



**UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPÍRITU SANTO**  
**FACULTAD DE POSTGRADO**

**MAESTRIA EN:**

DIRECCION Y GESTION DE EMPRESAS DE SERVICIOS

**TITULO:**

ANÁLISIS DE IMPACTO ECONOMICO 2014-2015, POR LA  
APLICACIÓN DE LA RESOLUCIÓN 11-2015 DEL COMEX, EN LA  
RENTABILIDAD DE LA EMPRESA AKROSCORP S.A., UBICADO EN  
LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

**PAPER PRESENTADO COMO REQUISITO PREVIO A OPTAR AL  
GRADO ACADÉMICO DE MAGÍSTER  
EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN EN EMPRESAS DE SERVICIOS**

**NOMBRE DEL MAESTRANTE:**

ING. MARÍA FERNANDA UZCÁTEGUI ESPÍN

**NOMBRE DEL TUTOR:**

ECO. LESLIE RODRÍGUEZ

**SAMBORONDON, NOVIEMBRE, 2015**

## RESUMEN

El Comité de Comercio de Exterior de Ecuador (COMEX), mediante Resolución 011-2015 emitido el 6 de marzo de 2015, resuelve establecer una sobretasa arancelarias que oscilan entre el 5% y el 45% de acuerdo al tipo de productos. Bajo este esquema, el presente estudio tiene como objetivo realizar un análisis de impacto económico 2014 – 2015 en la rentabilidad de la empresa, tomando como muestra la venta de computadoras de escritorio y portátiles que se comercializa en la Empresa AKROSCORP S.A. ubicado en la ciudad de Guayaquil. Para lo cual, utilizando el método descriptivo se pudo identificar los datos y características de los productos de la empresa y por medio de la aplicación de fórmulas matemáticas se pudo realizar el análisis de los diferentes resultados para establecer la afectación en la rentabilidad de la empresa por la aplicación de las reformas arancelarias. Los resultados de la investigación determinaron que comparando los ingresos del año 2014 con relación al año 2015, la rentabilidad de los productos analizados ha tenido una tenencia negativa, considerando que se han elevado los costos de producción e incrementado los precios al consumidor, lo que ha influido directamente en la competitividad de la empresa.

**Palabras claves:** COMEX, Resolución, Sobretasa Arancelaria, Empresa, Importaciones, Impacto Económico, Rentabilidad, Norma Legal.

## **ABSTRACT**

The Committee of Foreign Trade of Ecuador (COMEX), through Resolution 011-2015 issued on March 6, 2015, resolved to establish a tariff surcharge ranging between 5% and 45% depending on the type of products. Under this scheme, the present study aims to make an analysis of economic impact 2014 - 2015 on the profitability of the company, taking as example the sale of desktops and notebooks sold in AKROSCORP Company SA It located in the city of Guayaquil. For which, using the descriptive method could identify the data and characteristics of the products of the company and through the application of mathematical formulas could make the analysis of the different results to establish the effect on the profitability of the company the implementation of tariff reforms. The results of the investigation determined that comparing the income of the year 2014 in relation to 2015, the profitability of the analyzed products had a negative holding, given that you have raised production costs and increased consumer prices, which has directly influenced the competitiveness of the company.

**Keywords:** COMEX, Resolution, Surcharge Tariff, Company, Imports, Economic Impact, Performance, Legal Standard.

## INTRODUCCIÓN

El gobierno del Ecuador decidió imponer medidas arancelarias a los productos de importación, con la finalidad de proteger la producción nacional y para contrarrestar los efectos de la caída del crudo ecuatoriano, así mismo, para regular el nivel general de las importaciones y equilibrar la Balanza Comercial.

Sin embargo, estas medidas pueden repercutir negativamente en las empresas que son importadoras de diversos materiales y bienes, debido a que puede causar un efecto en el consumo ya que al aumentar el precio de los productos, tiende a disminuir el consumo del producto, lo que tiene implicaciones directas en la rentabilidad de las empresa.

El objetivo de la presente investigación es realizar un análisis de impacto económico 2014 – 2015 en la rentabilidad general de la empresa, sobre la venta de computadoras de escritorio y portátiles de la Empresa AKROSCORP S.A. ubicado en la ciudad de Guayaquil.

Dentro de las medidas arancelarias para este tipo de productos, de acuerdo a la primera resolución emitida en el mes de enero del año 2015 se ha considerado un incremento de un 10%, posteriormente con la Resolución 011-2015 en el mes de marzo se estableció una sobretasa arancelaria de 15%, es decir, con la aplicación de las dos medidas los costos de los productos importados se han elevado en un 25%, elemento que afecta la competitividad de la empresa.

Estos factores del ambiente externo, pueden influir en la rentabilidad de la empresa y su posición en el mercado, debido a que producen incremento de precios, disminución de clientes, reducción de la demanda de productos, por lo que al realizar un análisis de impacto económico, mediante los resultados, se podrán identificar las amenazas y establecer una serie de estrategias que le permitan a la empresa disminuir su nivel de riesgo.

