



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA.

PROCESO DE TITULACIÓN

NOVIEMBRE 2021 – ABRIL 2022

EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO O DE FIN DE CARRERA

PRUEBA PRÁCTICA

PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO DE INGENIERO(A) EN CONTABILIDAD

TEMA:

EVOLUCIÓN DE LA RENTABILIDAD DE LAS VENTAS EN LA EMPRESA DE
AGROQUÍMICOS DINAGRI S.A. EN EL PERIODO 2020-2021

EGRESADA:

ASIN MACIAS KATHERINE ELIZABETH

TUTOR:

ING. COM. BOLIVAR CABRERA, Mg

AÑO 2022

INTRODUCCIÓN

Este estudio se desarrolla en la empresa de agroquímicos Dinagri S.A. con RUC #1207470442001, ubicada en la provincia de Bolívar, se dedica a la venta al por mayor de cereales (en grano), cerca de una década, se encuentra brindando sus productos de calidad y a precios accesibles en la localidad y sectores aledaños, los mismos que han perdurado en el mercado debido a la gestión que realiza su propietario y la aceptación de los Bolivarenses.

Esta investigación se realiza con el objetivo de determinar la evolución de la rentabilidad de las ventas en la empresa de agroquímicos Dinagri S.A. en el periodo 2020-2021, y se considera la línea de investigación de la carrera de contabilidad y auditoría “Gestión Financiera, administrativa, tributaria, auditoría y control” y sublínea “Gestión Financiera, tributaria y compromiso social” que permite realizar el tratamiento de la información obtenida para el desarrollo del tema propuesto.

La metodología que se aplicó es de tipo cualitativa, debido que, detalla cada uno de los procesos que se desarrolla en el área contable para determinar la rentabilidad de las ventas en los periodos establecidos, además de los métodos descriptivo, que ayuda a puntualizar los procedimientos necesario se ejecutan en la empresa, el analítico, ordena e interpreta los hallazgos obtenidos en la investigación y el método bibliográfico, que conlleva a recopilar información a partir del criterio de autores que conceptualizan los términos contables para la paráfrasis adecuada del estudio.

Mientras que, las técnicas necesarias para obtener la información comprende la investigación documental aplicada a través de la observación a los documentos y estados financieros que estructuró la empresa para los periodos 2020-2021, por otro lado, la entrevista, conformada por diez interrogantes semielaboradas que son realizadas al gerente de la empresa de

agroquímicos, con la finalidad de conocer los por menores de los procedimientos contables que se aplican para considerar cuan rentable son las actividades que desarrollan, específicamente, las ventas.

De modo que, los datos recopilados en este estudio, permitieron evidenciar que, la empresa tiene problemas en relación a su rentabilidad, debido a la falta de existencia de matrices estructuradas de las ventas que se efectúan, determinar cuáles son los estados financieros que se realizan en la empresa y declaración de impuesto, si se aplican o no los indicadores de rentabilidad para determinar la eficacia y eficiencia de sus operaciones. En consecuencia, la identificación de cada uno de ellos, ayudará a los responsables de la gestión contable dar los correctivos para garantizar la toma de decisiones en relación a las nuevas inversiones o implementar nuevas actividades que sostengan al negocio en el tiempo.

DESARROLLO

Este estudio se desarrolla en la empresa de agroquímicos Dinagri S.A. con RUC #1207470442001, ubicada en la provincia de Bolívar, en la ciudad de San Miguel en las calles Cesar Abel Pazmiño y Gral. Gall 72005 y Gral. Gallardo y se dedica a la venta al por mayor de cereales (en grano, herbicidas, insecticidas, fungicidas, abonos foliares y abonos edáficos, a partir del 02 de mayo de 2013 ha proporcionado los productos con ayuda de un servicio personalizado a su distinguida clientela, mediante un empleado fijo y 3 contratados por temporada para cubrir la demanda de clientes.

Esta empresa tiene problemas para determinar la rentabilidad de las ventas debido a factores relacionados con la falta de procesos para calcular la eficiencia de sus actividades:

La rentabilidad es una variable que surge a partir del resultado de la gestión de ventas, por otro lado, funciona como un termómetro para determinar si las actividades de inversión venta producción o servicios están desarrollando de acuerdo a los parámetros establecidos de forma adecuada. (Ávila, 2020)

Por otra parte, la rentabilidad se determina a través de indicadores financieros para realizar una valoración sobre la capacidad de la empresa que contribuye a la toma de decisiones, puesto que, interpreta los beneficios obtenidos para hacerle frente a una inversión. (Aguirre, Sajami, Barona, & Dávila, 2020).

