$14.250.612	\$1	\$16.765.426

**Fuente: Elaboración propia**

## **IDENTIFICACIÓN DE LOS COSTOS POR PRODUCTO Y OBTENCIÓN DEL VALOR NETO REALIZABLE**

### **Determinación del costo**

La determinación de los costos se llevó a cabo mediante un proceso de trabajo in situ para obtener datos como los productos más demandados por los clientes, el volumen de venta y el costo de adquisición de cada producto, así como el porcentaje de utilidad sobre el cual se fija el precio de venta al público, por tanto:

1. Bajo el método observacional en cada uno de los almacenes de las empresas seleccionadas, se realizó un seguimiento a los clientes que acudían a realizar sus compras, dentro de los cuales se realizó un listado de los productos que se adquirirían al día, al final se identificó la moda de 11 bienes más solicitados por los consumidores entre los cuales se encontraban comerciantes minoristas y mayoristas.

2. Se realizó una visita a cada una de las entidades y bajo un acuerdo de confidencialidad por la información entregada por parte de los responsables de la información financiera, se obtuvieron datos como el volumen en unidades de las ventas de cada uno de los productos más demandados, así como el costo de adquisición a la fecha de los bienes.

3. Por tanto, el cálculo del costo de los productos se obtuvo de la siguiente manera:

$$\textit{Costo total} = \textit{Volumen en unidades} * \textit{Costo de adquisición unitario}$$

**Tabla 14: Determinación del costo**

(Expresado en miles de dólares)

PRODUCTOS	Arroz (QQ)	Azucar (QQ)	Aceite (cartones de 12)	Pollo gavetas de 10 pollos	Leche (cartones de 12)	Queso (gavetas de 24 quesos)	Supan (cartones de 12)	Atún (cartones de 48 unidades)	Café (de pasar 200GRX40U)	Yogurt (cartones de 48 unidades)	Detergente (quintales de 50 fundas)
DISTRIBUIDORA IMPORTADORA DIPOR S.A.	\$3.313.962	\$34.880.323	\$24.878.906	\$48.416.935	\$10.972.825	\$50.096.512	\$9.292.171	\$31.358.054	\$15.049.720	\$18.957.811	\$22.729.815
REPRESENTACIONES J. LEONARDO SORIA L. CA	\$655.999	\$1.921.735	\$313.604	\$397.803	\$329.531	\$435.482	\$396.889	\$399.253	\$373.550	\$442.170	\$283.520
PYDACO PRODUCTORES Y DISTRIBUIDORES CIA.LTDA.	\$7.355.946	\$7.110.135	\$6.724.104	\$5.940.184	\$5.981.723	\$4.426.850	\$7.320.341	\$13.410.979	\$15.782.917	\$4.705.818	\$8.484.134
INDUSTRIAL Y COMERCIAL CASTRO OJEDA ICCO SA	\$902.303	\$631.301	\$717.214	\$595.451	\$540.608	\$563.952	\$3.030.048	\$351.509	\$167.234	\$226.373	\$653.767
REPREMARVA CIA. LTDA.	\$1.918.210	\$1.477.330	\$834.230	\$1.192.517	\$674.142	\$1.087.775	\$830.492	\$403.620	\$325.221	\$1.537.674	\$487.048
ENCOMECA, ENLACE COMERCIAL ECUATORIANO CIA. LTDA	\$596.177	\$912.596	\$620.994	\$585.118	\$63.868	\$495.137	\$110.544	\$398.422	\$159.063	\$191.269	\$310.130
IMPORTADORA IMMAKA S.A.	\$173.367	\$237.348	\$77.477	\$144.488	\$46.046	\$316.462	\$113.342	\$314.292	\$145.995	\$109.900	\$291.791
ROBLESTRANS CIA. LTDA.	\$326	\$942	\$196	\$428	\$455	\$1.695	\$342	\$564	\$250	\$283	\$360
SALCEDO & ROBLES CIA. LTDA.	\$410.194	\$539.484	\$137.724	\$180.924	\$138.096	\$182.336	\$211.826	\$161.390	\$166.001	\$281.724	\$553.965
PRODIGYTRADING IMPORTACIONES & EXPORTACIONES S.A.	\$202.310	\$205.700	\$132.694	\$239.169	\$97.547	\$104.128	\$75.940	\$101.255	\$95.984	\$52.638	\$103.235
COMERCIALIZADORA Y DISTRIBUIDORA DIZUMAC CIA.LTDA.	\$189.335	\$157.105	\$48.894	\$72.565	\$14.557	\$54.530	\$31.112	\$101.921	\$55.440	\$46.807	\$70.512
MISTER-BRAT S.A.	\$6.803	\$4.477	\$4.661	\$6.324	\$80	\$4.292	\$1.340	\$1.921	\$1.081	\$1.364	\$1.373
MEXCE S.A.	\$195.282	\$288.917	\$76.661	\$154.728	\$32.572	\$106.159	\$120.025	\$82.208	\$36.379	\$101.269	\$71.232
GUEVARA VASCO CIA. LTDA.	\$2.377.920	\$1.018.268	\$705.300	\$917.045	\$726.690	\$3.634.941	\$756.367	\$1.238.568	\$1.154.138	\$839.235	\$882.140

## **Determinación del VNR**

En el acompañamiento conjunto con los gerentes propietarios y encargados de la elaboración financiera de cada una de las entidades, se pudo evidenciar la gran preocupación sobre los rubros que elevan el costo de los productos y que en su mayoría no forman parte del valor de los bienes. Al momento de cuestionar, si se incluían los rubros de transporte, almacenamiento y despacho de los productos, considerados como inductores del costo o cost drivers, las respuestas fueron negativas, por lo que se procedió a realizar un análisis del monto incurrido en cada elemento, y se determinó que se hallaban registrados como un gasto de ventas y no se contemplaban como un costo recuperable con la venta de los bienes.

Por tanto, se procedió a realizar el cálculo del valor neto realizable por cada empresa y de forma individual para cada uno de los productos de la siguiente manera:

$$VNR = (\textit{Costo transporte} + \textit{Costo de almacenamiento} + \textit{Costo de despacho}) * \textit{Unidades de venta}$$

## **Determinación de la desvalorización**

Con el objetivo de conocer en qué proporción se ve afectado el costo del inventario en el no reconocimiento de los cost drivers, se realizó el cálculo de la diferencia entre el valor sobre el cual se registran los inventarios al momento de su adquisición y el VNR obtenido de la suma de los inductores que elevan el monto de la mercancía, es así que se aplicó la siguiente expresión matemática:

$$\textit{Desvalorización} = \textit{Costo de mercadería} - VNR$$

**Tabla 15: Determinación del VNR**

(Expresado en miles de dólares)

PRODUCTOS	Arroz (QQ)	Azúcar (QQ)	Aceite (cartones de 12)	Pollo gavetas de 10 pollos	Leche (cartones de 12)	Queso (gavetas de 24 quesos)	Supan (cartones de 12)	Atún (cartones de 48 unidades)	Café (de pasar 200GRX40U)	Yogurt (cartones de 48 unidades)	Detergente (quintales de 50 fundas)
DISTRIBUIDORA IMPORTADORA DIPOR S.A.	\$1.390.960	\$15.273.846	\$14.489.475	\$20.347.411	\$7.532.001	\$15.773.829	\$6.552.156	\$18.664.830	\$10.822.680	\$17.077.210	\$14.907.532
REPRESENTACIONES J. LEONARDO SORIA L. CA	\$398.265	\$848.008	\$210.785	\$170.534	\$223.156	\$168.641	\$297.667	\$255.685	\$304.041	\$371.226	\$188.638
PYDACO PRODUCTORES Y DISTRIBUIDORES COMERCIALES CIA.LTDA.	\$4.276.713	\$3.761.976	\$3.620.197	\$2.071.125	\$4.354.930	\$1.854.698	\$4.202.326	\$9.091.173	\$8.663.239	\$4.383.502	\$6.078.263
INDUSTRIAL Y COMERCIAL CASTRO OJEDA ICCO SA	\$380.573	\$352.755	\$354.502	\$246.625	\$384.670	\$181.831	\$2.523.597	\$224.281	\$96.239	\$218.375	\$483.976
REPREMARVA CIA. LTDA.	\$956.012	\$703.490	\$524.202	\$517.716	\$418.185	\$340.404	\$636.957	\$218.008	\$233.492	\$1.317.711	\$358.470
ENCOMECA, ENLACE COMERCIAL ECUATORIANO CIA. LTDA	\$285.613	\$415.334	\$362.651	\$210.523	\$41.788	\$162.535	\$64.116	\$246.648	\$113.786	\$180.831	\$221.237
IMPORTADORA IMMKA S.A.	\$96.340	\$115.192	\$51.909	\$62.126	\$27.867	\$95.451	\$86.022	\$221.909	\$116.086	\$99.900	\$233.058
ROBLESTRANS CIA. LTDA.	\$260	\$476	\$98	\$104	\$299	\$549	\$279	\$371	\$199	\$283	\$294
SALCEDO & ROBLES CIA. LTDA.	\$326.248	\$298.850	\$84.694	\$78.573	\$88.184	\$56.850	\$163.664	\$97.430	\$111.798	\$277.326	\$391.453
PRÓDIGYTRADING IMPORTACIONES & EXPORTACIONES S.A.	\$106.839	\$101.490	\$90.674	\$55.114	\$59.639	\$51.251	\$42.609	\$58.406	\$65.231	\$47.005	\$68.876
COMERCIALIZADORA Y DISTRIBUIDORA DIZUMAC CIA.LTDA.	\$114.116	\$76.431	\$31.576	\$28.752	\$8.563	\$17.060	\$20.355	\$61.557	\$37.254	\$47.044	\$48.425
MISTER-BRAT S.A.	\$4.356	\$2.555	\$2.583	\$2.479	\$1.257	\$1.520	\$1.173	\$1.192	\$804	\$1.381	\$785
MEXCE S.A.	\$130.224	\$157.615	\$42.879	\$61.400	\$20.029	\$29.306	\$98.195	\$49.453	\$22.887	\$96.035	\$58.746
GUEVARA VASCO CIA. LTDA.	\$1.647.413	\$450.598	\$0	\$349.365	\$415.750	\$1.055.084	\$715.971	\$803.325	\$819.792	\$832.947	\$612.020



**Tabla 16: Determinación de la desvalorización**

(Expresado en miles de dólares)

PRODUCTOS	Arroz (QQ)	Azúcar (QQ)	Aceite (cartones de 12)	Pollo gavetas de 10 pollos	Leche (cartones de 12)	Queso (gavetas de 24 quesos)	Supan (cartones de 12)	Atún (cartones de 48 unidades)	Café (de pasar 200GRX40U)	Yogurt (cartones de 48 unidades)	Detergente (quintales de 50 fundas)
DISTRIBUIDORA IMPORTADORA DIPOR S.A.	\$1.923.002	\$19.606.477	\$10.389.431	\$28.069.525	\$3.440.824	\$34.322.683	\$2.740.016	\$12.693.224	\$4.227.040	\$1.880.601	\$7.822.283
REPRESENTACIONES J. LEONARDO SORIA L. CA	\$257.734	\$1.073.727	\$102.819	\$227.269	\$106.375	\$266.841	\$99.222	\$143.568	\$69.508	\$70.944	\$94.883
PYDACO PRODUCTORES Y DISTRIBUIDORES COMERCIALES CIA.LTDA.	\$3.079.233	\$3.348.159	\$3.103.907	\$3.869.059	\$1.626.793	\$2.572.153	\$3.118.016	\$4.319.806	\$7.119.678	\$322.316	\$2.405.871
INDUSTRIAL Y COMERCIAL CASTRO OJEDA ICCO SA	\$521.730	\$278.546	\$362.712	\$348.826	\$155.937	\$382.122	\$506.451	\$127.228	\$70.995	\$7.998	\$169.792
REPREMARVA CIA. LTDA.	\$962.198	\$773.839	\$310.028	\$674.802	\$255.958	\$747.371	\$193.535	\$185.612	\$91.729	\$219.963	\$128.578
ENCOMECA, ENLACE COMERCIAL ECUATORIANO CIA. LTDA	\$310.564	\$497.262	\$258.344	\$374.595	\$22.080	\$332.602	\$46.428	\$151.774	\$45.276	\$10.438	\$88.893
IMPORTADORA IMMKA S.A.	\$77.027	\$122.156	\$25.568	\$82.362	\$18.179	\$221.012	\$27.320	\$92.383	\$29.908	\$10.000	\$58.733
ROBLESTRANS CIA. LTDA.	\$66	\$466	\$98	\$324	\$157	\$1.146	\$62	\$193	\$51	\$0	\$65
SALCEDO & ROBLES CIA. LTDA.	\$83.946	\$240.634	\$53.030	\$102.352	\$49.912	\$125.486	\$48.163	\$63.960	\$54.202	\$4.398	\$162.512
PRODIGYTRADING IMPORTACIONES & EXPORTACIONES S.A.	\$95.471	\$104.210	\$42.020	\$184.055	\$37.908	\$52.878	\$33.330	\$42.849	\$30.753	\$5.633	\$34.359
COMERCIALIZADORA Y DISTRIBUIDORA DIZUMAC CIA.LTDA.	\$75.219	\$80.673	\$17.318	\$43.813	\$5.995	\$37.469	\$10.757	\$40.364	\$18.186	-\$237	\$22.088
MISTER-BRAT S.A.	\$2.447	\$1.922	\$2.078	\$3.845	-\$1.177	\$2.773	\$166	\$729	\$277	-\$17	\$588
MEXCE S.A.	\$65.058	\$131.302	\$33.782	\$93.328	\$12.544	\$76.853	\$21.831	\$32.755	\$13.492	\$5.233	\$12.486
GUEVARA VASCO CIA. LTDA.	\$730.506	\$567.670	\$705.300	\$567.680	\$310.939	\$2.579.858	\$40.396	\$435.244	\$334.346	\$6.288	\$270.120

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

### **Productos con mayor rotación en las empresas de consumo masivo**

La competitividad de los costos de las empresas de consumo masivo en la ciudad de Ambato, en cuanto al arroz, Industrial y comercial Castro Ojeda ICCO S.A. maneja un valor de 39,12 dólares, mientras que Roblestrans maneja un costo de 32,63 dólares, esto se produce a los proveedores que se manejan las empresas directas monopolizando la adquisición de arroz. En cuanto al azúcar el mayor competidor con un número de ventas de 13065 unidades es Roblestrans, es bueno recalcar que en el Ecuador la empresa que maneja el monopolio de azúcar es Azucarera Valdez S.A., que asigna monto de compras a sus clientes manejando el precio de venta por el monto de ventas. Para posterior el mayor número ventas lo posee la distribuidora Roblestrans en aceite con un costo de 31,25 dólares, en pollo por 60,33, Encomeca posee el costo más competitivo en cuestión de Leche, Prodytrading en un costo de 32 en queso, Mexce muestra el costo más competitivo en Supan y Atún, en cuanto al café la Importadora Immaka maneja un costo de 15,23, la empresa Romprad oferta el Yogurt a un costo de 20,36 y la distribuidora Dipor S.A. comercializa una cantidad de 695 314 unidades a un costo de 32,69 dólares, para el precio final se ha considerado una utilidad del 15% y los costos correspondientes al transporte, almacenamiento y despacho de cada uno de los productos. Cada una de las empresas donde más reflejan sus ventas, es porque tienen convenios con las empresas productoras o manejan marca propia, de esta manera controlan los montos que compra de su competencia.

#### **4.1.2 Cálculo de ratios financieros**

La aplicación de ratios financieros permite conocer el comportamiento de los rubros y la tendencia en el tiempo a partir de los cuales es posible tomar decisiones acertadas, dicho de otra manera, facilitan la realización de un benchmarking frente a las actividades similares del entorno.

Las formulaciones para la obtención de cada uno de los indicadores se encuentran basados en lo que dispone la Superintendencia de compañías.