## REVISIÓN LITERARIA

### 1. Marco teórico

#### **Empresa:**

La empresa se puede considerar como “un sistema dentro del cual una persona o grupo de personas desarrollan un conjunto de actividades encaminadas a la producción y/o distribución de bienes y/o servicios, enmarcados en un objeto social determinado”. (Pallares, Romero, & Herrera, 2005, pág. 36)

En un sentido general, “la empresa es la más común y constante actividad organizada por el ser humano, la cual, involucra un conjunto de trabajo diario, labor común, esfuerzo personal o colectivo e inversiones para lograr un fin determinado.” (García, 2006, pág. 65),

En general, una empresa es la forma más común y constante de una actividad constituida por el ser humano a través de la historia, que involucra un conjunto integrado e recursos, actividades laborales, esfuerzo común, visión de futuro y financiamiento, con el fin de establecer objetivos para alcanzar un fin determinado. (Chiavenato, 2004, pág. 134)

En el Ecuador existen empresas integradoras de soluciones de tecnologías de información donde se caracterizan por la venta de productos, servicios y aplicaciones, así como también servicios de soporte, mantenimiento y administración de la infraestructura y redes.

### **Rentabilidad financiera:**

“La rentabilidad es la relación que existe entre la utilidad y la inversión necesaria para lograrla, ya que mide tanto la efectividad de la gerencia de una empresa, demostrada por las utilidades obtenidas de las ventas realizadas y utilización de inversiones, su categoría y regularidad es la tendencia de las utilidades”. (Zamora, 2011, pág. 96)

“La rentabilidad es un índice que mide la relación entre la utilidad o la ganancia obtenida, y la inversión o los recursos que se utilizaron para obtenerla. La rentabilidad de una empresa puede ser evaluada en referencia a las ventas, a los activos, al capital o al valor accionario”. (Andrade, 2006, pág. 63)

Por lo tanto, la rentabilidad se podría considerar como uno de los objetivos más importantes que se busca toda empresa, que le permita crecer, financiar sus operaciones y recompensar a los accionistas.

### Comercio Exterior:

La entidad que regula las normas del comercio entre los países es la Organización Mundial del Comercio (OMC), en la cual se encuentran los acuerdos firmados por los países que son parte de esta organización y confirmados por sus correspondientes parlamentos. El objetivo es apoyar a los importadores y exportadores en el giro del negocio. (Organización Mundial del Comercio, 2015).



Figura 1: Los principios que regulan el Sistema de Comercio Exterior

Fuente: OMC 2015

Elaborado por: María Fernanda Uzcátegui



En el Ecuador, el Comité de Comercio Exterior (COMEX), es el organismo que regula los procesos, aprueba, difunde, las políticas públicas en lo que respecta al ámbito comercial. (Ministerio de Comercio Exterior, 2015).

A su vez el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE), es la Entidad responsable de realizar un control efectivo al Comercio Exterior con la finalidad de que exista una comercialización responsable en los diferentes grupos económicos. (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2011).

### **Aranceles:**

De acuerdo a la (Organización Mundial del Comercio (OMC), 2015) “los aranceles son el rubro aplicado para la mercancía importada. Los aranceles tienen la finalidad de brindar ventaja a los productos realizados en el país vs los importados. El objetivo, es que se consuma la mercancía elaborada en el país lo cual constituye una fuente de ingresos a los países.

El (Sistema de Información sobre Comercio Exterior, 2015) determina que “un arancel Advalorem se impone en términos de porcentaje sobre el valor de la mercancía”.

Un arancel es un impuesto que el gobierno exige a los productos extranjeros con el objeto de elevar su precio de venta en el mercado interno, y así proteger los productos nacionales para que no sufran la competencia de bienes más baratos.

## Aplicación de aranceles en el Ecuador

Mediante Resolución 051-2014, publicada en el Registro Oficial No. 416 del 16 de enero del 2014, el Comité de Comercio Exterior en base del estudio efectuado determinó que las subpartidas analizadas provocan una salida de divisas del país, mismas que podrían convertirse en inversión para la economía ecuatoriana, decide reformar el Arancel Nacional de Importaciones para 588 sub partidas (Anexo No. 1). (Ministerio de Comercio Exterior, 2015)

Posteriormente, mediante Resolución 011-2015 (Anexo 2), emitida el 06 de marzo del 2015, el mismo organismo resuelve establecer una sobretasa arancelaria, con el propósito de regular el nivel general de importaciones y de esta manera, salvaguardar el equilibrio de la balanza de pagos, conforme al porcentaje advalorem determinado para las importaciones a consumo. Las sobretasas arancelarias oscilan entre el 5% y el 45% de acuerdo al tipo de productos, que gravarán desde materias primas no esenciales para la industria hasta bienes de consumo final. (Ministerio de Comercio Exterior, 2015).