En concordancia con ambos autores, la rentabilidad es el resultado que se obtiene por el desarrollo de los procesos de ventas de forma adecuada. Sin embargo, para la empresa, le es imposible determinar de forma numérica la rentabilidad de la empresa, a pesar que, se estructuran estados de resultados y se realizan apuntes manuales que evidencian las ventas, más no se lleva el registro en herramientas digitales y de acuerdo a un orden cronológico que permita determinar el

crecimiento o decrecimiento de las mismas, así como realizar un análisis comparativo de los ingresos por ventas que percibe la empresa.

Otro de los problemas que refiere a la carencia de control de las ventas, se debe a una adecuada planificación comercial:

La planificación en el ámbito comercial, es uno de los elementos de vital importancia para una empresa, puesto que, integra los procesos de supervisión con ayuda de un sistema que consiste en establecer objetivos, planificar y ejecutar las actividades a través de un método de control, para esto es necesario tener fuentes de información internas que consientan a los responsables de su administración aprovechar los recursos y generar beneficios inmediatos. (Schnarch, 2020)

La planificación es uno de los elementos importantes, si lo que se busca es generar un crecimiento de las ventas, se encarga de establecer objetivos o metas de ventas al considerar periodos específicos que permiten hacer predicciones futuras con respecto a los montos que se espera comercializar, es uno de los factores importantes para el incremento de la rentabilidad y la obtención de una mayor cuota de mercado. Sin embargo, en Dinagri S.A., la persona responsable de ventas carece conocimientos en el ámbito contable – administrativo, por tanto, no considera relevante realizar una planificación o establecer un presupuesto de ventas, indica como se han desarrollado las actividades desde hace varios años, ha consentido posicionarse en el mercado Bolivareense.

En relación a la situación problemática que se menciona con anterioridad, los métodos de previsión de ventas que tienen mayor relevancia:

Simple se considera una estimación considerando los mismos porcentajes de crecimiento actuales para el año venidero, extrapolación realizada a través de una regresión lineal, estimación de las necesidades se realizan en torno al consumo de los clientes, correlación se encuentran relacionados al crecimiento del sector y cobertura se realiza en torno a la introducción de nuevos productos en el mercado por lo tanto se realiza una previsión de la cuota de mercado que se busca alcanzar. (Arenal, 2018)

En concordancia con el autor la previsión o predicción de venta es una práctica común en las empresas que calculan la demanda futura de los productos que se busca ofertar en el mercado específico, más aún cuando lo que se busca es comercializar un mayor número de unidades a pesar de la existencia de nuevos competidores, es un factor necesario para establecer estrategias viables. No obstante, en la empresa no se considera un método claro para prever cuánto se quiere mercantilizar en una temporada específica, solo se espera que los montos superen a los anteriores o se mantengan, como por ejemplo a inicios del año 2021 el propietario esperó al finalizar el periodo las ventas superen los \$350.000.00 logrados el año anterior, a pesar que, se alcanzó \$47.000.00 más pero no realizó una valoración de qué porcentaje creció.

Para evidenciar lo enunciado es necesario conocer que las ventas, según Acosta *et al.* (2018) “es el proceso de ofertar productos o servicios que llenen las necesidades de los clientes sin embargo es necesario considerar fases importantes como preparación, concertación de las visitas, contacto, sondeo de las necesidades argumentación objeción y proceso de cierre”.

A partir de la conceptualización que manifiesta Acosta y otros autores, se puede deducir que las ventas son actividades indispensables que permiten proveer al cliente de un producto o servicio a cambio de una cierta suma de dinero, por lo tanto, es necesario considerar los

elementos y un departamento específico que permite direccionar todas aquellas tareas hacia el crecimiento de los mismos.

La empresa durante el 2020, alcanzó \$357, 061.00 por ventas, sin embargo, no todos los meses se ha alcanzado metas favorables, en el primer trimestre logró el 56.28% de las ventas totales, el segundo trimestre el 36.15%, el tercer trimestre 1.64% y el último trimestre 5.93%, es decir, se puede evidenciar que en los últimos seis meses se obtuvo un decrecimiento de las ventas. A pesar que la empresa carece de registros de ventas a través de una matriz donde se recopila la información de forma diaria o mensualizada, el administrador archiva las facturas y pudo proporcionar los datos que se evidencian a continuación en la (*Tabla 1*):

Tabla 1 Resumen de las ventas del periodo 2020 de la empresa Dinagri S.A

#	Meses	Montos
1	Enero	\$ 62.000,00
2	Febrero	\$ 71.500,00
3	Marzo	\$ 67.455,00
4	Abril	\$ 49.000,00
5	Mayo	\$ 51.875,00
6	Junio	\$ 28.200,00
7	Julio	\$ 4.000,00
8	Agosto	\$ 1.000,00
9	Septiembre	\$ 856,00
10	Octubre	\$ 596,00
11	Noviembre	\$ 7.000,00
12	Diciembre	\$ 13.579,00
		\$357.061,00