#### 4.1.2.1 Indicadores contribuyentes especiales

**Tabla 17:** Indicadores Contribuyentes especiales

(Expresado en porcentajes)

EMPRESA		DISTRIBUIDORA IMPORTADORA DIPOR S.A.		REPRESENTACIONES J. LEONARDO SORIA L. CA		PYDACO PRODUCTORES Y DISTRIBUIDORES COMERCIALES CIA.LTDA.		INDUSTRIAL Y COMERCIAL CASTRO OJEDA ICCO SA		REPREMARVA CIA. LTDA.	
RUC		990789061001		1890086019001		1790599051001		1890089239001		1891752411001	
PERIODO FISCAL		2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019
<b>INDICADORES DE LIQUIDEZ</b>											
LIQUIDEZ CORRIENTE	=	91%	156%	124%	137%	158%	172%	154%	147%	100%	108%
PRUEBA ÁCIDA	=	64%	118%	81%	86%	135%	137%	102%	81%	63%	66%
<b>INDICADORES DE GESTIÓN</b>											
ROTACIÓN DE CARTERA	=	13,0	14,1	6,5	7,4	8,6	9,0	5,3	5,2	3,7	3,9
ROTACIÓN DE ACTIVO FIJO	=	8,2	9,9	10,5	14,9	12,4	46,8	7,2	5,7	40,9	33,8
ROTACIÓN DE VENTAS	=	5,3	4,7	3,1	3,1	3,4	3,3	2,5	2,0	2,3	2,4
PERÍODO MEDIO DE COBRANZA	=	28,1	26,0	55,9	71,7	4,5	4,1	41,1	50,7	44,9	40,2
ROTACIÓN DE INVENTARIOS	=	21,7	22,2	9,2	8,9	27,0	17,0	8,0	4,5	6,0	5,9
ROTACIÓN DE ACTIVOS	=	8,2	9,9	10,5	14,9	12,4	46,8	7,2	5,7	40,9	33,8
<b>INDICADORES DE RENTABILIDAD</b>											
ROA	=	6%	7%	3%	12%	17%	15%	3%	9%	7%	9%
ROE	=	36%	29%	13%	49%	38%	34%	8%	21%	260%	101%
ROS	=	1%	1%	1%	4%	5%	5%	1%	4%	3%	4%
MARGEN BRUTO	=	19%	23%	9%	9%	20%	23%	8%	9%	6%	7%
MARGEN OPERACIONAL	=	62%	61%	13%	13%	49%	52%	3%	5%	152%	54%
RENTABILIDAD OPERACIONAL DEL PATRIMONIO	=	62%	61%	13%	13%	49%	52%	3%	5%	152%	54%

## **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

### **INDICADORES - CONTRIBUYENTES ESPECIALES**

Al hablar de liquidez, del total de la muestra de los Contribuyentes especiales dedicados a la actividad de comercialización de productos de consumo masivo; Pydaco Productores y Distribuidores Comerciales Cía. Ltda., posee mayor capacidad para cumplir sus obligaciones inmediatas en el año 2019 con mayor proporción que en año anterior, por otra parte, la empresa Repremarva Cía. Ltda., se sitúa en el quinto lugar de 5 instituciones analizadas pues su capacidad de hacerle frente a sus obligaciones a corto plazo es menor en comparación a las demás empresas.

De igual manera, Pydaco tiene la capacidad de cubrir la negociación con los proveedores en una proporción de 0.35 centavos por cada dólar durante el año 2018, mientras que para el año 2019 puede cubrirlo con 0.37 centavos de dólar, en este sentido la empresa que presenta mayores complicaciones es Repremarva pues no podría negociar con sus proveedores o acreedores pues el indicador de prueba ácida es menor a 1.

En cuanto a los indicadores de solvencia, la entidad Pydaco y Distribuidores Comerciales Cía. Ltda. detectada con mayor déficit de financiamiento del activo, pues en el 2019 apenas el 54%, aunque en el 2018 este activo se veía financiado por el 55% de los pasivos, la empresa con mejores resultados es Repremarva, cuyos activos son financiados por el 91% de los pasivos.

El endeudamiento de terceros constituido en el pasivo total de Repremarva, representa el 3802% del patrimonio de la empresa. Si bien esto otorga solvencia, pero representa mayor riesgo para los accionistas al ser ellos los que financian en mayor porcentaje a la empresa, por otra parte, la empresa Pydaco se encuentra al final de los resultados financieros en comparación con las demás instituciones.

En cuanto al endeudamiento sobre el activo fijo, para el caso de Pydaco los rubros de los activos fijos son financiados por el patrimonio neto sin ninguna complicación y sin recurrir a financiamientos, mientras que para Dipor S.A. su patrimonio neto no cubre al activo fijo por lo que requiere financiarse por los acreedores.

Al aplicar el indicador de apalancamiento, se obtiene que Repremarva tiene una deuda de 0.02 centavos por cada 39 dólares en el 2018 mientras que para el 2019 adeuda 0.51 centavos por cada unidad de dólar, por otra parte, Pydaco mantiene un índice de deuda de 21 centavos por cada dólar en el 2018 y en el 2019 de 18 centavos. El apalancamiento financiero mediante su aplicación, demuestra que para Pydaco es rentable recurrir a la fijación ajena, así como para las demás instituciones en especial por la compañía Repremarva.

Después de aplicar los indicadores de rentabilidad se determinó que la empresa Pydaco posee un rendimiento neto sobre los activos en el año 2018 de 17.3% y en el 2019 de 15,4%, a pesar de dicha disminución en el resultado, se ubica como la empresa calificada como contribuyente especial mejor situada, por otra parte, la entidad Industrial y Comercial Castro Ojeda posee un rendimiento de 3.1% en el 2018 y 8.5% en el 2019 lo que indica que aunque se ubique al final del ranking, va en ascenso por su incremento en las ventas.

Por otra parte, la utilidad neta en relación con el patrimonio neto de la empresa Repremarva asciende a 260,4% en el 2018 y el 101,3% en el 2019, dichos porcentajes corresponden al rendimiento recibido por los socios en los años correspondientes, Industrial y Comercial Castro Ojeda ICCO S.A., obtuvieron un resultado de 7,6% en el año 2018 y 21% en el 2019 siendo el rango más bajo en relación a la muestra de estudio.

La entidad que obtuvo mayor beneficio después de ventas es Pydaco con un 5.1% en el 2018 y 4.6% en el año 2019; y la Distribuidora e importadora Dipor se ubica al final con un índice de beneficios que alcanza el 1.1% para el 2018 y 1.5% durante el año 2019, así mismo, para saber cuál es la utilidad de las instituciones después de haber asumido sus costos se aplicó el indicador del Margen bruto, en el cual, Pydaco encabeza el indicador con un 19.7% para el 2018 y 22.5% en el 2019, mientras que Repremarva mostró un resultado de 5.9% y 7.3% en el 2018 y 2019 respectivamente.

El margen operacional de las instituciones indica que Repremarva poseía una utilidad operacional de 152% en el año 2018 mientras que para el 2019 su indicador bajo en un 98,4%, eso se debe a los bajos costos de operación relacionados con el ingreso, Dipor obtuvo un descenso de utilidad del 1.7%, Representaciones J. Leonardo Soria

disminuyó en un 0.1%, por otro lado Pydaco incrementó su utilidad de 49.3% a 52.1% al igual que Industrial y comercial Castro Ojeda ICCO S.A. en 1.4% lo que significa que después de haber asumido todos los costos que implica la actividad, siguen siendo rentables.

La Rentabilidad operacional del patrimonio sirve para identificar la rentabilidad que se puede ofrecer a los socios o accionistas dependiendo del capital aportado en la empresa, así la institución con mejor oferta para después del ejercicio fiscal 2019 es Dipor con 0.61%, seguido por Repremarva con un 0.54% seguido y Pydaco con 52%.

En cuanto a la gestión empresarial, la empresa con una aceptable rotación de cartera es Dipor S.A., pues el indicador demuestra que las cuentas por cobrar rotan 14.06 veces al año durante el 2019, un escenario diferente es el de la empresa Repremarva, cuya rotación sucede 3.91 veces al año, Pydaco por su parte posee una elevada rotación de activos fijos (46.80 veces al año) y Dipor una significativa rotación en ventas (4.73 veces al año), en cuanto al periodo medio de cobranza, la empresa Representaciones J. Leonardo Soria tarda 72 días en cobrar dinero a sus clientes por motivo de sus deudas, Industrial y Comercial Castro Ojeda tarda 51 días, Repremarva 40, Dipor 30 y Pydaco apenas 4 días.

**Tabla 18:** Indicadores de personas jurídicas o sociedades

(Expresado en miles de porcentajes)

EMPRESA	ENCOMECA, ENLACE COMERCIAL ECUATORIANO CIA. LTDA		IMPORTADO RA IMMAKA S.A.		ROBLESTRA NS CIA. LTDA.		SALCEDO & ROBLES CIA. LTDA.		PRODIGYTR ADING IMPORTACI ONES & EXPORTACI ONES S.A.		MEXCE S.A.		GUEVARA VASCO CIA. LTDA.		
	1891721613001	992394803001	1891733859001	1891733859001	1792298741001	1791349482001	1891718094001								
PERIODO FISCAL	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	
<b>INDICADORES DE LIQUIDEZ</b>															
LIQUIDEZ CORRIENTE	=	104%	106%	131%	121%	131%	123%	118%	117%	195%	161%	157%	1593%	144%	146%
PRUEBA ÁCIDA	=	59%	66%	70%	49%	106%	77%	72%	67%	78%	54%	135%	1282%	136%	137%
<b>INDICADORES DE GESTIÓN</b>															
ROTACIÓN DE CARTERA	=	4,73	5,15	10,56	13,09	7,08	4,24	5,90	4,35	15,09	15,31	3,63	4,17	2,68	2,51
ROTACIÓN DE ACTIVO FIJO	=	34,50	36,28	4,15	3,18	8,94	5,04	40,74	31,22	13,44	13,26	10,50	3,46	42,97	69,59
ROTACIÓN DE VENTAS	=	2,50	2,83	1,14	1,22	1,88	1,47	2,09	2,12	3,87	1,44	1,07	1,50	2,15	2,15
PERÍODO MEDIO DE COBRANZA	=	77,1	93,1	184,5	153,0	146,3	188,2	173,8	146,45	24,19	23,85	100,6	87,62	136,42	145,70
ROTACIÓN DE INVENTARIOS	=	5,57	6,94	1,98	1,91	9,92	0,01	5,24	4,84	5,13	1,69	4,34	5,97	34,44	27,26
ROTACIÓN DE ACTIVOS	=	0,21	0,19	0,09	0,08	0,14	0,24	0,17	0,23	0,00	0,00	0,28	0,24	0,37	0,40
<b>INDICADORES DE RENTABILIDAD</b>															
ROA	=	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
ROE	=	43%	67%	20%	11%	16%	7%	23%	17%	19%	0%	12%	0%	74%	45%
ROS	=	1%	1%	3%	1%	3%	2%	2%	2%	1%	0%	3%	0%	8%	5%
MARGEN BRUTO	=	9%	11%	30%	35%	10%	100%	7%	7%	30%	25%	47%	50%	17%	22%
MARGEN OPERACIONAL	=	58%	70%	17%	13%	19%	4%	28%	28%	22%	11%	14%	1%	85%	801%
RENTABILIDAD OPERACIONAL DEL PATRIMONIO	=	58%	70%	17%	13%	19%	4%	28%	28%	22%	11%	14%	1%	85%	801%

## **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

### **INDICADORES PERSONAS JURÍDICAS – SOCIEDADES**

Lego de haber realizado un análisis minucioso en base a la aplicación de los diferentes indicadores, la liquidez demostrada mediante el indicador de liquidez corriente, la mejor posición la tiene la sociedad Mexce S.A. con un 15.93% de capacidad para hacerle frente a sus obligaciones a corto plazo, la prueba ácida hace referencia a una liquidez sin tomar en consideración al activo con mayor rotación que es el inventario en el que Mexce se encuentra en óptimas condiciones, por el contrario, la empresa que presenta problema es Dizumac S.A. con una liquidez corriente de 0.93% y prueba ácida de 0.32%.

La rentabilidad se la pudo analizar mediante la aplicación de indicadores como el ROA, ROE y ROS que realizan una comparación de la utilidad neta con el activo total, patrimonio neto y ventas netas, en este sentido, la empresa Romprad S.A. poseía un índice del 25.5% en beneficios en relación a sus activos, sin embargo, para el año 2019 se redujo a apenas el 0.3% por lo que se puede deducir a simple vista que sus ventas se redujeron significativamente, al comparar su utilidad neta con el patrimonio la entidad obtiene un resultado con la misma lógica, pues en el 2018 se mantenía un índice del 40.8% mientras que para el año 2019 descendió al 0.5%, al relacionar el patrimonio con las ventas netas se pudo identificar que su generado de rentabilidad no son las ventas para dichos períodos de estudio.

Para identificar los beneficios de las empresas después de haber asumido todos los costos de la actividad, se aplicó el indicador del margen operacional, el cual compara la utilidad operacional y el patrimonio, la empresa Roblestrans Cía. Ltda., se encuentra muy bien posicionada pues mantuvo un margen bruto del 9,7% durante el 2018 y de 99,8%

en el 2019, ahora, al correlacionar la utilidad operacional de las sociedades y el patrimonio para saber la oferta de rentabilidad que se puede ofrecer a los socios conforme al monto de capital aportado se aplicó el indicador de rentabilidad operacional del patrimonio, en el cual la empresa Guevara Vasco Cía. Ltda.



Destacó notablemente sobre las demás sociedades obteniendo una rentabilidad del 0,85% en el 2018 y 8,01% en el 2019 por lo que puede ofertar favorablemente a los beneficios de los accionistas o socios.

La gestión de la entidad pudo ser medida bajo indicadores como la rotación de cartera, de los activos fijos y ventas, de esta manera, la empresa Dizumac encabeza los resultados demuestran que la entidad posee un nivel de rotación de 34,35 veces en los cuales se hicieron efectivas las cuentas por cobrar durante un año, por otra parte Guevara Vasco Cía. Ltda. posee una rotación superior a las demás empresas de la muestra de 69,59 veces que rotan los activos fijos durante el año, en cuanto a la rotación en ventas Guevara Vasco Cía. Ltda., vuelve a ocupar el mismo lugar con una rotación de 2,15 veces en las que las ventas cubren los activos en el año. En cuanto al periodo medio de cobranza, la entidad que menos tiempo destina a la cobranza de los clientes es Dizumac con 10,62 días, mientras que Roblestrans posee una rotación de 188 días.

### 4.1.3 Determinación de los factores de asignación e inductores del costo

**Tabla 19:** Indicadores de personas jurídicas o sociedades

(Expresado en miles de dólares)