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>ARANCEL COMEX 051-2014</b>	<b>SOBRE ARANCEL COMEX 011-2015</b>	<b>ARANCEL TOTAL</b>
Adaptadores, replicadores, bases	10%	15%	25%
Cables	25%	5%	30%
Cámaras IP de video vigilancia	25%	45%	70%
Computadoras de escritorio	10%	15%	25%
Computadoras portátiles	10%	15%	25%
Equipos de seguridad de la información	10%	15%	25%

Impresora	10%	45%	55%
Impresora multifunción	10%	45%	55%
Licencias	20%	45%	65%
Micrófonos	10%	15%	25%
Networking, switch, router, firewall	10%	15%	25%
Proyectores	20%	45%	65%
Servidores	10%	15%	25%
Software	25%	45%	70%
Teclados, dispositivos por coordenadas x-y	10%	15%	25%
Terminales telefónicos de voz	5%	15%	20%
Terminales telefónicos de voz y video	5%	15%	20%
Tóner	5%	45%	50%
Unidades de memoria	10%	15%	25%
UPS	5%	15%	20%
Videomonitores	5%	45%	50%

Tabla # 1: Productos dentro de las subpartidas con sobrearanceles  
Fuente: Resolución 011-2015 COMEX  
Elaborado por: María Fernanda Uzcátegui

## 2. Generalidades de la empresa AKROSCORP S.A.

AKROS Soluciones Tecnológicas, es una empresa ecuatoriana, con presencia en el mercado tecnológico y experiencia de más de 23 años en la implementación y comercialización de soluciones tecnológicas.

Está enfocada al mercado corporativo, para servirlo lo que cuenta con estructura comercial y administrativa en las ciudades de Quito, Guayaquil y Cuenca con capacidad de brindar soporte a nivel nacional.

Ofrece asesoramiento, servicios y productos en áreas de software, networking, cableado estructurado, infraestructura y seguridad.

Sobre las soluciones de software y servicios que ofrece, se tiene:

- Licenciamiento corporativo Microsoft, segmento gobierno y privado.
- Servicios de Consultoría
  - Assessment de Infraestructura (IOM)
  - Consultoría de buenas prácticas de TI con ITIL
  - MS Cloud (Office 365, Windows Azure)
  - Infraestructura (Nube de Servicios, Directorio, Mensajería, Colaboración, Seguridad, Recuperación ante Desastres)
  - Ingeniería de software (Gestión Documental, EPM)
  - Servicios Administrados
  - Gestión de dispositivos (PC's, Laptops, dispositivos móviles, impresoras)
  - Equipamiento informático (venta y renta)

Dentro del portafolio de productos y como parte de las soluciones tecnológicas para las empresas y usuarios en general, se encuentra la comercialización de computadoras de escritorio y portátiles. Una de las políticas de la empresa es proporcionar a sus clientes la elección y adquisición de productos de alta calidad, considerando que el uso de la tecnología en la mayoría de los clientes resulta ser un proceso estratégico, por lo que se ofrecen productos de las marcas más prestigiosas del mercado tecnológico.

A todo esto se debe añadir, que la compañía posee un gran proyecto de tecnología con el Gobierno llamado proyecto “Marco”, donde se han vendido miles de equipos como laptops, desktops, impresoras, cableado estructurado y además se brinda soporte, asesoría y mantenimiento.

El enfoque principal de la empresa, está basado en el mercado corporativo. Con varios reconocimientos de importantes marcas como LEXMARK, HP, DELL, MICROSOFT, CISCO, MVWARE, XEROX y SYMANTEC, AKROSCORP es uno de los socios (partners) de tecnología, más grandes en el Ecuador, recibiendo así, en el año 2012 el reconocimiento por parte de HP, como el “socio preferido” en ventas del año 2011.

**Misión:**

Mejorar cada día para brindar soluciones tecnológicas corporativas alineadas a las tendencias del mercado.

**Visión:**

Ser reconocidos como el mejor proveedor, empleador y socio comercial del sector tecnológico en el 2017.

**Objetivos:**

- Hacer que los clientes compren reiteradamente, que inviertan más en los productos y servicios y que recomienden la empresa.
- Desarrollar relaciones más fuertes y duraderas con sus mejores clientes, ellos permanecerán con Akros por mayor tiempo y cuanto más permanezcan fieles a la empresa, más beneficios y rentables serán para la empresa.
- Fortalecer su posicionamiento dentro de sus segmentos de mercado

**Análisis FODA:**

	<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<b>1.</b>	Solvencia financiera	Mercado en constante crecimiento
<b>2.</b>	Unidades de negocio bien definidas	Alianzas estratégicas con proveedores de productos y servicios
<b>3.</b>	Alianzas estratégicas con empresas de prestigio sumamente fortalecidas	Competidores con menor equipo comercial
<b>4.</b>	Infraestructura empresarial robusta	Clientes buscan integradores de soluciones
	<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<b>1.</b>	Baja rentabilidad	Inestabilidad económica
<b>2.</b>	Costo operativo alto	Aplicación de aranceles a productos importados
<b>3.</b>	Cartera de servicios limitada	Ingreso de nuevos competidores
<b>4.</b>	Cartera de productos extensa	Comportamiento de compra por precio

Tabla # 2: Análisis FODA AKROSCORP

Fuente: AKROSCORP 2015

Elaborado por: María Fernanda Uzcátegui

### **3. Formulación del problema**

¿Cómo afecta la aplicación de la Resolución 11-2015 del COMEX, en la rentabilidad de la Empresa AKROSCORP S.A., ubicada en la ciudad de Guayaquil?

**RESULTADOS DEL IMPACTO ECONÓMICO SOBRE EL VOLUMEN  
DE VENTAS EN LA EMPRESA**

A continuación se presenta se realiza un análisis el volumen de ventas del año 2014 y 2015 de computadoras de escritorio y portátiles, que están dentro de los productos que están siendo afectados con los aranceles y sobrearanceles, así mismo, considerando que estos impuestos entraron en vigencia durante el primer trimestre del año 2015.