Fuentes: datos obtenidos del departamento contable de la empresa

Gráfico 1 Ventas del periodo 2020



Fuentes: datos obtenidos del departamento contable de la empresa

Al visualizar las facturas de las ventas que presentaron en el 2021 fueron \$396.044,00 y muestran, durante el primer trimestre 54% de las ventas totales, el segundo con 35%, el tercer periodo del mismo año comprende el 3% y el último trimestre el 8%, para este año existe un decaimiento de las ventas. (véase, Tabla 2) Es decir, existen una falta de identificación de factores internos y externos que permita determinar las causas de las variaciones de las ventas durante los mismos periodos durante los dos últimos años.

Tabla 2 Resumen de las ventas periodo 2021 de la empresa Dinagri S.A

#	Meses	Montos
1	Enero	\$ 71.000,00
2	Febrero	\$ 67.600,00
3	Marzo	\$ 74.358,00
4	Abril	\$ 73.500,00
5	Mayo	\$ 59.000,00
6	Junio	\$ 7.700,00
7	Julio	\$ 7.150,00
8	Agosto	\$ 3.688,00
9	Septiembre	\$ 445,00
10	Octubre	\$ 12.640,00
11	Noviembre	\$ 11.000,00
12	Diciembre	\$ 7.963,00
		\$396.044,00

Fuentes: datos obtenidos del departamento contable de la empresa

Gráfico 2 Ventas del periodo 2021



Fuentes: datos obtenidos del departamento contable de la empresa

Para evaluar las ventas es necesario realizar un análisis comparativo, desde el criterio de Añez (2022): “consiste en realizar la interpretación de dos o más datos, procesos, calificaciones, sistema o cualquier otro aspecto que permita realizar una comparación y tomar una decisión acertada sobre los resultados que se obtengan”. Sin embargo, un análisis comparativo en el área contable se realiza a través de la utilización del método de análisis horizontal, que permite realizar el tratamiento de la información para tomar una decisión acertada, está se realiza extrayendo a información de los estados financieros y comparando dos períodos a través de las variaciones absolutas o relativas a través de su respectiva fórmula. (Barreto, 2020).

No obstante, al realizar un análisis comparativo de las ventas de forma horizontal, utilizando las fórmulas para obtener las variación absolutas (en dólares) $VAB = p2 - p1$ y variaciones relativas (valores porcentuales) $VREL = (P2/P1) - 1 \times 100\%$, al tener en cuenta los dos periodos se puede determinar que mensualmente, se obtuvo variaciones decrecientes para el año 2021 en relación al periodo anterior, en los meses de febrero, junio, septiembre y diciembre que oscilan entre -5% al -73% mientras que, en los demás meses se encuentra un crecimiento que comprenden entre 10% - 2041%, este último valor porcentual corresponde al mes de octubre

debido al aumento de las ventas que crecieron 21 veces que en el 2020. (véase, Tabla 3

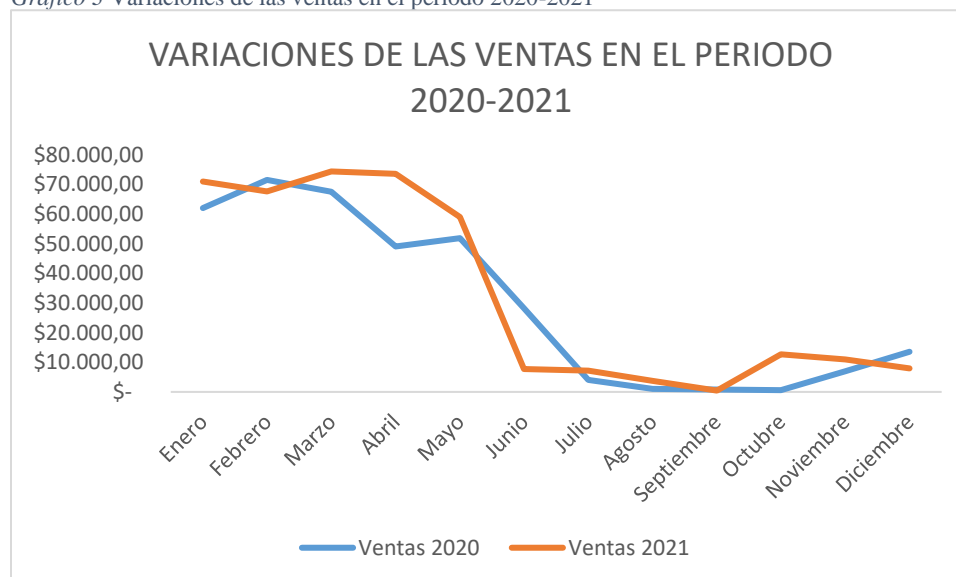
Variaciones del periodo 2020-2021).