ENTIDAD	R					v= valor unitario del ítem (\$)													VNR		A		B
	Costo de espacio y Almacén	Costo Anual de mantenimiento M=Q/2 = iC Q/2	Costo Anual de Colocación del pedido S= D/Q	Costo relevante total del inventario "= Σ M + S	Costos de riesgo (obsoles, deterioro y depr inv)	Arroz (QQ)	Azúcar (QQ)	Aceite (cartones de 12)	Pollo gavetas de 10 pollos	Leche (cartones de 12)	Queso (gavetas de 24 queso s)	Supa n (cartones de 12)	Atún (cartones de 48 unidades)	Café (de pasar 200G RX4 0U)	Yogurt (cartones de 48 unidades)	Detergente (quintales de 50 fundas)	OTROS	Transporte de mercadería	Publicidad y propaganda	OTROS (ER)	Depreciaciones (ER)	2%	
																							Costo faltante de inventario
DISTRIBUIDORA IMPORTADORA DIPOR	1%	\$12.331.485	\$33	\$12.331.518	\$11.906.543	\$38	\$46	\$31	\$61	\$15	\$58	\$15	\$33	\$17	\$22	\$33	\$1	\$-	\$-	\$1.249.956	\$2.131.598	\$5.398.941	
REPRESENTACIONES J. LEONARDO SORIA	2%	\$273.193	\$30	\$273.223	\$180.248	\$35	\$46	\$32	\$61	\$14	\$58	\$15	\$33	\$16	\$23	\$33	\$6	\$3.105	\$1.384	\$10.457	\$18.813	\$118.991	
PYDACO PRODUCTORES Y DISTRIBUIDORES COMERCIALES	1%	\$5.046.548	\$25	\$5.046.573	\$2.765.906	\$36	\$45	\$33	\$60	\$14	\$58	\$15	\$34	\$16	\$23	\$33	\$1	\$26.848	\$54.943	\$49.879	\$325.646	\$1.744.863	
INDUSTRIAL Y COMERCIAL CASTRO OJEDA ICCO	3%	\$592.117	\$22	\$592.139	\$244.879	\$39	\$48	\$38	\$60	\$15	\$59	\$14	\$34	\$16	\$22	\$33	\$4	\$11.918	\$-	\$21.770	\$127.483	\$167.595	
REPREMARVA	3%	\$500.818	\$29	\$500.847	\$386.489	\$34	\$45	\$39	\$61	\$15	\$57	\$15	\$34	\$16	\$22	\$33	\$9	\$40.181	\$-	\$5.653	\$54.225	\$215.365	
DISTRIBUIDORA SUAREZ HERMANOS DISTRISUAR	2%	\$-	\$-	\$-	\$-	\$33	\$42	\$39	\$61	\$15	\$59	\$14	\$33	\$16	\$23	\$33	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	
ENCOMECA. ENLACE COMERCIAL ECUATORIANO	2%	\$188.102	\$36	\$188.138	\$176.043	\$38	\$48	\$35	\$61	\$14	\$55	\$14	\$33	\$16	\$22	\$33	\$0	\$3.105	\$1.384	\$3.515	\$-	\$88.866	
IMPORTADORA IMMAKA	3%	\$98.206	\$31	\$98.237	\$61.108	\$38	\$45	\$36	\$61	\$15	\$56	\$14	\$33	\$15	\$22	\$33	\$6	\$26.848	\$54.943	\$-	\$75.080	\$39.410	
ROBLESTRANS	3%	\$243	\$31	\$274	\$172	\$33	\$47	\$39	\$61	\$14	\$55	\$14	\$33	\$16	\$22	\$33	\$6	\$11.918	\$-	\$-	\$31.579	\$117	
SALCEDO & ROBLES	2%	\$136.487	\$28	\$136.516	\$90.193	\$33	\$45	\$32	\$61	\$14	\$56	\$14	\$34	\$17	\$22	\$33	\$0	\$40.181	\$-	\$-	\$18.554	\$59.273	
PRODIGYTRADING IMPORTACIONES & EXPORTACIONES S	2%	\$73.865	\$29	\$73.894	\$63.537	\$38	\$42	\$31	\$60	\$14	\$32	\$15	\$34	\$16	\$22	\$33	\$3	\$23.089	\$3.996	\$-	\$-	\$28.212	
COMERCIALIZADORA Y DISTRIBUIDORA DIZUMAC	2%	\$40.317	\$33	\$40.350	\$28.777	\$39	\$43	\$34	\$60	\$14	\$55	\$15	\$34	\$17	\$22	\$33	\$1	\$16.573	\$7.602	\$9.538	\$8.296	\$16.856	
SERVICIOS Y REPRESENTACIONES ROMPRAD	2%	\$-	\$-	\$-	\$-	\$39	\$41	\$33	\$61	\$14	\$55	\$15	\$33	\$16	\$20	\$33	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	
MISTER BRAT	2%	\$1.472	\$31	\$1.503	\$1.585	\$34	\$44	\$37	\$62	\$15	\$57	\$14	\$33	\$16	\$21	\$33	\$2	\$-	\$-	\$-	\$987	\$674	
DIFAL	1%	\$-	\$-	\$-	\$-	\$33	\$42	\$36	\$60	\$15	\$29	\$14	\$33	\$16	\$23	\$33	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	
CONFIGRAN	2%	\$-	\$-	\$-	\$-	\$37	\$45	\$30	\$59	\$15	\$59	\$15	\$31	\$16	\$23	\$33	\$-	\$-	\$-	\$-	\$245	\$-	
MEXCE	3%	\$58.694	\$31	\$58.725	\$47.254	\$36	\$44	\$32	\$63	\$14	\$59	\$14	\$32	\$17	\$23	\$33	\$7	\$49.363	\$93.099	\$1.111	\$-	\$25.309	
GUEVARA VASCO	2%	\$667.693	\$31	\$667.724	\$420.234	\$36	\$48	\$34	\$60	\$15	\$58	\$14	\$33	\$16	\$23	\$33	\$0	\$61.456	\$578.118	\$382	\$52.594	\$285.012	

r= Costo de llevar o mantener el inventario

v= valor unitario del ítem

A= costo de ordenamiento

B= Costo de faltante de inventario

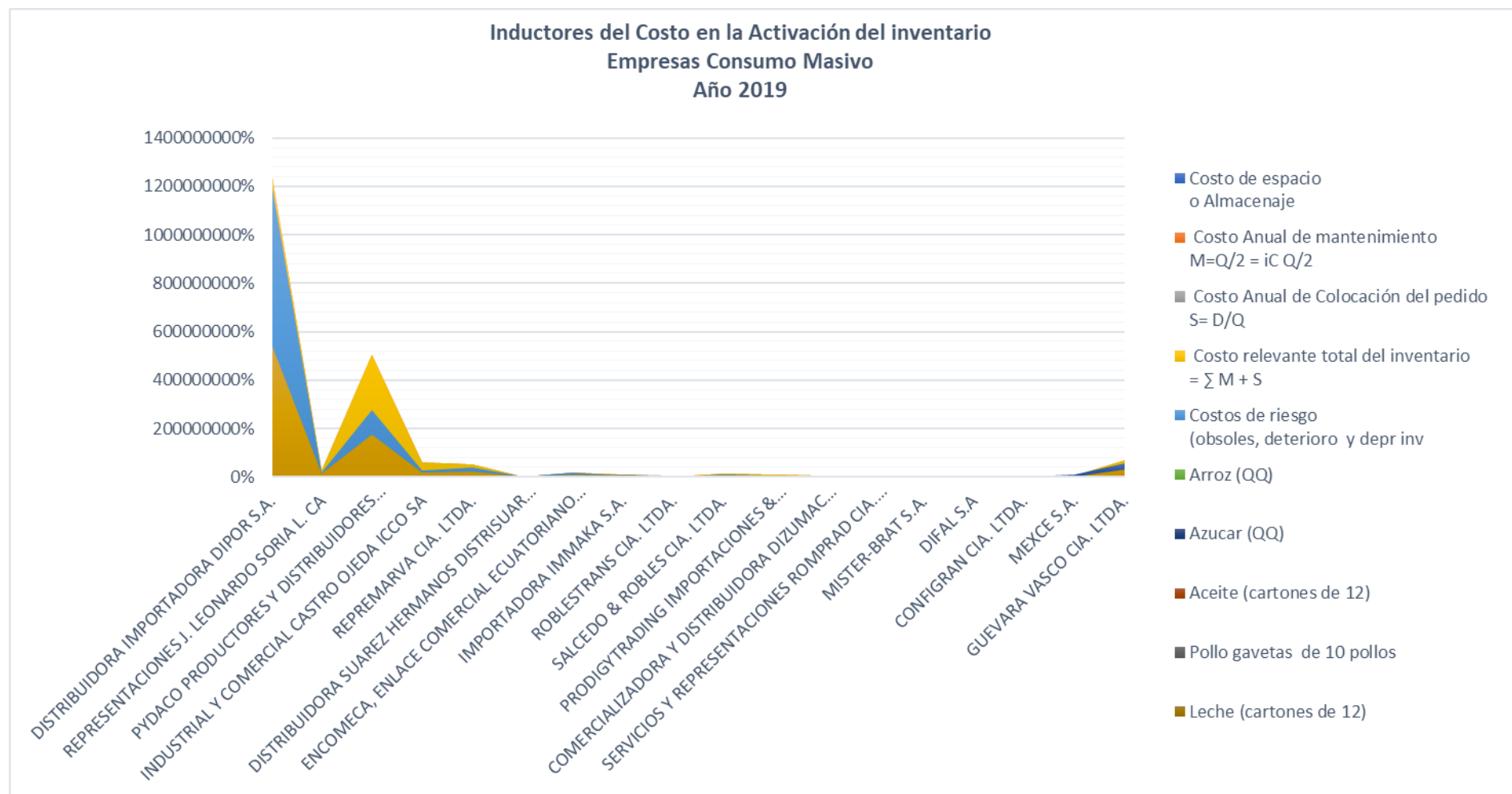
M= Costo de mantener una unidad en inventario durante un año

Q= Cantidad ordenada en cada período en unidades

i= Tasa de costo de manejo expresada como porcentaje del valor de inventario en \$ por año

C= Costo del artículo por unidad

**Figura 6:** Inductores del costo en la Activación del inventario - Empresas de consumo masivo



### **Interpretación:**

Se observa que las entidades no han tomado en cuenta costos que deben estar incluidos en la información financiera este es el caso del: Costo de espacio o Almacenaje, el Costo Anual de mantenimiento, el Costo Anual de colocación del pedido, el Costo relevante total del inventario, el Costos de riesgo por obsolescencia y las depreciaciones, como también el valor neto de realización, los gastos por transporte y publicidad propaganda que no se incluye en la asignación del costo de ventas al momento de determinar el precio de venta real, y otro factor también son los costos por falta de stock.

Se concluye que el costo de riesgo y coste de almacenamiento son los inductores que afectan más al inventario, y las empresas con mayor presencia, en el mercado son Distribuidora Importadora Dipor S.A, Representaciones J. Leonardo Soria L. CA, Pydaco Productores y Distribuidores Comerciales Cia.Ltda, Industrial y Comercial Castro Ojeda ICCO SA y Repremarva Cia. Ltda.

#### **4.1.3.4 Políticas contables**

Las empresas dedicadas a la actividad venta de producto de consumo masivo en Ambato, actualmente no manejan completamente las existencias bajo las normativas de forma general sino parcial, esto es un preponderante para que tomen de referencia el presente estudio y empiecen a hacer cambios en sus políticas contables internas.

El fin será tener un control en cuanto a la rotación, utilidad, tiempo de vida, mercado entre otros, es uno de los procedimientos más costosos para este grupo empresarial, pero si no se llevara a cabo se presentarían inconvenientes tales como desabastecimiento y mayores costos, los factores que tienen que ver con estas son: 1) Un control persistente en medio de los procesos, 2) Medición y análisis adecuado, 3) Su rentabilidad, 4) Precios, ventas, valor, 5) Valor por unidad y 6) Actividades participativas entre servicios y productos.

##### **a) Factores Influyentes Política de Inventarios**

A continuación, encontraremos los Factores influyentes en la política de inventarios para empresas de consumo masivo

- Se debe diseñar una red de suministro a los puntos de venta y consumo, garantizando el nivel del servicio que se brinde en la distribución de los productos, para determinar la configuración de la red de suministros.
- Se debe aplicar una reducción de la cantidad de proveedores, en donde una de las estrategias de compra más utilizada será la de efectuar la compra al proveedor que presente una propuesta con el menor costo posible, sin olvidar el análisis de los proveedores, y que estos posean una variedad en los productos o servicios que ofrecen.
- **Factores de venta de productos o de servicios**

Las políticas de venta de producto deberán estar enlazadas al servicio que se realice y que genere un valor agregado al producto, si el cliente no tiene la suficiente información del producto que va a adquirir entonces se presentaran diferencias después de la venta o simplemente el cliente optara por no adquirir el producto.

- **Estrategias de ventas y variación del precio del producto**

La estrategia que manejarán las entidades dependerá de la rotación del producto, en cuanto en el cambio de imagen o presentación, nuevos productos innovadores, todo con el fin de satisfacer las necesidades del cliente final, como el incremento de productividad y distribución, lo cual se obtiene la organización de los inventarios, que presentan un resultado en lo consumido durante un determinado tiempo, esto implica una motivación al cliente, por propuestas adecuadas, por los recursos que ofrece la tecnología, para que los compradores seleccionen las propuestas provenientes y adecuadas a las necesidades de ellos

- **Sistema de información y comercio electrónico**

Es un medio comunicativo del comercio nacional permite manejar una estructura comercial en los mercados controlando, planificando y desarrollando las diferentes actividades dentro de cada una de las entidades , con el fin de comercializar el producto en el mercado, esto se debe a la obtención de la información consultante a los inventarios. Por este motivo un medio informático es la publicidad electrónica lo cual da una información de los beneficios calidad y costo del producto, lo puede adquirir de cualquier parte del mundo ya que se presentan medios tecnológicos en la

comercialización, por medio de unos inventarios que contribuyen una metodología en base de la demanda del pronóstico, competitividad y economía que presente esto influye en el crecimiento de venta y así mismo, se genere más producción de lo acorde en lo anterior, porque se da a conocer el producto en diferentes lugares, presentando una imagen, calidad y beneficios prestados en cuanto a las necesidades de los clientes.

- **Capacidad logística y trazabilidad en los procesos**

La capacidad física que representa la empresa para el comercio del producto, comprende la situación financiera a sustentos de la empresa determina monto de dinero, lo cual requiere un control fuerte en la distribución y entrega de mercadería, estos métodos son influyentes en la competitividad de la empresa en los mercados comerciales, dando como resultado una construcción de diferentes actividades del almacén con un objetivo de crecer las ventas, lo puede hacer por medio de la calidad del producto servicio al cliente, costos o valor y entrega oportuna, esto implica la trazabilidad que tenga la empresa determinad, hasta donde puede llegar y competir en los mercados, teniendo el control de actividades y garantizando el flujo del producto desde el inicio hasta el fin, con una orientación de los proveedores y la empresa hacia el cliente y consumidor esto se caracteriza en la unión de empresas con el fin de darle una comercialización a un producto, por medio de una administración interna con estrategias objetivos misiones y visiones, garantiza las necesidades de los clientes o consumidores la capacidad de una empresa logística requiere en la competitividad del producto, por medio de unas actividades de compras almacenamiento distribución entrega y transporte lo cual satisface las necesidades de los clientes, en el siguiente video muestra la capacidad logística del TLC en Colombia por este motivo la nación no se adapta a la logística del comercio exterior lo cual se incrementa costos y gastos operacionales que llevan una trazabilidad de comercialización del producto.

- **Competencia en los mercados y vida útil del producto**

Las competencias que tiene una empresa participe en ese hábito de los mercados, están representados por la calidad del producto y servicios prestados, lo cual funciona un ciclo de compra y venta, ya que el producto necesita la unión de varias

empresas, para darse a conocer en los mercados, esto implica en la organización de la estructura e infraestructura de una empresa, con un objetivo de darse a conocer nacional e internacional mente en los consumidores, por medio de sistemas publicitarios y beneficios del producto, están representados por las demandas de los clientes, son cualidades de las características de producto, en lo cual describe la utilidad, tiempo de duración, garantía del consumo y composición, por esta causa un producto tiene una fecha de inicio o vida y también se presenta una fecha de vencimiento o muerte, estos métodos son administrados por los sistemas de inventarios de una organización.

- **Situación financiera**

Es el estado de los recursos de la empresa, lo cual cuenta para las inversiones que debe hacer en el transcurso del tiempo, esto determina para las operaciones, procesos y administración de las actividades, permite la señalización del crecimiento económico de la organización o pérdidas presentadas, los estratos financieros son obtenidos del análisis en la rentabilidad, recursos, beneficios y pérdidas presentadas en la comercialización del producto, son influyentes en la orientación y toma de decisiones en el transcurso del tiempo, con el propósito de controlar las diferentes actividades que lo lleven a lograr los objetivos previstos, consolidados en el crecimiento de la empresa en lo nivel productivo y comerciable.

- **Acuerdo con proveedores**

Los acuerdos que hacen los proveedores tienen un fin de comercializar el producto en los mercados, logrando objetivos de consumo y competitividad en el comercio, como prestado un servicio en la empresa mediante, planeación, estrategia, orientación y resultado de negociaciones, permite ahorro de tiempo, dinero y riesgos operacionales, por medio de un esfuerzo agradable y colaborativo entre empresas, con el pronóstico de mejorar la relación comercial en los hábitos de los mercados.

- b) Políticas Contables**

- 1. Objetivo**

- Prescribir las directrices y lineamientos para la correcta administración y control de los inventarios en nombre de las empresas de consumo masivo de la ciudad de

Ambato; incluyendo el reconocimiento, medición deterioro y revelación de las transacciones relacionadas con estos bienes.

## **2. Reconocimiento**

Las empresas deberán reconocer la producción o adquisiciones de bienes como inventarios siempre y cuando cumpla con los criterios de reconocimiento esto es:

- (a) Son mantenidos para la venta en el curso normal de las operaciones;
- (b) Están en proceso de producción con vistas a esa venta; o
- (c) Se encuentran en forma de materiales o suministros, para ser consumidos en el proceso de producción, o en la prestación de servicios.

La entidad establece los siguientes grupos de inventarios:

Inventario de producto terminado

Inventarios comercializados nacionales

Otras clasificaciones referentes para permanencia de inventario o deterioros.

Con la finalidad de verificar las condiciones y evaluar los controles de los inventarios se procederá a realizar tres tomas físicas anualmente. Donde la primera toma física será sorpresiva en el transcurso de cada año, mientras que la segunda se realizará en el primer semestre del año y la tercera será efectuada al cierre de cada ejercicio fiscal.

## **3. Medición de los inventarios**

Inicialmente, las empresas medirán los inventarios a su costo. Si el pago se aplaza más allá de los términos normales de crédito, este costo será el valor presente de los pagos futuros descontados a una tasa de interés.

Posterior al reconocimiento, La entidad medirá los inventarios al importe menor entre:

- (1) El costo
- (2) El precio de venta estimado menos los costos de venta.