**1. Ventas de computadoras de escritorio (desktop) año 2014, Guayaquil**

<b>MES</b>	<b>VENTA</b>	<b>COSTO DE VENTA</b>	<b>UTILIDAD</b>
ENERO	26.415,25	20.603,90	5.811,36
FEBRERO	111.631,16	87.572,28	24.058,88
MARZO	150.896,57	133.802,23	17.094,34
ABRIL	49.591,53	41.917,41	7.674,12
MAYO	178.599,78	147.432,45	31.167,33
JUNIO	89.403,59	72.665,69	16.737,90
JULIO	121.018,87	102.403,33	18.615,54
AGOSTO	342.578,04	314.046,85	28.531,19
SEPTIEMBRE	316.417,26	269.448,98	46.968,28
OCTUBRE	125.697,22	84.697,47	40.999,75
NOVIEMBRE	126.096,48	104.412,96	21.683,52
DICIEMBRE	332.398,45	301.364,24	31.034,21
<b>TOTAL</b>	<b>1.944.328,95</b>	<b>1.659.763,89</b>	<b>284.565,06</b>

Tabla # 3: Volumen de ventas desktop 2014

Fuente: AKROSCORP 2014

Elaborado por: María Fernanda Uzcátegui



## 2. Ventas de computadoras portátiles (laptops) año 2014, Guayaquil

MES	VENTA	COSTO DE VENTA	UTILIDAD
ENERO	13.641,52	11.186,05	2.455,47
FEBRERO	22.423,57	18.438,03	3.985,54
MARZO	48.070,00	37.193,73	10.876,27
ABRIL	27.924,22	24.372,92	3.551,30
MAYO	37.199,86	29.762,15	7.437,71
JUNIO	58.376,19	47.986,86	10.389,33
JULIO	64.621,24	50.416,18	14.205,06
AGOSTO	79.316,26	65.199,08	14.117,18
SEPTIEMBRE	109.049,93	88.754,91	20.295,02
OCTUBRE	120.807,93	89.184,80	31.623,13
NOVIEMBRE	93.508,39	81.883,90	11.624,49
DICIEMBRE	52.829,63	41.762,65	11.066,98
<b>TOTAL</b>	<b>714.127,22</b>	<b>574.955,21</b>	<b>139.172,01</b>

Tabla # 4: Volumen de ventas portátiles 2014

Fuente: AKROSCORP 2014

Elaborado por: María Fernanda Uzcátegui

## 3. Ventas de computadoras de escritorio (desktop) año 2015, Guayaquil

MES	VENTA	COSTO DE VENTA	UTILIDAD
ENERO	8.683,73	7.461,75	1.221,98
FEBRERO	247.204,54	225.939,38	21.265,16
MARZO	32.137,84	28.229,61	3.908,23
ABRIL	51.301,75	45.103,91	6.197,84
MAYO	8.929,93	7.078,65	1.851,28
JUNIO	3.178,87	719,97	2.458,90
<b>TOTAL</b>	<b>342.752,93</b>	<b>307.071,52</b>	<b>35.681,41</b>

Tabla # 5: Volumen de ventas desktop 2015

Fuente: AKROSCORP 2015

Elaborado por: María Fernanda Uzcátegui

**4. Ventas de computadoras portátiles (laptops) año 2015, Guayaquil**

<b>MES</b>	<b>VENTA</b>	<b>COSTO DE VENTA</b>	<b>UTILIDAD</b>
ENERO	2.075,46	1.440,41	635,05
FEBRERO	18.916,84	14.931,90	3.984,94
MARZO	30.792,37	24.588,46	6.203,91
ABRIL	1.380,00	1.350,61	29,39
MAYO	7.788,29	6.111,10	1.677,19
JUNIO	39.390,57	33.307,09	6.083,48
<b>TOTAL</b>	<b>98.268,07</b>	<b>80.289,16</b>	<b>17.978,91</b>

Tabla # 6: Volumen de ventas portátiles 2015

Fuente: AKROSCORP 2015

Elaborado por: María Fernanda Uzcátegui

**ANÁLISIS DE RESULTADOS SOBRE LA RENTABILIDAD EN LA  
EMPRESA EN RELACIÓN A LOS AÑOS 2014 – 2015**

El presente estudio está enfocado al análisis de las ventas durante el año 2014 y su relación al año 2015, donde se implementan las nuevas tasas arancelarias, de acuerdo al siguiente cuadro:

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>ARANCEL COMEX 051-2014</b>	<b>SOBRE ARANCEL COMEX 011-2015</b>	<b>ARANCEL TOTAL</b>
Computadoras de escritorio	10%	15%	25%
Computadoras portátiles	10%	15%	25%

Tabla # 7: Productos con sobrearanceles (desktop y portátiles)