El costo será medido utilizando los métodos de promedio ponderado, Utilizará la misma fórmula de costo para todos los inventarios que tenga una naturaleza y uso similares.

Las entidades deberán medir los inventarios a su precio de venta menos los costos de terminación y ventas y se compara con los importes en libros, con la finalidad de evaluar al final de cada periodo sobre el que se informa si los inventarios están deteriorados, es decir, si el importe en libros no es totalmente recuperable (por ejemplo por daños, obsolescencia o precios de venta decrecientes) y poder reconocer una pérdida de deterioro por deterioro de valor de los mismos con cargo a los resultados del periodo.

### **1. Medición inicial**

Las empresas, evaluará dada la fecha sobre lo que se informa si ha habido un deterioro de valor de los inventarios con su precio de venta menos los costos de terminación y venta.

Si al realizar la elevación anteriormente indicada, el inventario refleja un deterioro de valor, se reducirá el importe en libros del inventario a su precio de venta menos los costos de terminación y venta, reconociendo esta pérdida por deterioro de valor en resultados.

Las entidades en cada fecha deberán informar, si ha habido un deterioro a su precio de venta menos los costos de terminación y resultados de venta.

Si al realizar la evaluación anteriormente indicada, el inventario refleja un deterioro de valor, se reducirá el importe en libros del inventario a su precio de venta menos los costos de terminación y venta, reconociendo esta pérdida por deterioro de valor en resultados.

Las entidades aplicarán las siguientes pruebas a los inventarios:

2. De rotación para medir los excesos y el posible deterioro
3. Costos de riesgos de caducidad para medir los deterioros por obsolescencia
4. De valor neto de realización para medir posibles deterioros por pérdida del valor.

5. De costo de espacio o almacenaje
6. De costo anual de mantenimiento
7. De costo anual de colocación del período
8. Costo relevante total del inventario
9. Costos de riesgos
10. Asignación del costo faltante del inventario

Las empresas incluirán en el costo de los inventarios todos los costos de compra, costos de transformación y otros costos incurridos para darles su condición y ubicación actuales.

El precio de adquisición de la materia prima comprenderá el precio de compra, transporte, almacenamiento y otros costos directos atribuibles a la adquisición de los materiales.

Cuando el costo de adquisición de los materiales comprenda descuentos, rebajas y otras partidas similares estas se reducirán para determinar dicho costo.

Cuando la empresa adquiera inventarios con pago aplazado, si el acuerdo de compra contiene un elemento de financiación como puede ser, por ejemplo, la diferencia entre el precio de adquisición en condiciones normales de crédito y el importe pagado, este elemento se reconocerá como gasto por intereses a lo largo del periodo de financiación.

## **2. Medición posterior**

Las empresas evaluarán en cada período posterior al que se informa, el precio de venta menos los costos de terminación y venta de los inventarios.

Cuando se identifique un incremento de valor en el precio de venta menos los costos de terminación y venta, se revertirá el importe del deterioro reconocido.

En los estados se revelará: el importe de las pérdidas por deterioro del valor reconocido o revertido en resultados durante el periodo.

Se revelará la partida o partidas del Estado del Resultado Integral y del estado de resultados en las que se revirtieron pérdidas por deterioro del valor y las pérdidas por deterioro del valor reconocido en resultados durante el período.

### **3. Información a revelar**

Las entidades revelarán la siguiente información

- (a) Las políticas contables adoptadas para la medición de los inventarios, incluyendo la fórmula de costo utilizada.
- (b) El importe total en libros de los inventarios y los importes en libros según la clasificación apropiada para cada una de las empresas analizadas.
- (c) El importe de los inventarios reconocido como gasto durante el periodo.
- (d) Las pérdidas por deterioro del valor reconocido o revertidas en el resultado.
- (e) El importe total en libros de los inventarios pignorados en garantía de pasivos.

#### **Deterioro de existencias**

Cuando el valor neto realizable de las existencias, sea inferior a su precio de adquisición o a su coste de producción, se efectuarán las oportunas correcciones valorativas, reconociéndolas como un gasto en la cuenta de resultados.

El valor neto realizable, es el importe que las entidades, esperan obtener por su enajenación en el mercado, en el curso normal del negocio, deduciendo los costes estimados necesarios de la operación, así como en el caso de materias primas y productos en curso, los costes estimados para terminar su producción.

A efectos de determinar el deterioro de las materias primas, se tendrá en cuenta en lugar del valor neto realizable, el coste de reposición. En todo caso, no se deteriorarán, si las materias primas se incorporan a productos terminados, cuyo beneficio compense dicha pérdida.

El análisis de deterioro se realizará por cada una de las categorías de existencias. En el caso de existencias de servicios, se analizará el deterioro por cada uno de los servicios, con precio de prestación independiente.

Las hipótesis empleadas para calcular la posible pérdida por deterioro, deben ser razonables, realistas, y basadas en criterios que tengan una base empírica contrastada. En particular, deberá prestarse especial atención, a verificar que el plan

de negocios empleado por la empresa para realizar sus estimaciones, es acorde con la realidad del mercado, y las especificaciones de la empresa.

Cuando el valor neto realizable, sea inferior al valor razonable, la empresa contabilizará una pérdida por deterioro, si el valor neto realizable es inferior al valor en libros de las existencias.

Si las circunstancias que causaron la corrección del valor de las existencias, hubiesen dejado de existir el importe de la corrección valorativa, será objeto de reversión, reconociendo un ingreso de la cuenta de pérdidas y ganancias.

Recordar que valor neto realizable, es el importe que se puede obtener por la enajenación de un activo en el mercado, en el curso normal del negocio, deducidos los costes estimados necesarios para llevarla a cabo, así como en el caso de materias primas y de los productos en curso, los costes estimados necesarios, para terminar su producción o fabricación. Igualmente recordar, que valor de reposición, es el importe a satisfacer si se quiere adquirir el activo en el momento actual. Para determinar este valor, debe de examinarse cada elemento del activo, con el fin de cuantificar lo que le costaría a la empresa adquirir cada uno de esos elementos, teniendo en cuenta las características y condiciones de uso.

Como ya he indicado con anterioridad, de acuerdo con la normativa contable, las existencias deben valorarse por su valor neto realizable, cuando sea inferior al precio de adquisición, o coste de producción. En estas circunstancias, debe de realizarse la oportuna corrección valorativa, reflejándose un gasto en la cuenta de pérdidas y ganancias.

Cuando las citadas circunstancias, hayan dejado de existir posteriormente, la corrección debe revertirse, reconociendo el ingreso correspondiente.

Para las materias primas, no se registraran correcciones valorativas, siempre que se espere que los productos terminados a los que se incorporen, sean vendidos por encima de su coste. Sin embargo, cuando no se vaya a continuar con la fabricación del producto del que forman parte las materias primas, o estas no se vayan a utilizar en el proceso productivo, el valor neto realizable de las materias primas, será el importe que se puede obtener por su enajenación en el mercado, deduciendo los

costes estimados de venta necesarios para llevarla a cabo, si este último importe fuese menor que el precio de reposición.

Si fuera necesaria alguna corrección valorativa, el precio de reposición de las materias primas, puede ser la mejor medida del valor neto de realización.

Respecto a los bienes objeto de un contrato de venta en firme, no serán objeto de corrección valorativa, siempre que el precio pactado, cubra el precio de adquisición, o coste de producción más los costes pendientes de realizar necesarios para la ejecución del contrato.

Respecto de la información que ha de aparecer en la memoria de las cuentas anuales individuales y consolidadas, se precisarán los criterios de valoración, seguidos sobre correcciones valorativas por deterioro de existencias, así como el importe de dichas correcciones, y en su caso, de la reversión que se hubiese contabilizado. Asimismo, se desglosarán las circunstancias o eventos, que hayan producido cada pérdida por deterioro o su reversión. En aquellos casos en que el valor razonable de las existencias, sea inferior al valor neto realizable, en la memoria se deberá incluir toda la información significativa que justifique la diferencia entre ambos importes.

Cuando el (VNR) valor neto realizable, sea inferior al valor razonable, la empresa contabilizará una pérdida por deterioro si el valor neto realizable es inferior al valor en libros de las existencias. En estos casos, en la memoria también deberá incluirse toda la información significativa sobre el criterio aplicado, y las circunstancias que han motivado la corrección valorativa. Como podéis observar, nos encontramos ante una materia densa y compleja en todos sus aspectos y de la que merece la pena comentar amplia y tendidamente de cara a prevenir interpretaciones erróneas.

#### **4.2. Comprobación de hipótesis**

Para la comprobación de hipótesis de utilizará el estadígrafo Chi cuadrado de Pearson, debido a que se tienen observaciones independientes, las variables son incluyentes y cuantitativas, existen más de 50 observaciones, es decir se han obtenido datos de ratios financieros, tipos de inductores de costos entre otros.

#### 4.2.1 Hipótesis nula

**Ho:** La activación de inventarios no incide en las decisiones gerenciales de las empresas de consumo o masivo de la ciudad de Ambato.

#### 4.2.2 Hipótesis alternativa

**H1:** La activación de inventarios incide en las decisiones gerenciales de las empresas de consumo o masivo de la ciudad de Ambato.

#### 4.3. Tabla de contingencia

Tenemos la siguiente tabla de contingencia que refleja los datos de las entidades analizadas, referente a la activación de inventarios y decisiones gerenciales. ¿La activación de inventarios incide en las decisiones gerenciales de las empresas de consumo o masivo de la ciudad de Ambato? con un margen de error del 0,05

**Tabla 20:** Tabla de contingencia

TIPO DE VARIABLE	ACTIVACION DE INVENTARIOS				DECISIONES GERENCIALES				TOTAL
	Costo Anual de mantenimiento $M=Q/2 = iC$ $Q/2$	Costo Anual de Colocación del pedido $S= D/Q$	Costo relevante total del inventario $= \sum M + S$	Costos de riesgo (obsoles, deterioro y depr inv)	OTROS (ER)	Depreciaciones (ER)	2% Costo faltante de inventario	VNR	
Activación de Inventarios	27	3	27	16	3	5	12	53	146
Decisiones gerenciales	4,9				782,4				787,3
<b>Total</b>	77,9				855,4				933,3

**Fuente:** Empresas de consumo masivo Ambato

**Elaborado por:** El autor

**Nivel de significancia** = 0,05

Grado de libertad= (n-1) (n-1)= (2-1) (2-1)= 1\*1 =1 =  $x^2_t = 3,84$

Ft= (Activación de inventarios)= (77,9\*146) /933,3 = 12,18

Ft= (Decisiones gerenciales)= (855,4\*787,3)/933,3= 721.59

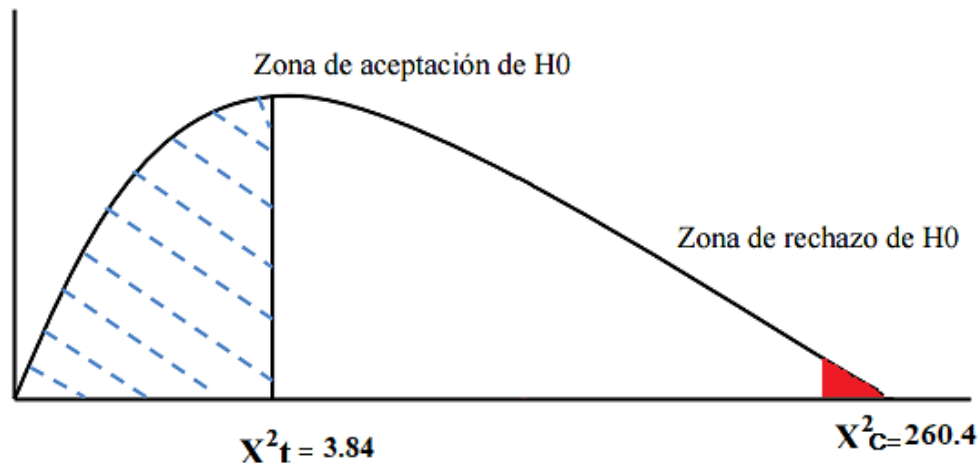
$$x^2 = \sum \frac{(f_o - f_e)^2}{f_e}$$

$$x^2 = \left[ \frac{(12.18 - 77.9)^2}{77.9} \right] + \left[ \frac{(721.59 - 855.4)^2}{855.4} \right] = 239,47 + 20,93$$

$$x^2_c = 260,4$$

$$x^2_t = 3,84$$

**Figura 7:** Chi Cuadrado-Campana de Gauss



**Fuente:** Fichas de Observación  
**Elaborado por:** El autor

### **Conclusión:**

Como se observa que  $260.4 x^2_c > a 3,84 x^2_t$ , se rechaza la hipótesis nula: activación de inventarios como variable independiente y las decisiones gerenciales como variable dependiente, se acepta la Hipótesis alternativa: La activación de inventarios incide en las decisiones gerenciales de las empresas de consumo o masivo de la ciudad de Ambato.

La presente investigación se comprueba la hipótesis porque se demuestra que la activación de inventarios, Si incide en las decisiones gerenciales, de las empresas de consumo masivo en la ciudad de Ambato, debido a que es evidente debido a la injerencia de la activación de inventarios en las decisiones gerenciales, por cuanto no se ha efectuado un adecuado análisis de los costos reales que intervienen en la comercialización de productos de consumo masivo en el grupo de empresas seleccionadas en el presente estudio.

## **CAPÍTULO V**

### **CONCLUSIONES**

#### **5.1. Conclusiones**

Después de analizados los datos y resultados evaluados, en concordancia con los objetivos e hipótesis de la presente investigación se ha llegado a las siguientes conclusiones:

Tomando en consideración el primer objetivo “Revelar los costos de adquisición en la activación del inventario que condicionan el precio de venta de los productos de consumo masivo al por mayor en las pequeñas y medianas empresas,”, se concluye que:

- Se observó que las entidades no revelan ni contabilizan los costos que condicionan el precio de venta, de los productos, por lo que se aplicó un VNR Valor neto de Realización bajo NIIF Pymes Sección 13, para aplicar un método de valoración acorde a la realidad de las empresas.
- Se determinó un cálculo adecuado mediante la aplicación de un reconocimiento inicial y posterior de los inventarios de acuerdo a la información financiera presentada en las entidades de control, adicional se pudo verificar que no se consideraba en la asignación del precio de venta el costo de transporte de las mercaderías, el costo de almacenamiento o bodegaje y el costo de despacho de productos, y se finalizó con la aplicación del Método Minoristas, que evidenció que no se está tomando en cuenta este tipo de costos al momento de elaborar la información financiera, esto repercute en utilidades irrisorias que no son reales y esto induce a pagos en exceso de impuestos y la inadecuada asignación de utilidades reales.

Tomando en consideración el segundo objetivo “Definir ratios financieras que identifica la capacidad financiera para las decisiones contables que permita aprovechar”, se concluye que: las oportunidades de mercado por medio de la rotación de los productos más representativos, definiendo una situación real de las pequeñas y medianas empresas.



- Se concluye que los resultados obtenidos después de la investigación con respecto a la liquidez se observan porcentajes medios, mientras que en rentabilidad son estables, sin embargo en donde se observa mayor inconvenientes es en los ratios de gestión pues evidencian datos porcentuales altos en relación a los costos administrativos con las ventas, con rango del 92% de incremento del costos sin justificativo alguno, es por ese motivo que es importante aplicar realmente los inductores de costos de inventarios.

Finalmente, el tercer objetivo “Determinar los factores de asignación e inductores del costo para la activación del inventario que repercute en la información financiera real de las empresas, dedicadas a la comercialización de productos de consumo masivo en la ciudad de Ambato en el año 2018.”, se concluye que:

- Dentro de los factores de asignación o inductores del costo, se determinaron los siguientes: costo de espacio o almacenaje, costo anual de mantenimiento, costo anual de colocación del pedido, costos relevantes, total del inventario, costo de riesgo de obsolescencia, dentro del valor neto de realización (incluye transporte de mercadería y publicidad-propaganda), otros derivados del Estado de Resultados, depreciaciones y el costo faltante del inventario, que tampoco se contempla dentro de la información presentada a las entidades de control.

## **5.2. Recomendaciones**

Al finalizar la investigación se puede deducir que de acuerdo a los objetivos e hipótesis de la presente investigación se recomienda lo siguiente:

Tomando en consideración el primer objetivo “Revelar los costos de adquisición en la activación del inventario que condicionan el precio de venta de los productos de consumo masivo al por mayor en las pequeñas y medianas empresas,”, se concluye que:

- Es importante la activación de las cuentas de inventarios que afectan al activo, y que se incluyan los nuevos costos que condicionan el precio de venta, en este caso: el costo de transporte de las mercaderías, el costo de almacenamiento o bodegaje y el costo de despacho de productos; mediante la

aplicación oportuna de VNR Valor neto de Realización bajo NIIF Pymes Sección 13, con el propósito de elaborar información más razonable en las entidades dedicadas a la comercialización de productos de consumo masivo para que incluyan los cost driver, como eje principal en la toma de decisiones estratégicas en la fijación de precios.

Tomando en consideración el segundo objetivo “Definir ratios financieros que identifiquen la capacidad financiera para las decisiones contables que permitan aprovecharlos”, se recomienda lo siguiente:

- Es importante determinar adecuadamente los cost drivers, pues esto afecta a los estados resultados y al activo dentro del Balance General, evidenciándose en las utilidades y en el patrimonio, es por eso que a más de aplicar ratios financieros, también se deberá aplicar ratios de gestión y KPI (Indicadores Claves de Desempeño).

Finalmente, el tercer objetivo “Determinar los factores de asignación e inductores del costo para la activación del inventario que repercute en la información financiera real de las empresas, dedicadas a la comercialización de productos de consumo masivo en la ciudad de Ambato en el año 2018.”, se recomienda lo siguiente:

- Es necesario que la entidades apliquen adecuada los inductores del costo, basados en: costo de espacio o almacenaje, costo anual de mantenimiento, costo anual de colocación del pedido, costos relevantes, total del inventario, costo de riesgo de obsolescencia, dentro del valor neto de realización , además de incluir transporte de mercadería, publicidad-propaganda), otros derivados del Estado de Resultados, depreciaciones y el costo faltante del inventario, que debería contemplarse dentro de la información presentada a las entidades de control, y evidenciar la utilidad real, como también efectuar una provisión para este tipo de costos incurridos, en los periodos fiscales.

## **Bibliografía**

- Normas Internacionales de Contabilidad.* (1993). Obtenido de <http://www.normasinternacionalesdecontabilidad.es/nic/pdf/NIC02.pdf>
- Ahlbom A.* (2004). Obtenido de [http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0465-546X2008000100011](http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0465-546X2008000100011)
- NIIF para PYMES.* (2009). Obtenido de <https://elernova.edu.co/E-books/niif/secciones/index.html#about>
- Congreso Nacional del Ecuador.* (2011). Obtenido de <https://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/A2-LEY-ORGANICA-DE-DEFENSA-DEL-CONSUMIDOR.pdf>
- Código Orgánico de la Producción, Comercio Inversiones COPCI.* (30 de Diciembre de 2016). Obtenido de <https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec088es.pdf>
- Cámara de Comercio de Quito Boletín.* (2017). Obtenido de [http://www.ccq.ec/wp-content/uploads/2017/06/Consulta\\_Societaria\\_Junio\\_2017.pdf](http://www.ccq.ec/wp-content/uploads/2017/06/Consulta_Societaria_Junio_2017.pdf)
- CONSUMO MASIVO HABITOS Y PUNTOS DE VENTA.* (JULIO de 2017). Obtenido de <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/ar/pdf/consumo-masivo-habitos-y-puntos-de-venta.pdf>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).* (OCTUBRE de 2017). Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/ecuador-registro-843-745-empresas-en-2016/>
- Clasificación de las PYMES.* (2018). Obtenido de [http://www.ccq.ec/wp-content/uploads/2017/06/Consulta\\_Societaria\\_Junio\\_2017.pdf](http://www.ccq.ec/wp-content/uploads/2017/06/Consulta_Societaria_Junio_2017.pdf)
- El Comercio.* (2018). Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/comercio-calzado-mueven-tungurahua.html>
- Reglamento de Inversiones del Código Orgánico de la Producción.* (12 de 12 de 2018). Obtenido de <https://www.produccion.gob.ec/wp->

content/uploads/2019/05/Literal-3.-Reglamento-del-Codigo-Organico-de-la-Produccion-Comercio-e-Inversiones-COPCI.pdf

*Banco Central del Ecuador.* (Marzo de 2019). Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/Empleo/imle201901.pdf>

*Directorio de empresas y establecimientos 2018.* (2019). Obtenido de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Presentaciones/resultados\\_generales\\_censo\\_economico.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Presentaciones/resultados_generales_censo_economico.pdf)

*EKOS.* (2019). Obtenido de <https://www.ekosnegocios.com/ranking-empresarial>

*Instructivo para la aplicación de las Normas Internacionales de Información Financiera "NIIF" completas y de la Norma Internacional de Información Financiera para Pequeñas y Medianas Entidades (NIIF para las PYMES).* (2019). Obtenido de <https://portal.supercias.gob.ec/wps/wcm/connect/3171f132-591e-4825-9951-f71974c57ca4/NORMAS+NIIF.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=3171f132-591e-4825-9951-f71974c57ca4>

*Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.* (2019). Obtenido de <https://appscvs.supercias.gob.ec/rankingCias/principal.zul>

Alvarez, J. (2019). *Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.* Obtenido de <https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/tlahuelilpan/n3/e2.html>

Baena, G. (2014). *Metodología de la Investigación.* Obtenido de <https://editorialpatria.com.mx/mobile/pdf/files/9786074384093.pdf>

Cabrera et al, C. C.-M. (31 de 10 de 2017). La Gestión Financiera aplicada en las Organizaciones. (220-232, Ed.) *Revista Científica Dominio de las Ciencias*, 3(4), 1-13.

Cabrera, X. (2019). *Metodología de la Investigación.* Obtenido de <https://www.significados.com/investigacion-documental/>

- Cardenas, R. (Abril de 2016). *Costos I*. Obtenido de <https://books.google.es/books?id=nF9yDgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Chacón, G. (2007). *La Contabilidad de Costos los Sistemas de Control de Gestión y la Rentabilidad Empresarial*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/257/25701504.pdf>
- Choy Zevallos, E. E. (2012). El dilema de los costos en las empresas de servicios. *Revista de la facultad de Ciencias Contables*, 20(37), 7-14.
- Cruz, P. (2019). *Los beneficios de la contabilidad de gestión para tu empresa*. Obtenido de <https://www.rufoibarra.com/portfolio-item/los-beneficios-de-la-contabilidad-de-gestion-para-tu-empresa/>
- Duque, M. (2013). *Estado actual de la investigación en costos y contabilidad de gestión en Colombia*. Obtenido de [http://www.revistaic.org/articulos/num11/articulo2\\_esp.pdf](http://www.revistaic.org/articulos/num11/articulo2_esp.pdf)
- Durán, Y. (2012). Administración del inventario: elemento clave para la optimización de las utilidades en las empresas. (U. d. Andes, Ed.) *Visión Gerencial*(1), 55-78.
- Fernández, A. (2017). *Gestión de inventarios*. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?id=Dw9aDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=definicion+de+inventarios&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj9o73W06XqAhWCneAKHbPtB\\_MQ6AEwA3oECAyQAg#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=Dw9aDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=definicion+de+inventarios&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj9o73W06XqAhWCneAKHbPtB_MQ6AEwA3oECAyQAg#v=onepage&q&f=false)
- Flores, J. (2004). *Sistema de Costeo La asignación del costo total a productos y servicios*. Obtenido de Flórez, J. G. A. (2004). *Sistema de costeo: La asignación del costo total a productos y servicios*. U. Jorge Tadeo Lozano.
- Garces, C. (2010). Obtenido de MODELO DE ENTREGAS DIRECTAS PARA LA REDUCCIÓN DE COSTOS LOGISTICOS DE DISTRIBUCION EN EMPRESAS DE CONSUMO MASIVO APLICACION EN UNA EMPRESA PILOTO DE CALDAS: <https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/40036591/Carlos->

Duvan-Garces-Ramirez-20101.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DUNIVERSIDAD\_NACIONAL\_DE\_COLOMBIA.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A%

Giovanni, D. S. (2011). *Metología de Investigación*. Obtenido de <https://sites.google.com/site/metodologiadelainvestigacionb7/enfoques-cuantitativo-y-cualitativo>

Gómez, M. (2006). *Metodología de la investigación*.

Guadarrama, P. (2009). *Dirección y asesoría de la investigación científica*. Obtenido de [http://www.archivochile.com/Ideas\\_Autores/guadarramapg/guadarramapg00012.pdf](http://www.archivochile.com/Ideas_Autores/guadarramapg/guadarramapg00012.pdf)

Hernández, Fernández, Baptista. (2010). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación*.

Herrera, L. (2004). *Tutoria de la investigación científica*.

Ionos. (2019). *El libro de inventarios y cuentas anuales*. Obtenido de <https://www.ionos.es/startupguide/gestion/libro-de-inventarios-y-cuentas-anuales/>

Jacome, A. (2015). Obtenido de Los costos de producción y la fijación de los precios de venta en la empresa Impactex: <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/17005/1/T2923i.pdf>

Jiménez, R. (1998). *Metodologías de la Investigación elementos básicos para la investigación clínica*. Obtenido de [http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/rehabilitacion-doc/metodologia\\_dela\\_investigacion-texto.pdf](http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/rehabilitacion-doc/metodologia_dela_investigacion-texto.pdf)

López, K. (Noviembre de 2019). *Los indicadores financieros y el impacto en la solvencia de las empresas*. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/oel/2019/11/indicadores-financieros.pdf>

- Magdalena, G. (2015). *Contabilidad y análisis de costos*. Obtenido de González, M. M. A. (2015). *Contabilidad y análisis de costos*. Grupo Editorial Patria.
- Monje, C. (2011). *Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa* . Obtenido de <https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf>
- Navarrete, C. (Marzo de 2017). *Métodos para mejorar la eficiencia y la toma de decisiones en la gestión de inventarios*. Obtenido de [file:///C:/Users/admin/Downloads/441-Texto%20del%20art%C3%ADculo-1251-1-10-20170706%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/admin/Downloads/441-Texto%20del%20art%C3%ADculo-1251-1-10-20170706%20(1).pdf)
- Questionpro. (2019). *Tipos de recolección de datos*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/es/encuesta.html>
- R. Hernández Sampieri, C. Fernández Collado y P. Baptista Lucio. (2006). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de [https://investigar1.files.wordpress.com/2010/05/1033525612-mtis\\_sampieri\\_unidad\\_1-1.pdf](https://investigar1.files.wordpress.com/2010/05/1033525612-mtis_sampieri_unidad_1-1.pdf)
- Ramiro, H. (2007). *Fundamentos de la metodología de la investigación*.
- Roldan, P. (2018). *Muestreo Estratificado* . Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/muestreo-estratificado.html>
- Ruiz, M. (2018). *eumed.net*. Obtenido de [http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/enfoque\\_cualitativo.html](http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/enfoque_cualitativo.html)
- Sandoval, C. (1996). *Investigación cualitativa*. Obtenido de <https://panel.inkuba.com/sites/2/archivos/manual%20colombia%20cualitativo.pdf>
- Selltiz, C. (2016). *Métodos de investigación en las relaciones sociales*. Obtenido de <https://tesisplus.com/investigacion-exploratoria/investigacion-exploratoria-segun-autores/>

- Sierra, M. (2012). *Tipos mas usuales de investigacion*. Obtenido de [https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P\\_Presentaciones/prepa3/tipos\\_investigacion.pdf](https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/prepa3/tipos_investigacion.pdf)
- Suárez, J. (Agosto de 2016). *La Gestión Contable de las MPYMES es análoga a la de las grandes empresas. Para que una empresa avance en su desarrollo se requiere de una estructura racional, en sus procesos internos, que integre sus funciones en forma flexible y dinámica con sus mercad*. Obtenido de [http://ri.uaemex.mx/oca/view/20.500.11799/40384/1/MPYMES\\_todo.pdf#page=40](http://ri.uaemex.mx/oca/view/20.500.11799/40384/1/MPYMES_todo.pdf#page=40)
- Suquilanda, E. (2016). *Asignación de costos de producción y su incidencia en la determinación del precio del producto*. Obtenido de <http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/23427/1/T3676i.pdf>
- Tamayo, T. (2019). Obtenido de <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/06/poblacion-y-muestra-tamayo-y-tamayo.html>
- Vanbaren, J. (Febrero de 2018). *El manejo de los inventarios*. Obtenido de <https://www.cuidatudinero.com/13086558/contabilidad-para-la-perdida-de-inventario>
- Vargas, A. (2016). *Implementacion de un sistema de costos por proceso y su efecto en la rentabilidad de la empresa Alpaca Color SA*. Obtenido de <http://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/AUTONOMA/355/1/VARGAS%20ALFARO%2c%20JHONNATAN%20JACK.pdf>
- Velasco, C. E. (Noviembre de 2016). *Diseño de modelo de gestión de inventarios en la empresa comercializadora de productos de consumo masivo*. Obtenido de <https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/1790/1/76295.pdf>
- Yardin, P. (2002). *Contabilidad de Costos* . Obtenido de <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/17005/1/T2923i.pdf>
- Zapato, C. (2007). *La contabilidad de Costos*. Obtenido de <http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/23427/1/T3676i.pdf>



## ANEXOS

### Cálculo de Ratios Financieros

#### Indicadores Contribuyentes especiales

#### INDICADORES DE LIQUIDEZ

EMPRESA		DISTRIBUIDORA IMPORTADORA DIPOR S.A.			
RUC		990789061001			
PERIODO FISCAL		2018		2019	
<b>Liquidez Corriente</b>	$= \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$	= \$ 45,270,903.32	= 0.906	\$ 49,298,115.00	= 1.560
		\$ 49,950,296.81		\$ 31,608,145.60	
<b>Prueba Ácida</b>	$= \frac{\text{Activo Corriente} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivo Corriente}}$	= \$ 32,111,489.91	= 0.643	\$ 37,154,558.50	= 1.175
		\$ 49,950,296.81		\$ 31,608,145.60	
<b>Rotación de Cartera</b>	$= \frac{\text{Ventas}}{\text{Cuentas por Cobrar}}$	= \$ 354,237,547.86	= 12.99	\$ 349,914,730.00	= 14.06
		\$ 27,272,103.39		\$ 24,885,315.33	
<b>Rotación de Activo Fijo</b>	$= \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Fijo}}$	= \$ 354,237,547.86	= 8.21	\$ 349,914,730.00	= 9.90
		\$ 43,140,851.65		\$ 35,345,813.53	
<b>Rotación de Ventas</b>	$= \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Total}}$	= \$ 354,237,547.86	= 5.28	\$ 349,914,730.00	= 4.73
		\$ 67,076,970.85		\$ 74,012,202.30	
<b>Período Medio de Cobranza</b>	$= \frac{\text{Cuentas por Cobrar} \times 365}{\text{Ventas}}$	= \$9,954,317,737.35	= 28.10	\$ 9,083,140,095.45	= 25.96
		\$ 354,237,547.86		\$ 349,914,730.00	
INDICADORES DE RENTABILIDAD					
<b>ROA</b>	$= \frac{\text{UT.NETA}}{\text{ACTIVO TOTAL}}$	= \$3,950,455.56	= 5.9%	\$ 5,230,047.71	= 7.1%
		\$ 67,076,970.85		\$ 74,012,202.30	
<b>ROE</b>	$= \frac{\text{UT.NETA}}{\text{PATRIMONIO NETO}}$	= \$3,950,455.56	= 35.8%	\$ 5,230,047.71	= 28.9%

		\$ 11,030,728.82		\$ 18,099,859.30	
<b>ROS</b> = $\frac{UT.NETA}{VENTAS NETAS}$	=	\$3,950,455.56	=	1.1%	\$ 5,230,047.71 = 1.5%
		\$ 354,237,547.86			\$ 349,914,730.00
<b>Margen Bruto</b> = $\frac{Ventas - Costo de Ventas}{Ventas}$	=	\$ 68,681,316.76	=	19.4%	\$ 79,967,694.00 = 22.9%
		\$ 354,237,547.86			\$ 349,914,730.00
<b>Margen Operacional</b> = $\frac{Ut. Operacional}{Patrimonio}$	=	\$6,872,522.53	=	62.3%	\$ 10,961,007.10 = 60.6%
		\$ 11,030,728.82			\$ 18,099,859.30
<b>Rentabilidad Operacional del Patrimonio</b> = $\frac{Utilidad Operacional}{Patrimonio}$	=	\$6,872,522.53	=	0.62	\$ 10,961,007.10 = 0.61
		\$ 11,030,728.82			\$ 18,099,859.30
INDICADORES DE GESTIÓN					
<b>Rotación de inventarios</b> = $\frac{Costo de venta}{Inventario promedio}$	=	\$ 285,556,231.10	=	2170.0%	\$ 269,947,036.00 = 2223.0%
		\$ 13,159,413.41			\$ 12,143,556.50
<b>Rotación de activos</b> = $\frac{Ventas}{Activos fijos}$	=	\$ 354,237,547.86	=	8.21	\$ 349,914,730.00 = 9.90
		\$ 43,140,851.65			\$ 35,345,813.53
<b>IGAYDV</b> = $\frac{Costos administrativos}{Ventas}$	=	\$ 285,556,231.10	=	80.6%	\$ 269,947,036.00 = 77.1%
		\$ 354,237,547.86			\$ 349,914,730.00
<b>ICG</b> = $\frac{Gastos financieros}{Ventas}$	=	\$ 63,372,976.29	=	0.18	\$ 70,196,757.80 = 0.20
		\$ 354,237,547.86			\$ 349,914,730.00