Fuente: Resolución 011-2015 COMEX

Elaborado por: María Fernanda Uzcátegui

MES	ANÁLISIS DE RENTABILIDAD 2014 – 2015 (COMPUTADORAS DE ESCRITORIO)					
	VENTAS 2014	VENTAS 2015	COSTO DE VENTA 2014	COSTO DE VENTA 2015	UTILIDAD 2014	UTILIDAD 2015
ENERO	26.415,25	8.683,73	20.603,90	7.461,75	5.811,36	1.221,98
FEBRERO	111.631,16	247.204,54	87.572,28	225.939,38	24.058,88	21.265,16
MARZO	150.896,57	32.137,84	133.802,23	28.229,61	17.094,34	3.908,23
ABRIL	49.591,53	51.301,75	41.917,41	45.103,91	7.674,12	6.197,84
MAYO	178.599,78	8.929,93	147.432,45	7.078,65	31.167,33	1.851,28
JUNIO	89.403,59	3.178,87	72.665,69	719,97	16.737,90	2.458,90
JULIO	121.018,87	-	102.403,33	-	18.615,54	-
AGOSTO	342.578,04	-	314.046,85	-	28.531,19	-
SEPTIEMBRE	316.417,26	-	269.448,98	-	46.968,28	-
OCTUBRE	125.697,22	-	84.697,47	-	40.999,75	-
NOVIEMBRE	126.096,48	-	104.412,96	-	21.683,52	-
DICIEMBRE	332.398,45	-	301.364,24	-	31.034,21	-
<b>TOTAL</b>	<b>1.944.328,95</b>	<b>342.752,93</b>	<b>1.659.763,89</b>	<b>307.071,52</b>	<b>284.565,06</b>	<b>35.681,41</b>

Tabla # 8: Análisis de rentabilidad computadoras de escritorio 2014 – 2015

Elaborado por: María Fernanda Uzcátegui

### 1. Relación del volumen de ventas computadoras de escritorio

Como se puede visualizar en el cuadro de análisis de rentabilidad entre el año 2014 con relación al año 2015, en el mes de enero el volumen de ventas de la empresa comienza a disminuir, conforme lo demuestra el siguiente indicador:

$$\text{Volumen de Ventas} = \frac{\text{Ventas año 2015} - \text{Ventas año 2014}}{\text{Ventas año 2014}} * 100$$

$$\text{Volumen de Ventas} = \frac{8.683,73 - 26.415,25}{26.415,25} * 100$$

$$\text{Volumen de Ventas} = \frac{-17.731,25}{26.415,25} * 100$$

$$\text{Volumen de Ventas} = -67\%$$

<b>RELACIÓN VOLUMEN DE VENTAS</b>			
<b>MES</b>	<b>2015</b>	<b>2014</b>	<b>RELACIÓN</b>
ENERO	33%	100%	-67%
FEBRERO	221%	100%	121%
MARZO	21%	100%	-79%
ABRIL	103%	100%	3%
MAYO	5%	100%	-95%
JUNIO	4%	100%	-96%

Tabla # 9: Relación del volumen de ventas 2014 – 2015  
Elaborado por: María Fernanda Uzcátegui

Como se puede visualizar en la tabla anterior existe una disminución del volumen de ventas bastante significativo en el mes de enero, en donde entra en vigencia la primera resolución del COMEX (-67%), recuperándose durante el mes de febrero donde se estabilizan las ventas con un 121% debido a que la empresa implementó estrategias de recuperación de ventas, sin embargo, en el mes de marzo con la segunda resolución de sobrearanceles vuelve a reducirse la ventas en -76%, incrementándose esta tendencia durante los meses de mayo -95% y junio -96%.

## 2. Relación del costo de ventas computadoras de escritorio

Para establecer la relación del costo de ventas entre los años 2014 y 2015, se aplicará el siguiente indicador:

$$\text{Costo de Ventas} = \left( \frac{\text{Costo de Ventas 2015} * 100}{\text{Ventas 2015}} \right) - \left( \frac{\text{Costo de Ventas 2014} * 100}{\text{Ventas 2014}} \right)$$

<b>RELACIÓN COSTO DE VENTAS</b>			
<b>MES</b>	<b>2015</b>	<b>2014</b>	<b>RELACIÓN</b>
ENERO	86%	78%	8%
FEBRERO	91%	78%	13%
MARZO	88%	89%	-1%
ABRIL	88%	85%	3%
MAYO	79%	83%	-3%
JUNIO	23%	81%	-59%

Tabla # 10: Relación del costo de ventas 2014 – 2015

Elaborado por: María Fernanda Uzcátegui

La tabla el costo de ventas del año 2015 con relación al año 2014, establece que durante el mes de enero se incrementó en un 8%, durante el mes de febrero fue del 13%, inclusive sobre el valor de impuesto del arancel que representaba el 10%,

sin embargo en el mes de junio el costo de venta disminuye en un 59% esto debido a que la empresa para compensar los impuestos arancelarios realizó un ajuste de costos con productos que se disponía del año 2014.

### 3. Relación de rentabilidad computadoras de escritorio

$$\text{Rentabilidad} = \frac{\text{Utilidad año 2015} - \text{Utilidad año 2014}}{\text{Utilidad año 2014}} * 100$$

$$\text{Rentabilidad} = \frac{1.221,98 - 5.811,36}{5.811,36} * 100$$

$$\text{Rentabilidad} = \frac{4.589,38}{5.811,36} * 100$$

$$\text{Rentabilidad} = -79\%$$

<b>RELACIÓN DE RENTABILIDAD</b>			
<b>MES</b>	<b>2015</b>	<b>2014</b>	<b>RELACIÓN</b>
ENERO	21%	100%	-79%
FEBRERO	88%	100%	-12%
MARZO	23%	100%	-77%
ABRIL	81%	100%	-19%
MAYO	6%	100%	-94%
JUNIO	15%	100%	-85%

Tabla # 11: Relación de rentabilidad 2014 – 2015  
Elaborado por: María Fernanda Uzcátegui

Conforme la tabla anterior, se puede establecer que existe una considerable disminución de la rentabilidad cuando se hace la relación entre el año 2014 y 2015, en donde en el mes de enero es del -79% y en el mes de marzo del -77%, incrementando la tendencia durante el mes de mayo del -94% y para el mes de junio -85%.