}

EMPRESA	REPRESENTACIONES J. LEONARDO SORIA L. CA			
RUC	1890086019001			
PERIODO FISCAL	2018		2019	
<b>Liquidez Corriente</b> = $\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$	= \$ 1,767,293.38	= 1.244	\$ 1,823,256.23	= 1.368
	\$ 1,420,163.28		\$ 1,332,974.13	
<b>Prueba Ácida</b> = $\frac{\text{Activo Corriente} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivo Corriente}}$	= \$ 1,146,159.53	= 0.807	\$ 1,151,797.87	= 0.864
	\$ 1,420,163.28		\$ 1,332,974.13	
<b>Rotación de Cartera</b> = $\frac{\text{INDICADORES DE GESTIÓN Ventas}}{\text{Cuentas por Cobrar}}$	= \$ 6,271,102.47	= 6.53	\$ 6,511,399.72	= 7.35
	\$ 959,738.30		\$ 885,459.41	
<b>Rotación de Activo Fijo</b> = $\frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Fijo}}$	= \$ 6,271,102.47	= 10.46	\$ 6,511,399.72	= 14.94
	\$ 599,802.73		\$ 435,969.67	
	= \$ 6,271,102.47	= 3.11	\$ 6,511,399.72	= 3.08
<b>Rotación de Ventas</b> = $\frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Total}}$	\$ 2,013,691.05		\$ 2,113,195.57	

	=	\$ 350,304,479.50	=	56	\$323,192,684.65	=	72
<b>Período Medio de Cobranza</b> = $\frac{\text{Cuentas por Cobrar} \times 365}{\text{Ventas}}$		\$ 6,271,102.47			\$ 6,511,399.72		
<b>INDICADORES DE RENTABILIDAD</b>							
<b>ROA</b> = $\frac{UT.NETA}{ACTIVO TOTAL}$	=	\$ 63,968.78	=	3.2%	\$255,893.43	=	12.1%
		\$ 2,013,691.05			\$ 2,113,195.57		
<b>ROE</b> = $\frac{UT.NETA}{PATRIMONIO NETO}$	=	\$ 63,968.78	=	13.1%	\$255,893.43	=	49.2%
<b>ROS</b> = $\frac{UT.NETA}{VENTAS NETAS}$		\$ 489,784.16			\$519,695.72		
	=	\$ 63,968.78	=	1.0%	\$255,893.43	=	3.9%
		\$ 6,271,102.47			\$ 6,511,399.72		
<b>Margen Bruto</b> = $\frac{\text{Ventas} - \text{Costo de Ventas}}{\text{Ventas}}$	=	\$ 549,171.84	=	8.8%	\$561,856.12	=	8.6%
		\$ 6,271,102.47			\$ 6,511,399.72		
<b>Margen Operacional</b> = $\frac{Ut. Operacional}{Patrimonio}$	=	\$ 65,010.30	=	13.3%	\$ 68,390.81	=	13.2%
		\$ 489,784.16			\$519,695.72		

$$\text{Rentabilidad Operacional del Patrimonio} = \frac{\text{Utilidad Operacional}}{\text{Patrimonio}}$$

= \$ 65,010.30 = 0.13 \$ 68,390.81 = 0.13

\$ 489,784.16

\$519,695.72

#### INDICADORES DE GESTIÓN

$$\text{Rotación de inventarios} = \frac{\text{Costo de venta}}{\text{Inventario promedio}}$$

= \$ 5,721,930.63 = 921.2% \$ 5,949,543.60 = 886.1%

\$ 621,133.85

\$671,458.36

$$\text{Rotación de activos} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activos fijos}}$$

= \$ 6,271,102.47 = 10.46 \$ 6,511,399.72 = 14.94

\$ 599,802.73

\$435,969.67

$$\text{IGAYDV} = \frac{\text{Costos administrativos}}{\text{Ventas}}$$

= \$ 5,721,930.63 = 91.2% \$ 5,949,543.60 = 91.4%

\$ 6,271,102.47

\$ 6,511,399.72

$$\text{ICG} = \frac{\text{Gastos financieros}}{\text{Ventas}}$$

= \$ 758,211.36 = 0.12 \$802,996.58 = 0.12

\$ 6,271,102.47

\$ 6,511,399.72

EMPRESA	PYDACO PRODUCTORES Y DISTRIBUIDORES COMERCIALES CIA.LTDA.			
RUC PERIODO FISCAL	<b>1790599051001</b>			
	<b>2018</b>		<b>2019</b>	
<b><i>Liquidez Corriente</i></b> = $\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$	\$ 20,818,582.20	=	\$ 25,151,113.70	=
	\$	=	\$	=
	13,135,137.50	=	14,599,006.50	=
	\$		\$	=
	17,731,395.05	=	20,029,498.13	=
	\$	=	\$	=
	13,135,137.50		14,599,006.50	=
	\$		\$	
	103,855,132.40	=	112,619,673.20	=
	\$	=	\$	=
	12,058,249.80		12,500,978.30	=
	\$	=	\$	=
	103,855,132.40	=	112,619,673.20	=

$$\text{Rotación de Activo Fijo} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Fijo}}$$

$$\text{Rotación de Ventas} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Total}}$$

$$\text{Período Medio de Cobranza} = \frac{\text{Cuentas por Cobrar} \times 365}{\text{Ventas}}$$

$$\text{ROA} = \frac{\text{UT. NETA}}{\text{ACTIVO TOTAL}} \quad \text{INDICADORES DE RENTABILIDAD}$$

$$\text{ROE} = \frac{\text{UT. NETA}}{\text{PATRIMONIO NETO}}$$

$$\text{ROS} = \frac{\text{UT. NETA}}{\text{VENTAS NETAS}}$$

$$\text{Margen Bruto} = \frac{\text{Ventas} - \text{Costo de Ventas}}{\text{Ventas}}$$

	\$ 8,395,921.01		\$ 2,406,600.85	
	\$		\$	
	103,855,132.40		112,619,673.20	
=		= 3.36		= 3.31
	\$		\$	
	30,896,313.00		34,023,708.20	
	\$		\$	
	4,401,261,177.00		4,562,857,079.50	
=		= 4		= 4
	\$		\$	
	103,855,132.40		112,619,673.20	
	\$ 5,347,375.81		\$ 5,230,047.71	
=	\$	= 17.3%	\$	= 15.4%
	30,896,313.00		34,023,708.20	
	\$ 5,347,375.81		\$ 5,230,047.71	
=	\$	= 38.3%	\$	= 33.6%
	13,971,034.70		15,584,495.20	
	\$ 5,347,375.81		\$ 5,230,047.71	
=	\$	= 5.1%	\$	= 4.6%
	103,855,132.40		112,619,673.20	
	\$		\$	
=	20,447,223.20	= 19.7%	25,376,541.00	= 22.5%
	\$		\$	

<b>Margen Operacional</b> = $\frac{Ut. Operacional}{Patrimonio}$	103,855,132.40		112,619,673.20	
	\$ 6,886,480.55		\$ 8,120,151.75	
	=	\$	=	49.3%
<b>Rentabilidad Operacional del Patrimonio</b> = $\frac{Utilidad Operacional}{Patrimonio}$	13,971,034.70		15,584,495.20	= 52.1%
	\$ 6,886,480.55		\$ 8,120,151.75	
	=	\$	=	0.49
	13,971,034.70		15,584,495.20	= 0.52
<b>Rotación de inventarios</b> = $\frac{Costo de venta}{Inventario promedio}$				
<b>INDICADORES DE GESTIÓN</b>	\$		\$	
	83,407,909.20	=	87,243,132.20	= 1703.4%
	\$ 3,087,187.15	=	\$ 5,121,615.57	
	=	2701.7	=	%
<b>Rotación de activos</b> = $\frac{Ventas}{Activos fijos}$	103,855,132.40		112,619,673.20	
	\$ 8,395,921.01	=	\$ 2,406,600.85	= 46.80
	=	12.37	=	
<b>IGAYDV</b> = $\frac{Costos administrativos}{Ventas}$	\$		\$	
	83,407,909.20	=	87,243,132.20	
	\$	=	\$	77.5%
<b>ICG</b> = $\frac{Gastos financieros}{Ventas}$	103,855,132.40		112,619,673.20	
	\$	=	\$	
	14,223,497.20	=	17,825,817.40	
	\$	=	\$	0.16
	103,855,132.40	=	112,619,673.20	



EMPRESA	INDUSTRIAL Y COMERCIAL CASTRO OJEDA ICCO SA			
RUC	1890089239001			
PERIODO FISCAL	2018		2019	
<b>Liquidez Corriente</b> = $\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$	= \$ 3,844,569.11	= 1.544	\$ 4,077,744.15	= 1.474
	\$ 2,490,151.92		\$ 2,766,540.65	
<b>Prueba Ácida</b> = $\frac{\text{Activo Corriente} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivo Corriente}}$	= \$ 2,542,404.79	= 1.021	\$ 2,227,520.32	= 0.805
	\$ 2,490,151.92		\$ 2,766,540.65	
<b>Rotación de Cartera</b> = $\frac{\text{INDICADORES DE GESTIÓN Ventas}}{\text{Cuentas por Cobrar}}$	= \$ 11,364,513.21	= 5.29	\$ 9,203,630.24	= 5.19
	\$ 2,149,447.17		\$ 1,773,149.38	
<b>Rotación de Activo Fijo</b> = $\frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Fijo}}$	= \$ 11,364,513.21	= 7.22	\$ 9,203,630.24	= 5.71
	\$ 1,573,575.35		\$ 1,612,565.69	
<b>Rotación de Ventas</b> = $\frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Total}}$	= \$ 11,364,513.21	= 2.54	\$ 9,203,630.24	= 1.98
	\$ 4,480,539.91		\$ 4,645,991.40	
<b>Período Medio de Cobranza</b> = $\frac{\text{Cuentas por Cobrar} \times 365}{\text{Ventas}}$	= \$ 784,548,217.05	= 41	\$647,199,523.70	= 51
	\$ 11,364,513.21		\$ 9,203,630.24	

---


$$ROA = \frac{UT. NETA}{ACTIVO TOTAL} \text{ INDICADORES DE RENTABILIDAD}$$

= \$ 137,184.05 = 3.1% \$ 395,094.09 = 8.5%

\$ 4,480,539.91 \$ 4,645,991.40

$$ROE = \frac{UT. NETA}{PATRIMONIO NETO}$$

= \$ 137,184.05 = 7.6% \$ 395,094.09 = 21.0%

$$ROS = \frac{UT. NETA}{VENTAS NETAS}$$

\$ 1,807,988.52 \$ 1,879,450.75

= \$ 137,184.05 = 1.2% \$ 395,094.09 = 4.3%

$$\text{Margen Bruto} = \frac{\text{Ventas} - \text{Costo de Ventas}}{\text{Ventas}}$$

\$ 11,364,513.21 \$ 9,203,630.24

= \$ 932,671.41 = 8.2% \$ 823,866.65 = 9.0%

$$\text{Margen Operacional} = \frac{\text{Ut. Operacional}}{\text{Patrimonio}}$$

\$ 11,364,513.21 \$ 9,203,630.24

= \$ 55,962.41 = 3.1% \$ 85,414.26 = 4.5%

$$\text{Rentabilidad Operacional del Patrimonio} = \frac{\text{Utilidad Operacional}}{\text{Patrimonio}}$$

\$ 1,807,988.52 \$ 1,879,450.75

= \$ 55,962.41 = 0.03 \$ 85,414.26 = 0.05

\$ 1,807,988.52 \$ 1,879,450.75

---

---

**INDICADORES DE GESTIÓN**

$$\text{Rotación de inventarios} = \frac{\text{Costo de venta}}{\text{Inventario promedio}}$$

$$= \$ 10,431,841.80 = 801.1\% \$ 8,379,763.59 = 452.9\%$$
$$\$ 1,302,164.32 \$ 1,850,223.83$$

$$\text{Rotación de activos} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activos fijos}}$$

$$= \$ 11,364,513.21 = 7.22 \$ 9,203,630.24 = 5.71$$
$$\$ 1,573,575.35 \$ 1,612,565.69$$

$$\text{IGAYDV} = \frac{\text{Costos administrativos}}{\text{Ventas}}$$

$$= \$ 10,431,841.80 = 91.8\% \$ 8,379,763.59 = 91.0\%$$

$$\text{ICG} = \frac{\text{Gastos financieros}}{\text{Ventas}}$$

$$= \$ 11,364,513.21 \$ 9,203,630.24$$
$$= \$ 1,532,214.54 = 0.13 \$ 1,197,620.51 = 0.13$$
$$\$ 11,364,513.21 \$ 9,203,630.24$$

---

EMPRESA	REPREAMARVA CIA. LTDA.			
RUC PERIODO FISCAL	2018	1891752411001		2019
<b>Liquidez Corriente</b> = $\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$	= \$ 4,326,722.47	= 1.002	\$4,661,868.58	= 1.082
	\$ 4,317,549.55		\$4,309,233.27	
<b>Prueba Ácida</b> = $\frac{\text{Activo Corriente} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivo Corriente}}$	= \$ 2,708,010.03	= 0.627	\$2,830,700.84	= 0.657
INDICADORES DE GESTIÓN	\$ 4,317,549.55		\$4,309,233.27	
	= \$ 10,395,929.73	= 3.74	\$ 11,612,821.94	= 3.91
	\$ 2,782,795.30		\$2,967,548.98	
<b>Rotación de Activo Fijo</b> = $\frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Fijo}}$	= \$ 10,395,929.73	= 40.90	\$ 11,612,821.94	= 33.75
	\$ 254,161.87		\$ 344,079.73	
<b>Rotación de Ventas</b> = $\frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Total}}$	= \$ 10,395,929.73	= 2.33	\$ 11,612,821.94	= 2.40
	\$ 4,463,405.35		\$4,834,244.92	

$$\text{Período Medio de Cobranza} = \frac{\text{Cuentas por Cobrar} \times 365}{\text{Ventas}}$$

=	\$ 1,015,720,284.50	=	45	\$ 1,083,155,377.70	=	40
	\$ 10,395,929.73			\$ 11,612,821.94		

**INDICADORES DE RENTABILIDAD**

$$\text{ROA} = \frac{\text{UT. NETA}}{\text{ACTIVO TOTAL}}$$

=	\$ 297,950.16	=	6.7%	\$ 425,295.41	=	8.8%
	\$ 4,463,405.35			\$4,834,244.92		

$$\text{ROE} = \frac{\text{UT. NETA}}{\text{PATRIMONIO NETO}}$$

=	\$ 297,950.16	=	260.4%	\$ 425,295.41	=	101.3%
	\$ 114,399.02			\$ 419,999.35		

$$\text{ROS} = \frac{\text{UT. NETA}}{\text{VENTAS NETAS}}$$

=	\$ 297,950.16	=	2.9%	\$ 425,295.41	=	3.7%
	\$ 10,395,929.73			\$ 11,612,821.94		

$$\text{Margen Bruto} = \frac{\text{Ventas} - \text{Costo de Ventas}}{\text{Ventas}}$$

=	\$ 617,666.08	=	5.9%	\$ 844,552.84	=	7.3%
	\$ 10,395,929.73			\$ 11,612,821.94		

$$\text{Margen Operacional} = \frac{\text{Ut. Operacional}}{\text{Patrimonio}}$$

=	\$ 173,907.37	=	152.0%	\$ 225,144.43	=	53.6%
	\$ 114,399.02			\$ 419,999.35		

$$\text{Rentabilidad Operacional del Patrimonio} = \frac{\text{Utilidad Operacional}}{\text{Patrimonio}}$$

=	\$ 173,907.37	=	1.52	\$ 225,144.43	=	0.54
	\$ 114,399.02			\$ 419,999.35		

---

**Rotación de inventarios**

$$= \frac{\text{Costo de venta}}{\text{Inventario promedio}}$$

$$= \$ 9,778,263.65 = 604.1\% \quad \$ 10,768,269.10 = 588.1\%$$
$$\$ 1,618,712.44 \quad \$1,831,167.74$$