MES	ANÁLISIS DE RENTABILIDAD 2014 – 2015 (COMPUTADORAS PORTÁTILES)					
	VENTAS 2014	VENTAS 2015	COSTO DE VENTA 2014	COSTO DE VENTA 2015	UTILIDAD 2014	UTILIDAD 2015
ENERO	13.641,52	2.075,46	11.186,05	1.440,41	2.455,47	635,05
FEBRERO	22.423,57	18.916,84	18.438,03	14.931,90	3.985,54	3.984,94
MARZO	48.070,00	30.792,37	37.193,73	24.588,46	10.876,27	6.203,91
ABRIL	27.924,22	1.380,00	24.372,92	1.350,61	3.551,30	29,39
MAYO	37.199,86	7.788,29	29.762,15	6.111,10	7.437,71	1.677,19
JUNIO	58.376,19	39.390,57	47.986,86	33.307,09	10.389,33	6.083,48
JULIO	64.621,24	-	50.416,18	-	14.205,06	-
AGOSTO	79.316,26	-	65.199,08	-	14.117,18	-
SEPTIEMBRE	109.049,93	-	88.754,91	-	20.295,02	-
OCTUBRE	120.807,93	-	89.184,80	-	31.623,13	-
NOVIEMBRE	93.508,39	-	81.883,90	-	11.624,49	-
DICIEMBRE	52.829,63	-	41.762,65	-	11.066,98	-
<b>TOTAL</b>	<b>714.127,22</b>	<b>98.268,07</b>	<b>574.955,21</b>	<b>80.289,16</b>	<b>139.172,01</b>	<b>17.978,91</b>

Tabla # 12: Análisis de rentabilidad computadoras portátiles 2014 – 2015

Elaborado por: María Fernanda Uzcátegui

#### 4. Relación del volumen de ventas computadoras portátiles

Como se puede visualizar en el cuadro de análisis de rentabilidad entre el año 2014 con relación al año 2015, en el mes de enero el volumen de ventas de la empresa comienza a disminuir, conforme lo demuestra el siguiente indicador:

$$\text{Volumen de Ventas} = \frac{\text{Ventas año 2015} - \text{Ventas año 2014}}{\text{Ventas año 2014}} * 100$$

$$\text{Volumen de Ventas} = \frac{2.075,46 - 13.641,52}{13.641,52} * 100$$

$$\text{Volumen de Ventas} = \frac{-11.566,06}{13.641,52} * 100$$

$$\text{Volumen de Ventas} = -85\%$$

<b>RELACIÓN VOLUMEN DE VENTAS</b>			
<b>MES</b>	<b>2015</b>	<b>2014</b>	<b>RELACIÓN</b>
ENERO	15%	100%	-85%
FEBRERO	84%	100%	-16%
MARZO	64%	100%	-36%
ABRIL	5%	100%	-95%
MAYO	21%	100%	-79%
JUNIO	67%	100%	-33%

Tabla # 13: Relación del volumen de ventas 2014 – 2015  
Elaborado por: María Fernanda Uzcátegui

Como se puede visualizar en la tabla anterior existe una disminución del volumen de ventas bastante significativo en el mes de enero, en donde entra en vigencia la primera resolución del COMEX (-85%) y en el mes de marzo con la segunda resolución de sobrearanceles (-36%), manteniéndose esta tendencia durante el mes de mayo (-79%) y junio (-33%).

## 5. Relación del costo de ventas computadoras portátiles

Para establecer la relación del costo de ventas entre los años 2014 y 2015, se aplicará el siguiente indicador:

$$\text{Costo de Ventas} = \left( \frac{\text{Costo de Ventas 2015} * 100}{\text{Ventas 2015}} \right) - \left( \frac{\text{Costo de Ventas 2014} * 100}{\text{Ventas 2014}} \right)$$

<b>RELACIÓN COSTO DE VENTAS</b>			
<b>MES</b>	<b>2015</b>	<b>2014</b>	<b>RELACIÓN</b>
ENERO	82%	69%	-13%
FEBRERO	82%	79%	-3%
MARZO	77%	80%	2%
ABRIL	87%	98%	11%
MAYO	80%	78%	-2%
JUNIO	82%	85%	2%

Tabla # 14: Relación del costo de ventas 2014 – 2015

Elaborado por: María Fernanda Uzcátegui

La tabla el costo de ventas del año 2015 con relación al año 2014, establece que durante el mes de enero se mantiene en un 13%, durante el mes de febrero fue del 2%, inclusive sobre el valor de impuesto del arancel que representaba el 10%, sin

embargo en el mes de junio el costo de venta disminuye en un 2% esto debido a que la empresa para compensar los impuestos arancelarios realizó un ajuste de costos con productos que se disponía del año 2014.