**Rotación de activos** =  $\frac{\text{Ventas}}{\text{Activos fijos}}$

$$= \$ 10,395,929.73 = 40.90 \quad \$ 11,612,821.94 = 33.75$$
$$\$ 254,161.87 \quad \$ 344,079.73$$

**IGAYDV** =  $\frac{\text{Costos administrativos}}{\text{Ventas}}$

$$= \$ 9,778,263.65 = 94.1\% \quad \$ 10,768,269.10 = 92.7\%$$
$$\$ 10,395,929.73 \quad \$ 11,612,821.94$$

**ICG** =  $\frac{\text{Gastos financieros}}{\text{Ventas}}$

$$= \$ 1,100,641.39 = 0.11 \quad \$1,198,864.62 = 0.10$$
$$\$ 10,395,929.73 \quad \$ 11,612,821.94$$

---

## 4.1.3.2 Indicadores Contribuyentes personas Jurídicas Sociedades

### 4.1.3.2.1 Indicadores Financieros

#### Indicadores De Liquidez

EMPRESA	DISTRIBUIDORA SUAREZ HERMANOS DISTRISUAR CIA. LTDA.				ENCOMECA, ENLACE COMERCIAL ECUATORIANO CIA. LTDA				IMPORTADORA IMMKA S.A.			
RUC	1690031074001				1891721613001				992394803001			
PERIODO FISCAL	2018		2019		2018		2019		2018		2019	
	= \$ 25,411.00	= 0.00	\$ 25,411.00	= 6.829	\$ 1,822,570.09	= 1.036	\$ 1,693,959.92	= 1.056	\$ 1,908,722.13	= 1.314	\$ 1,740,867.41	= 1.209233
<b>Liquidez Corriente</b> = $\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$	\$ -		\$3,721.20		\$ 1,759,546.50		\$ 1,603,371.96		\$ 1,452,569.37		\$ 1,439,645.40	
<b>Prueba Ácida</b> = $\frac{\text{Activo Corriente} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivo Corriente}}$	= \$ 25,411.00	= 0.00	\$ 25,411.00	= 6.829	\$ 1,042,975.16	= 0.593	\$ 1,054,056.59	= 0.657	\$ 1,017,516.14	= 0.700	\$ 708,275.37	= 0.492
	\$ -		\$3,721.20		\$ 1,759,546.50		\$ 1,603,371.96		\$ 1,452,569.37		\$ 1,439,645.40	
<b>Rotación de Cartera</b> = $\frac{\text{Ventas}}{\text{Cuentas por Cobrar}}$	= \$ -	= 0.00	\$ -	= 0.00	\$ 4,765,299.09	= 4.73	\$ 5,011,403.88	= 5.15	\$ 2,529,339.71	= 10.56	\$ 3,049,225.91	= 13.09
	\$ -		\$ -		\$ 1,006,939.70		\$ 972,327.20		\$ 239,527.32		\$ 232,979.96	
<b>Rotación de Activo Fijo</b> = $\frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Fijo}}$	= \$ -	= 0.00	\$ -	= 0.00	\$ 4,765,299.09	= 34.50	\$ 5,011,403.88	= 36.28	\$ 2,529,339.71	= 4.15	\$ 3,049,225.91	= 3.18
	\$ -		\$ -		\$ 138,129.52		\$ 138,129.52		\$ 609,534.51		\$ 957,753.09	

<b>Rotación de Ventas</b>	=	\$ -	=	0.0	\$ -	=	0.0	\$	=	2.5	\$	=	2.8	\$	=	1.1	\$ 3,049,225.91	=	1.22
				0	0			4,765,299.09		0	5,011,403.88		3	2,529,339.71		4			
																	\$ 2,496,727.28		
<b>Período Medio de Cobranza</b>	=	\$ -	=	0.0	\$ -	=	0.0	\$	=	77	\$	=	93	\$	=	18	\$ 85,037,685.40	=	153
				0	0			367,532,990.50		50	\$354,899,428.00		80	\$87,427,471.80		4			
																	\$ 3,049,225.91		
INDICADORES DE RENTABILIDAD																			
<b>ROA</b>	=	\$ -	=	0.0	\$ -	=	0.0	\$	=	0.0	\$	=	0.0	\$	=	0.0	\$ 2,496,727.28	=	0.0%
				0	0			4,765,299.09		0	5,011,403.88		0	2,529,339.71		0			
																	\$ 2,496,727.28		
<b>ROE</b>	=	\$ -	=	0.0	\$ -	=	0.0	\$	=	0.0	\$	=	0.0	\$	=	0.0	\$ 29,905.11	=	11.3%
				0	0			1,904,748.82		0	1,769,465.05		0	2,217,457.37		0			
																	\$ 29,905.11		
<b>ROS</b>	=	\$ -	=	0.0	\$ -	=	0.0	\$	=	42.9	\$	=	66.9	\$	=	19.9	\$ 264,867.65	=	11.3%
				0	0			45,425.42		9	73,166.92		9	70,088.21		9	\$ 264,867.65		
																	\$ 264,867.65		
<b>Margen Bruto</b>	=	\$ -	=	0.0	\$ -	=	0.0	\$	=	1.0	\$	=	1.5	\$	=	2.8	\$ 29,905.11	=	1.0%
				0	0			45,425.42		0	73,166.92		0	70,088.21		0	\$ 29,905.11		
																	\$ 3,049,225.91		
<b>Margen Operacional</b>	=	\$ -	=	0.0	\$ -	=	0.0	\$	=	8.9	\$	=	11.3	\$	=	30.3	\$ 1,078,712.60	=	35.4%
				0	0			425,317.42		0	\$568,086.73		0	\$766,114.37		0	\$ 1,078,712.60		
																	\$ 3,049,225.91		
<b>Rentabilidad Operacional del Patrimonio</b>	=	\$ -	=	0.0	\$ -	=	0.0	\$	=	58.5	\$	=	70.0	\$	=	16.9	\$ 35,182.48	=	13.3%
				0	0			61,962.17		5	76,570.46		0	59,727.64		9	\$ 35,182.48		
																	\$ 264,867.65		
<b>Utilidad Operacional</b>	=	\$ -	=	0.0	\$ -	=	0.0	\$	=	0.5	\$	=	0.7	\$	=	0.1	\$ 35,182.48	=	0.13
				0	0			61,962.17		8	76,570.46		0	59,727.64		7	\$ 35,182.48		



	\$ 25,411.00	\$ 21,689.80	\$ 105,985.13	\$ 109,425.89	\$ 352,658.86	\$ 264,867.65						
INDICADORES DE GESTIÓN												
<b>Rotación de inventarios</b> = $\frac{\text{Costo de venta}}{\text{Inventario promedio}}$	= \$ -	= 0.0 %	\$ -	= 0.0 %	\$ 4,339,981.67	= 55 6.7 %	\$ 4,443,317	= 69 4.4 %	\$ 1,763,225.3	= 19 7.8 %	\$ 1,970,513.31	= 190.8%
<b>Rotación de activos</b> = $\frac{\text{Ventas}}{\text{Activos fijos}}$	= \$ -	= 0.0 %	\$ -	= 0.0 %	\$ 779,594.93	= 0.2 1	\$ 639,903.33	= 0.1 9	\$ 891,205.99	= 0.0 9	\$ 232,979.96	= 0.08
<b>IGAYDV</b> = $\frac{\text{Costos administrativos}}{\text{Ventas}}$	= \$ -	= 0.0 %	\$ -	= 0.0 %	\$ 4,765,299.09	= 22 7.9 %	\$ 5,011,403.88	= 25 1.1 %	\$ 2,529,339.71	= 79.5%	\$ 1,970,513.31	= 78.9%
<b>ICG</b> = $\frac{\text{Gastos financieros}}{\text{Ventas}}$	\$ 25,411.00	\$ 25,411.00	\$ 1,904,748.82	\$ 1,904,748.82	\$ 1,769,465.05	\$ 1,769,465.05	\$ 1,769,465.05	\$ 2,217,457.37	\$ 2,217,457.37	\$ 2,217,457.37	\$ 2,496,727.28	\$ 2,496,727.28
	= \$ -	= 0.0 %	\$ 3,721.20	= 0.0 %	\$ 460,024.70	= 0.4 6	\$ 493,484.12	= 0.5 1	\$ 710,548.71	= 2.9 7	\$ 1,044,682.98	= 4.48
	\$ -	\$ -	\$ 1,006,939.70	\$ 1,006,939.70	\$ 972,327.20	\$ 972,327.20	\$ 972,327.20	\$ 239,527.32	\$ 239,527.32	\$ 239,527.32	\$ 232,979.96	\$ 232,979.96

EMPRESA	ROBLESTRANS CIA. LTDA.		SALCEDO & ROBLES CIA. LTDA.		PRODIGYTRADING IMPORTACIONES & EXPORTACIONES S.A.	
RUC	1891733859001		1891733859001		1792298741001	
<i>Liquidez Corriente = <math>\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}</math></i>	2018	2019	2018	2019	2018	2019
= \$ = 1.3	\$ = 1.3	\$ = 1.	\$ = 1.1	\$ = 1.1	\$ = 1.954	\$ = 1.611
1,491,230.50	10 1,384,774	22 1,224,143.5	75 \$1,417,208	74 482,376.42	1,255,341.2	
	.82	7	4	.75	1	
\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
1,138,272.79	1,128,300	1,041,512.9	\$1,206,806	246,898.63	779,245.27	
	.82	5	.11			
= \$ = 1.0	\$ = 1.0	\$ = 0.	\$ = 0.7	\$ = 0.6	\$ = 0.779	\$ = 0.542
1,200,989.53	55 872,460.5	77 749,528.39	20 804,417.79	67 192,335.42	422,392.76	
	6	3				
\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
1,138,272.79	1,128,300	1,041,512.9	\$1,206,806	246,898.63	779,245.27	
	.82	5	.11			
INDICADORES DE GESTIÓN						
= \$ = 7.0	\$ = 7.0	\$ = 4.	\$ = 5.9	\$ = 4.3	\$ = 15.09	\$ = 15.31
3,190,087.45	8 2,479,402	24 2,684,819.1	0 \$3,186,199	5 \$2,118,211.6	1,890,106.2	
	.93	1	.01	3	3	
\$ 450,573.73	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	585,123.4	455,023.81	731,634.75	140,410.46	123,494.74	
	9					
= \$ = 8.9	\$ = 8.9	\$ = 5.	\$ = 40.	\$ = 31.	\$ = 13.44	\$ = 13.26
3,190,087.45	4 2,479,402	04 2,684,819.1	74 \$3,186,199	22 \$2,118,211.6	1,890,106.2	
	.93	1	.01	3	3	
\$ 356,680.43	\$	\$65,899.03	\$	\$	\$	\$
	492,394.7	102,050.82	157,617.00	142,554.35		
	2					
= \$ = 1.8	\$ = 1.8	\$ = 1.	\$ = 2.0	\$ = 2.1	\$ = 3.87	\$ = 1.44
3,190,087.45	8 2,479,402	47 2,684,819.1	9 \$3,186,199	2 \$2,118,211.6	1,890,106.2	
	.93	1	.01	3	3	
\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
1,693,676.69	1,691,356	1,283,997.9	\$1,500,391	547,789.94	1,309,285.9	
	.33	9	.21	4		
<i>Período Medio de Cobranza = <math>\frac{\text{Cuentas por Cobrar} \times 365}{\text{Ventas}}</math></i>						
= \$ = 146	\$ = 146	\$ = 18	\$ = 174	\$ = 146	\$ = 24.19	\$ = 23.85
164,459,411.45	213,570,073.85	8 166,083.69	10 267,046.68	0 51,249,817.9	45,075,580.	
	073.85	0.65	3.75	10	10	
\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
3,190,087.45	2,479,402	2,684,819.1	\$3,186,199	\$2,118,211.6	1,890,106.2	



---

<b>Rotación de inventarios = <math>\frac{\text{Costo de venta}}{\text{Inventario promedio}}</math></b>																					
=	2,880,444.96	=	992.4%	\$	5,846.95	=	1.1%	\$	2,487,879.69	=	524.2%	\$	2,963,665.04	=	483.6%	1,488,930.60	=	513.4%	1,410,602.49	=	169.4%
	290,240.97			\$	512,314.26			\$	474,615.15			\$	612,790.96			290,041.00			832,948.45		
<b>Rotación de activos = <math>\frac{\text{Ventas}}{\text{Activos fijos}}</math></b>																					
=	450573.73	=	0.14	\$	585,123.49	=	0.24	\$	455,023.81	=	0.17	\$	731634.75	=	0.23	2118211.63	=	0.00	123494.74	=	0.00
	3190087.45			\$	2,479,402.93			\$	2,684,819.11			\$	3186199.01			2118211.63			1890106.23		
<b>IGAYDV = <math>\frac{\text{Costos administrativos}}{\text{Ventas}}</math></b>																					
=	2,880,444.96	=	170.1%	\$	5,846.95	=	0.3%	\$	2,487,879.69	=	193.8%	\$	2,963,665.04	=	197.5%	1,488,930.60	=	271.8%	1,410,602.49	=	107.7%
	1,693,676.69			\$	1,691,356.33			\$	1,283,997.99			\$	1,500,391.21			547,789.94			1,309,285.94		
<b>ICG = <math>\frac{\text{Gastos financieros}}{\text{Ventas}}</math></b>																					
=	202529.01	=	0.45	\$	275,111.43	=	0.47	\$	130,116.35	=	0.29	\$	141226.76	=	0.19	605353.70	=	0.29	472917.15	=	3.83
	450573.73			\$	585,123.49			\$	455,023.81			\$	731634.75			2118211.63			123494.74		

---

EMPRESA	COMERCIALIZADORA Y DISTRIBUIDORA DIZUMAC CIA.LTDA.				SERVICIOS Y REPRESENTACIONES ROMPRAD CIA. LTDA.				MISTER-BRAT S.A.			
RUC	1391856792001				1890153255001				1891784542001			
PERIODO FISCAL	2018		2019		2018		2019		2018		2019	
<b>Liquidez Corriente</b> = $\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$	= \$	= 1.5	\$	= 0.9	\$	= 1.9	\$	= 2.	\$	= 1.009	\$	= 0.9
	717,532	23	978,273.0	30	188,324	63	155,616	45	17,157.		20,110.	94
	.62		8		.27		.98	1	24		10	
	\$		\$		\$		\$		\$		\$	
	471,093		1,052,158.		95,950.		63,502.		17,006.		20,225.	
	.72		53		33		94		27		54	
<b>Prueba Ácida</b> = $\frac{\text{Activo Corriente} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivo Corriente}}$	= \$	= 0.8	\$	= 0.3	\$	= 1.9	\$	= 2.	\$	= 1.009	\$	= 0.4
	394,127	37	349,576.7	32	188,324	63	155,616	45	17,157.		\$9,710.	80
	.75		4		.27		.98	1	24		10	
	\$		\$		\$		\$		\$		\$	
	471,093		1,052,158.		95,950.		63,502.		17,006.		20,225.	
	.72		53		33		94		27		54	
INDICADORES DE GESTIÓN												
<b>Rotación de Cartera</b> = $\frac{\text{Ventas}}{\text{Cuentas por Cobrar}}$	= \$	=	\$	= 34.	\$ -	= 0.0	\$ -	= 0.	\$	= 0.00	\$	= 0.0
	701,241		1,175,853.	35	0		0		10,798.		71,402.	0
	.73		73						64		04	
	\$ -		\$		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -	
			34,228.42									
<b>Rotación de Activo Fijo</b> = $\frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Fijo}}$	= \$	= 5.6	\$	= 4.8	\$ -	= 0.0	\$ -	= 0.	\$	= 16.35	\$	= 49.
	701,241	0	1,175,853.	8	0		0		10,798.		71,402.	21
	.73		73						64		04	
	\$		\$		\$		\$		\$		\$	
	125,241		241,132.2		148,574		142,574		660.50		\$1,450.	
	.68		9		.25		.25				98	
<b>Rotación de Ventas</b> = $\frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Total}}$	= \$	= 0.8	\$	= 0.9	\$ -	= 0.0	\$ -	= 0.	\$	= 0.61	\$	= 3.3
	701,241	3	1,175,853.	8	0		0		10,798.		71,402.	5
	.73		73						64		04	
	\$		\$		\$		\$		\$		\$	
<b>Período Medio de Cobranza</b> =	842,774		1,194,814.		255,839		223,593		17,817.		21,315.	
	.30		16		.96		.00		74		96	
<b>Cuentas por Cobrar x 365</b>	= \$ -	= 0.0	\$	= 10.	\$ -	= 0.0	\$ -	= 0.	\$ -	= 0.00	\$ -	= 0.0
<b>Ventas</b>		0	12,493,37	62	0		0		00		0	
			3.30									
	\$		\$		\$ -		\$ -		\$		\$	
	701,241		1,175,853.						10,798.		71,402.	

	.73		73						64			04		
INDICADORES DE RENTABILIDAD														
<b>ROA</b> = $\frac{UT.NETA}{ACTIVO\ TOTAL}$	= \$ -	= 0.0	\$ -	= 0.0	\$ -	= 0.0	\$ -	= 0.	\$ -	= 0.0%	\$ -	= 0.0		
	\$	%	\$	%	\$	%	\$	%	\$	%	\$	%		
	842,774		1,194,814.		255,839		223,593		17,817.		21,315.			
<b>ROE</b> = $\frac{UT.NETA}{PATRIMONIO\ NETO}$	.30		16		.96		.00		74		96			
	= \$	= 18.	\$ -	= 0.0	\$	= 40.	\$	= 0.	\$	= 1.8%	\$	= 25.		
	20,967.	1%		%	65,167.	8%	769.89	%	14.71		278.98	6%		
	76				99									
<b>ROS</b> = $\frac{UT.NETA}{VENTAS\ NETAS}$	\$		\$		\$		\$		\$		\$			
	116,045		52,566.66		159,889		160,090		811.47		\$1,090.			
	.72				.63		.06				42			
	= \$	= 3.0	\$ -	= 0.0	\$	= 0.0	\$	= 0.	\$	= 0.1%	\$	= 0.4		
	20,967.	%		%	65,167.	%	769.89	%	14.71		278.98	%		
	76				99									
<b>Margen Bruto</b> = $\frac{Ventas - Costo\ de\ Ventas}{Ventas}$	\$		\$		\$		\$		\$		\$			
	701,241		1,175,853.						10,798.		71,402.			
	.73		73						64		04			
	= \$	= 28.	\$	= 28.	\$ -	= 0.0	\$ -	= 0.	\$	= 66.7%	\$	= 52.		
	202,051	8%	333,074.3	3%	139,817	%	0	%	7,198.6		37,683.	8%		
	.29		6		.73				4		88			
	\$		\$		\$ -		\$ -		\$		\$			
<b>Margen Operacional</b> = $\frac{Ut.\ Operacional}{Patrimonio}$	701,241		1,175,853.						10,798.		71,402.			
	.73		73						64		04			
	= \$	= 78.	\$ -	= 0.0	\$	= 40.	\$	= 0.	\$	= 2.1%	\$	= 38.		
	91,361.	7%		%	65,167.	8%	987.04	%	17.30		420.79	6%		
	18				99									
	\$		\$		\$		\$		\$		\$			
	116,045		52,566.66		159,889		160,090		811.47		\$1,090.			
	.72				.63		.06				42			
<b>Rentabilidad Operacional del Patrimonio</b>	= \$	= 0.7	\$ -	= 0.0	\$	= 0.4	\$	= 0.	\$	= 0.02	\$	= 0.3		
	91,361.	9	0	0	65,167.	1	987.04	01	17.30		420.79	9		
	18				99									
	\$		\$		\$		\$		\$		\$			
	116,045		52,566.66		159,889		160,090		811.47		\$1,090.			
	.72				.63		.06				42			
INDICADORES DE GESTIÓN														
<b>Costo de venta</b>	= \$	= 154		= 134	\$	= 0.0	-	= 0.	\$	= 0.0		= 324		
<b>Inventario promedio</b>	499,190	4%	842,779.3	.1%	139,817	%	0	0	3,600.00	%	33,718.	2%		

	.44		7		.73			%			16		
	\$				\$ -		-		\$ -				
<b>Rotación de activos</b> = $\frac{\text{Ventas}}{\text{Activos fijos}}$	323,404.87		628,696.34								10,400.00		
=	\$ -	=	0.0	=	0.0	=	0.0	=	0.00	=	0.0	=	0.0
			34228.42		\$ -		0		\$ -		0.00		
	\$				\$ -		0		\$		0		
	701,241.73		1175853.73				0.00		10,798.64		71402.04		
<b>IGAYDV</b> = $\frac{\text{Costos administrativos}}{\text{Ventas}}$													
=	\$	=	59.	=	70.	=	54.	=	0.	=	20.	=	158
	499,190.44		2%		5%		7%		0		3,600.00		
									%				
	\$				\$				\$				
<b>ICG</b> = $\frac{\text{Gastos financieros}}{\text{Ventas}}$	842,774.30		1,194,814.16		255,839.96		223,593.00		17,817.74		21,315.96		
=	\$	=	0.0	=	15.	=	0.0	=	0.	=	0.0	=	0.0
	110,698.03		0		50		0		00		0		
	\$ -				\$ -		0.00		\$ -		0.00		
			34228										

EMPRESA	DIFAL S.A				CONFIGRAN CIA. LTDA.				MEXCE S.A.				
RUC	1890133084001				1891753361001				1791349482001				
PERIODO FISCAL	2018		2019		2018		2019		2018		2019		
<b>Liquidez Corriente</b> = $\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$	=	\$	= 3.4	= 1.	= 4.5	= 3.	= 1.5	\$	= 15.93				
		334,007.01	42	383,989.62	8	229,530.14	00	229,530.14	8	\$2,480,669.92	69	1,084,187.83	
		\$		9	51,007.58		8			\$			
<b>Prueba Ácida</b> = $\frac{\text{Activo Corriente} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivo Corriente}}$	=	97,031.98		207,619.72				60,280.41		\$1,581,490.06		68,047.44	
		\$	= 3.4	= 1.	= 4.5	= 3.	= 1.3	\$	= 12.81				
		334,007.01	42	383,989.62	8	229,530.14	00	229,530.14	8	\$2,137,725.54	51	872,128.45	
		\$		9	51,007.58		8			\$			
		97,031.98		207,619.72				60,280.41		\$1,581,490.06		68,047.44	
<b>Rotación de Cartera de Clientes y Proveedores de Gestión</b> = $\frac{\text{Ventas}}{\text{Cuentas por Cobrar}}$	=	\$ -	= 0.0	0.00	= 0.	81119.65	= 0.5	0.00	= 0.	\$2,816,754.21	= 3.6	\$	= 4.17
			0		0		2		0		3	2,519,868.70	
		\$		0.00		156609.13		0.00		\$		\$	
<b>Rotación de Activo Fijo</b> = $\frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Fijo}}$	=	320,690.06								776,441.68		604,929.42	
		\$ -	= 0.0	0.00	= 0.	81119.65	= 50.	0.00	= 0.	\$2,816,754.21	= 10.	\$	= 3.46
			0		0		45		0		50	2,519,868.70	
		\$		0.00		1607.82		0.00		\$		\$	
<b>Rotación de Ventas</b> = $\frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Total}}$	=	27,221.43								268,320.48		728,504.84	
		\$ -	= 0.0	0.00	= 0.	81119.65	= 0.3	0.00	= 0.	\$2,816,754.21	= 1.0	\$	= 1.50
			0		0		5		0		7	2,519,868.70	
		\$		384211.05		231137.96		231137.96		\$		\$	
		340,006.30								\$2,634,809.32		1,674,531.80	



<b>Período Medio de Cobranza</b> = $\frac{\text{Cuentas por Cobrar x 365}}{\text{Ventas}}$	=	\$	= 0.0	\$ -	= 0.	\$	= 70	\$ -	= 0.	\$	= 10	\$	= 87.62
		117,051,	0	0	0	57,162,33	4.6	0	0	283,401,	0.6	220,799,2	
		871.90		0	0	2.45	7	0	0	213.20	1	38.30	
		\$ -		\$ -		\$		\$ -		\$		\$	
						81,119.65				\$2,816,7		2,519,868	
										54.21		.70	
<b>INDICADORES DE RENTABILIDAD</b>													
<b>ROA</b> = $\frac{UT.NETA}{ACTIVO TOTAL}$	=	\$ -	= 0.0	-	= 0.	-	= 0.0	-	= 0.	\$ -	= 0.0	\$ -	= 0.0%
		\$								\$		\$	
		340,006.		384,211.0		231,137.9		231,137.9		\$2,634,8		1,674,531	
		30		5		6		6		09.32		.80	
<b>ROE</b> = $\frac{UT.NETA}{PATRIMONIO NETO}$	=	\$	= 106	-	= 0.		= 6.0	-	= 0.	\$	= 12.	\$ -	= 0.0%
		259,686.	.9		0	10,881.20	%		0	75,073.0	3		
		51	%		%				%	3	%		
		\$								\$		\$	
		242,974.		176,591.3		180,130.3		170,857.5		612,768.		614,268.2	
		32		3		8		5		65		6	
<b>ROS</b> = $\frac{UT.NETA}{VENTAS NETAS}$	=	\$	= 0.0	-	= 0.		= 13.	-	= 0.	\$	= 2.7	\$ -	= 0.0%
		259,686.	%		0	10,881.20	%		0	75,073.0	%		
		51	%		%		%		%	3	%		
		\$ -		-				-				\$	
						81,119.65				\$2,816,7		2,519,868	
										54.21		.70	
<b>Margen Bruto</b> = $\frac{\text{Ventas} - \text{Costo de Ventas}}{\text{Ventas}}$	=	\$ -	= 0.0	-	= 0.		= 10	-	= 0.	\$	= 47.	\$	= 49.8
			%		0	81,119.65	0.0		0	\$1,325,0	0	1,254,430	%
					%		%		%	87.77	%	.43	
		\$ -		-				-				\$	
						81,119.65				\$2,816,7		2,519,868	
										54.21		.70	
<b>Margen Operacional</b> = $\frac{Ut. Operacional}{Patrimonio}$	=	\$	= 125	-	= 0.		= 7.1	-	= 0.	\$	= 14.	\$	= 0.6%
		305,513.	.7		0	12,801.41	%		0	88,321.2	4	\$3,482.79	
		54	%		%				%	1	%		
		\$								\$		\$	
		242,974.		176,591.3		180,130.3		170,857.5		612,768.		614,268.2	
		32		3		8		5		65		6	
<b>Rentabilidad Operacional del Patrimonio</b>	=	\$	= 1.2	0.00	= 0.	12801.41	= 0.0	0.00	= 0.	\$	= 0.1	\$	= 0.01
		305,513.	6		0		7		0	88,321.2	4	\$3,482.79	
		54			0				0	1			
		\$		176591.3		180130.3		170857.5		\$		\$	
		242,974.		3		8		5		612,768.		614,268.2	
		32								65		6	

**INDICADORES DE GESTIÓN**

	=	\$ -	=	0.0	-	=	0.	-	=	0.0	-	=	0.	=	43	\$	=	596.7	
<b>Rotación de inventarios</b> = $\frac{\text{Costo de venta}}{\text{Inventario promedio}}$				%			0			%			0		1,491,66	4.3	1,265,438	%	
		\$ -					%						%		6.44	%	.27		
															343,495.		212,059.3		
															38		8		
<b>Rotación de activos</b> = $\frac{\text{Ventas}}{\text{Activos fijos}}$	=	\$	=	0.0	0.00	=	0.	81119.65	=	0.0	0.00	=	0.	776441.6	=	0.2	\$	=	0.24
		320,690.		0			0			0			0	8		8	604,929.4		
		06					0			0			0				2		
		\$ -			0.00			81119.65			0.00			2816754.			\$		
														21			2,519,868		
																	.70		
<b>IGAYDV</b> = $\frac{\text{Costos administrativos}}{\text{Ventas}}$	=	\$ -	=	0.0	-	=	0.	-	=	0.0	-	=	0.	=	56.	\$	=	75.6	
				%			0			%			0	1,491,66	6	1,265,438	%		
							%						%	6.44	%	.27			
		\$														\$			
		340,006.			384,211.0			231,137.9			231,137.9			2,634,80			1,674,531		
		30			5			6			6			9.32			.80		
<b>ICG</b> = $\frac{\text{Gastos financieros}}{\text{Ventas}}$	=	\$	=	0.7	174040.7	=	0.	68380.13	=	0.8	0.00	=	0.	1239325.	=	1.6	\$	=	2.09
		237,171.		4	6		0			4			0	10		0	1,262,042		
		90					0						0				.58		
		\$			0.00			81119.65			0.00			776441.6			\$		
		320,690.												8			604,929.4		
		06															2		

EMPRESA	GUEVARA VASCO CIA. LTDA.						
RUC	1891718094001						
PERIODO FISCAL	2018		2019				
$\text{Liquidez Corriente} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$	=	\$4,914,897.75	=	1.441	\$ 8,335,708.11	=	1.458
		\$3,411,673.68			\$ 5,718,510.84		
$\text{Prueba Ácida} = \frac{\text{Activo Corriente} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivo Corriente}}$	=	\$4,651,014.07	=	1.363	\$ 7,812,994.31	=	1.366
INDICADORES DE GESTIÓN		\$3,411,673.68			\$ 5,718,510.84		
$\text{Rotación de Cartera} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Cuentas por Cobrar}}$	=	\$ 10,943,996.10	=	2.68	\$ 18,274,424.10	=	2.51
		\$4,090,465.57			\$ 7,294,519.87		

<b>Rotación de Activo Fijo</b> = $\frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Fijo}}$	=	\$ 10,943,996.10	=	42.97	\$ 18,274,424.10	=	69.59
		\$ 254,689.48			\$ 262,607.70		
<b>Rotación de Ventas</b> = $\frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Total}}$	=	\$ 10,943,996.10	=	2.15	\$ 18,274,424.10	=	2.15
		\$5,084,648.96			\$ 8,486,967.85		
<b>Período Medio de Cobranza</b> = $\frac{\text{Cuentas por Cobrar} \times 365}{\text{Ventas}}$	=	\$1,493,019,933.05	=	136.42	\$ 2,662,499,752.55	=	145.70
		\$ 10,943,996.10			\$ 18,274,424.10		
<b>ROA</b> = $\frac{\text{UT. NETA}}{\text{ACTIVO TOTAL}}$	=	\$ -	=	0.0%	\$ -	=	0.0%
		\$5,084,648.96			\$ 8,486,967.85		
<b>ROE</b> = $\frac{\text{UT. NETA}}{\text{PATRIMONIO NETO}}$	=	\$ 927,995.97	=	73.8%	\$ 936,765.25	=	44.9%
		\$1,258,187.85			\$ 2,087,444.48		
<b>ROS</b> = $\frac{\text{UT. NETA}}{\text{VENTAS NETAS}}$	=	\$ 927,995.97	=	8.5%	\$ 936,765.25	=	5.1%
		\$ 10,943,996.10			\$ 18,274,424.10		
<b>Margen Bruto</b> = $\frac{\text{Ventas} - \text{Costo de Ventas}}{\text{Ventas}}$	=	\$1,857,124.98	=	17.0%	\$ 4,023,812.20	=	22.0%
		\$ 10,943,996.10			\$ 18,274,424.10		

<b>Margen Operacional</b> = $\frac{Ut. Operacional}{Patrimonio}$	=	\$1,064,490.19	=	84.6%	\$ 16,727,394.80	=	801.3%
		\$1,258,187.85			\$ 2,087,444.48		
<b>Rentabilidad Operacional del Patrimonio</b> = $\frac{Utilidad Operacional}{Patrimonio}$	=	\$1,064,490.19	=	0.85	\$ 16,727,394.80	=	8.01
		\$1,258,187.85			\$ 2,087,444.48		
<b>INDICADORES DE GESTIÓN</b>							
<b>Rotación de inventarios</b> = $\frac{Costo de venta}{Inventario promedio}$	=	\$9,086,871.12	=	3443.5%	\$ 14,250,611.90	=	2726.3%
		\$ 263,883.68			\$ 522,713.80		
<b>Rotación de activos</b> = $\frac{Ventas}{Activos fijos}$	=	\$4,090,465.57	=	0.37	\$ 7,294,519.87	=	0.40
		\$ 10,943,996.10			\$ 18,274,424.10		
<b>IGAYDV</b> = $\frac{Costos administrativos}{Ventas}$	=	\$9,086,871.12	=	178.7%	\$ 14,250,611.90	=	167.9%
		\$5,084,648.96			\$ 8,486,967.85		
<b>ICG</b> = $\frac{Gastos financieros}{Ventas}$	=	\$ 796,076.80	=	0.19	\$ 2,476,782.95	=	0.34
		\$4,090,465.57			\$ 7,294,519.87		