#### 6. Relación de rentabilidad computadoras de escritorio

$$\text{Rentabilidad} = \frac{\text{Utilidad año 2015} - \text{Utilidad año 2014}}{\text{Utilidad año 2014}} * 100$$

$$\text{Rentabilidad} = \frac{635,05 - 2.455,47}{2.455,47} * 100$$

$$\text{Rentabilidad} = \frac{1.820,42}{2.455,47} * 100$$

$$\text{Rentabilidad} = -74\%$$

<b>RELACIÓN DE RENTABILIDAD</b>			
<b>MES</b>	<b>2015</b>	<b>2014</b>	<b>RELACIÓN</b>
ENERO	26%	100%	-74%
FEBRERO	100%	100%	0%
MARZO	57%	100%	-43%
ABRIL	1%	100%	-99%
MAYO	23%	100%	-77%
JUNIO	59%	100%	-41%

Tabla # 15: Relación de rentabilidad 2014 – 2015  
Elaborado por: María Fernanda Uzcátegui

Conforme la tabla anterior, se puede establecer que existe una considerable disminución de la rentabilidad cuando se hace la relación entre el año 2014 y 2015, en donde en el mes de enero es del -74% y en el mes de marzo del -43%, incrementando la tendencia durante el mes de abril del -99% y para el mes de mayo -77%.

## **7. Resultados generales**

El éxito de una empresa se mide generalmente a través de su rentabilidad, que es la capacidad de generar utilidades y riqueza. Determinar si la empresa es o no rentable dependerá de varios factores, que involucran la necesidad de crecer, el tiempo invertido, los recursos destinados y la capacidad de respuesta hacia los clientes.

Las medidas planteadas por el gobierno nacional, a través del COMEX, afectó la rentabilidad de la empresa, considerando que esta medida produjo un alza de precios de los productos y servicios, debido a que se incrementaron los costos de producción, lo que agrava la competitividad de la empresa, frente a sus consumidores.

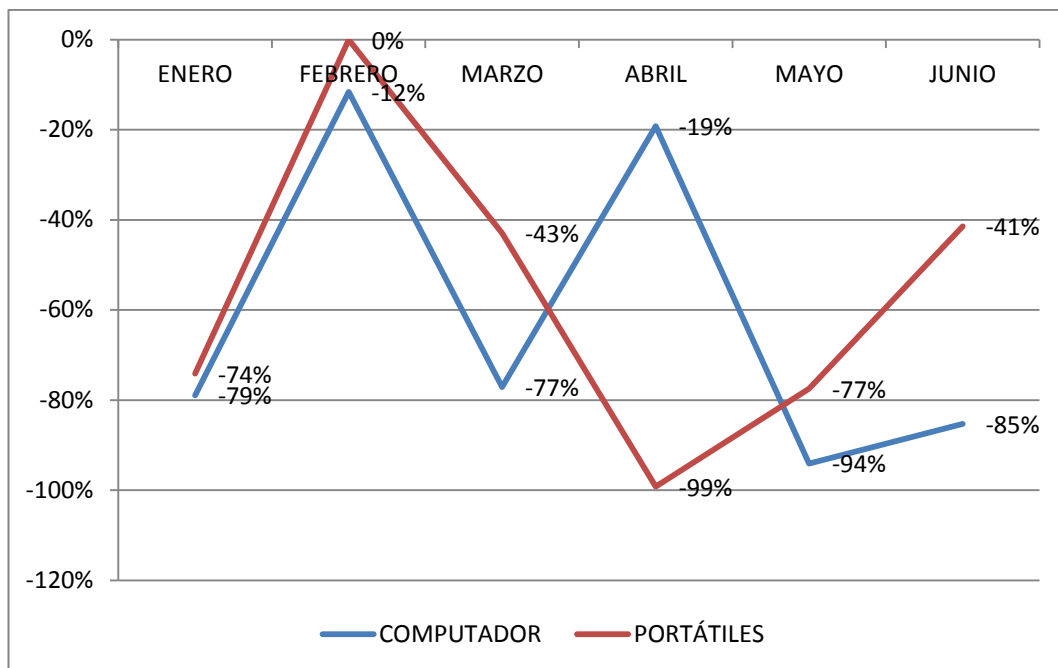


Figura 2: Comparativo de rentabilidad entre computadoras de escritorio y portátiles

Elaborado por: María Fernanda Uzcátegui

La figura establece que, comparando los ingresos del año 2014 con relación al año 2015, la rentabilidad de los productos analizados ha tenido una tenencia negativa, lo que influye directamente en la rentabilidad general de la empresa, debido a que se ha visto afectado por la aplicación de los aranceles y sobrearanceles, que han elevado los costos de producción, incrementado los precios al consumidor lo que ha reducido la competitividad de la empresa ya que la demanda de productos por parte de los clientes ha disminuido significativamente.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 1. Conclusiones

- Dentro de las medidas arancelarias impuestas en el Ecuador, de acuerdo a la primera resolución emitida en el mes de enero del presente año se ha considerado un incremento de un 10%, posteriormente con la Resolución 011-2015 en el mes de marzo se estableció una sobretasa arancelaria de 15%, es decir, con la aplicación de las dos medidas los costos de los productos importados se han elevado en un 25%, elemento que afecta la competitividad de la empresa.
- El análisis de la situación permitió establecer que AKROSCORP S.A. Soluciones Tecnológicas, es una empresa con presencia en el mercado tecnológico y experiencia de más de 23 años en la implementación y comercialización de soluciones tecnológicas. Está enfocada al mercado corporativo y para servirlo de mejor manera cuenta con estructura comercial y administrativa en las ciudades de Quito, Guayaquil y Cuenca con capacidad de brindar soporte a nivel nacional.

- Comparando los ingresos del año 2014 con relación al año 2015, sobre los productos analizados en el período de enero a junio, la empresa ha tenido una pérdida del 64% para las computadoras de escritorio y para las laptops del 52%, es decir, en promedio de los dos productos fue del 58%, factor que ha incluido directamente en la rentabilidad general de la empresa, debido a que se ha visto afectado por la aplicación de los aranceles y sobrearanceles, que han elevado los costos de producción, incrementado los precios al consumidor lo que ha reducido la competitividad de la empresa ya que la demanda de productos por parte de los clientes ha disminuido significativamente.

## **2. Recomendaciones**

En base a la información obtenida del estudio de impacto económico, implementar las siguientes estrategias con el fin de mejorar el rendimiento financiero de la empresa:

- Establecer un método de cálculo de inventarios que establezca un precio promedio de costos de producción.
- Implementar alianzas estratégicas con empresas proveedoras de servicios tecnológicos.
- Diseñar un nuevo portafolio con productos y servicios tecnológicos e innovadores, con bajos costos de producción
- Optimizar el uso de los recursos operativos y administrativos de la



empresa.

- Buscar clientes estratégicos personales y corporativos, para mejorar el volumen de ventas.
- Mejorar la imagen corporativa de la empresa
- Realizar un estudio de mercado para mejorar la competitividad de la empresa.

## BIBLIOGRAFÍA

- Andrade, S. (2006). *Diccionario de Economía* (Segunda Edición ed.). México: Palmir.
- Club Planeta. (2014). Incubadoras de Negocios y sus tipos. *Club Planeta, Información de Negocios*, 34-36.
- Core Business. (2015). Perspectivas Generales del Ecuador 2015. *Perspectivas económicas 2015*, 13-17.
- EKOS. (15 de 08 de 2014). *Perspectivas económicas del Ecuador*, 87-89.
- Fernández, A. (2008). *Política Económica*. México: Mc Graw Hill.
- García, J. (2006). *Prácticas de la Gestión Empresarial*. México: Mc Graw Hill.
- Instituto de promoción de exportaciones e inversiones. (2014). Reformas Arancelarias en Ecuador, 2014. *PROECUADOR, PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES E INVERSIONES*, 45-46.
- Jhonson, S. (2013). *Dirección Estratégica*. México: Prentice May Hispanoamericana SA.
- Ministerio de Comercio Exterior. (2014). *Resoluciones 2014*. Obtenido de <http://www.comercioexterior.gob.ec/resoluciones-2014/>
- Ministerio de Comercio Exterior. (2015). *Página oficial COMEX*. Obtenido de <http://www.comercioexterior.gob.ec/>
- Ministerio de Comercio Exterior. (2015). *Resoluciones 2015*. Obtenido de <http://www.comercioexterior.gob.ec/resoluciones-2015/>

- Organización Mundial del Comercio (OMC). (2015). Aranceles: Organización Mundial del Comercio. *Normativa de aranceles a nivel latinoamericano*, 36-56. Obtenido de Organización Mundial del Comercio 2015.
- Organización Mundial del Comercio. (2015). Reformas arancelarias en Ecuador. *Actividades de la Organización Mundial de Comercio, 2014*. Obtenido de [https://www.wto.org/spanish/thewto\\_s/whatis\\_s/whatis\\_s.htm](https://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/whatis_s.htm)
- Pallares, Z., Romero, D., & Herrera, M. (2005). *Hacer una empresa: Un reto*. México: Fondo Editorial Nueva Empresa.
- Pérez, G. (2014). *Modelos de Negocio para PYMES*. Bogotá: McGraw Hill.
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (2011). *Quiénes somos: Servicio Nacional de Aduana del Ecuador*. Obtenido de Aduana del Ecuador - Senae: [http://www.aduana.gob.ec/ace/mission\\_vision.action](http://www.aduana.gob.ec/ace/mission_vision.action)
- Sistema de Información sobre Comercio Exterior. (2015). *Diccionario de términos de comercio*. Obtenido de [http://www.sice.oas.org/dictionary/TNTM\\_s.asp](http://www.sice.oas.org/dictionary/TNTM_s.asp)
- Toso, K. (2004). *Planeamiento Estratégico*. Lima: Editora Bussines EIRL.
- Universidad de St. Gallen. (2014). St. Galler Business School. *Escuela Ejecutiva de Gestión, Tecnología y Derecho*, 23-25.
- Zamora, A. (2011). *RENTABILIDAD Y VENTAJA COMPARATIVA: UN ANÁLISIS DE LOS SISTEMAS DE PRODUCCIÓN DE GUAYABA EN EL ESTADO DE MICHOACÁN*. México: McGraw Hill.