Tabla 3 Variaciones del periodo 2020-2021

Meses	Ventas 2020	Ventas 2021	Variación absoluta	Variación relativa
Enero	\$ 62.000,00	\$ 71.000,00	\$ 9.000,00	15%
Febrero	\$ 71.500,00	\$ 67.600,00	\$ -3.900,00	-5%
Marzo	\$ 67.455,00	\$ 74.358,00	\$ 6.903,00	10%
Abril	\$ 49.000,00	\$ 73.500,00	\$ 24.500,00	50%
Mayo	\$ 51.875,00	\$ 59.000,00	\$ 7.125,00	14%
Junio	\$ 28.200,00	\$ 7.700,00	\$ -20.500,00	-73%
Julio	\$ 4.000,00	\$ 7.150,00	\$ 3.150,00	79%
Agosto	\$ 1.000,00	\$ 3.688,00	\$ 2.688,00	269%
Septiembre	\$ 856,00	\$ 445,00	\$ -411,00	-48%
Octubre	\$ 596,00	\$ 12.640,00	\$ 12.044,00	2021%
Noviembre	\$ 7.000,00	\$ 11.000,00	\$ 4.000,00	57%
Diciembre	\$ 13.579,00	\$ 7.963,00	\$ -5.616,00	-41%
Total	\$357.061,00	\$396.044,00	\$ 38.983,00	11%

Datos proporcionados por la empresa. Elaboración del autor

Gráfico 3 Variaciones de las ventas en el periodo 2020-2021



Fuente: datos obtenidos del departamento contable de la empresa

Uno de los factores que contribuyeron a este decreciente volumen de ventas comprende las restricciones que se dieron en cuanto al comercio internacional durante la pandemia:

Originaron al finalizar el primer semestre del 2020 exista una escasez de materia prima, así como, problemas de transporte de mercancía, por lo tanto, existía una indisponibilidad de productos agroquímicos en América Latina y a nivel mundial. Por otra parte, se incrementaron los precios de varios de los productos, a pesar que, la agricultura fue considerada como una actividad esencial para el sostenimiento de la vida humana. (Fernández, 2021)

Aun con la escasez de productos, la empresa mantuvo sus puertas abiertas y comercializó aquello que se encontraba almacenado en bodega, sin embargo, los productos que se encarecieron como el abono foliares y edáficos, este último que más venta representa para la empresa decayó durante los últimos meses del 2020 y la competencia que tenía mayor stock ofertó esos productos ganando mercado y fidelizando a estos clientes.

Vale la pena subrayar que, los procesos de venta que se desarrollan de forma frecuente, parte con el acercamiento del cliente al local comercial, cotización de los productos que necesita, elaboración de proformas en caso de ser necesario, recepta el pedido, facturación, pago de la factura, despacho de pedido, sin embargo, no se realiza un seguimiento al cliente. Seguido de ello, en cuanto a los procesos internos una vez generados los comprobantes de ventas, estos son archivados para generar la información necesaria para la declaración de impuestos y elaboración de los estados financieros.

Mientras que, en el ámbito contable uno de los problemas que presenta la empresa de agroquímicos, es la carencia de un análisis financiero, entiéndase:

Es una pieza esencial para evaluar la situación y el desempeño económico- financiero que tiene una empresa con la finalidad de detectar las dificultades o errores en los procesos y generar las correcciones necesarias, de modo que, su realización obligatoria sin importar el tamaño que tenga una empresa y la actividad que realice para determinar el rendimiento de la organización y tomar decisiones acertadas. (Marcillo, Aguilar, & Gutiérrez, 2021)

Un análisis de los estados financieros, permite identificar los factores internos y externos que contribuyen o afectan a la empresa y cada uno de sus procesos. Por tanto, se verá reflejado en las utilidades y rentabilidad de la empresa una interpretación de los movimientos pormenorizado facilita a la parte administrativa generar un diagnóstico actual y dar las soluciones dentro del tiempo oportuno a los problemas futuros. Sin embargo, la situación entorno a agroquímicos Dinagri deja en evidencia que no se realiza un análisis horizontal o vertical de los estados financieros, sólo cuando la empresa requiere de inyección de capital mediante créditos a entidades bancarias que por lo común se realiza de forma no frecuente, es decir, dos veces en nuevos años, se realizan estados de flujo de efectivo.

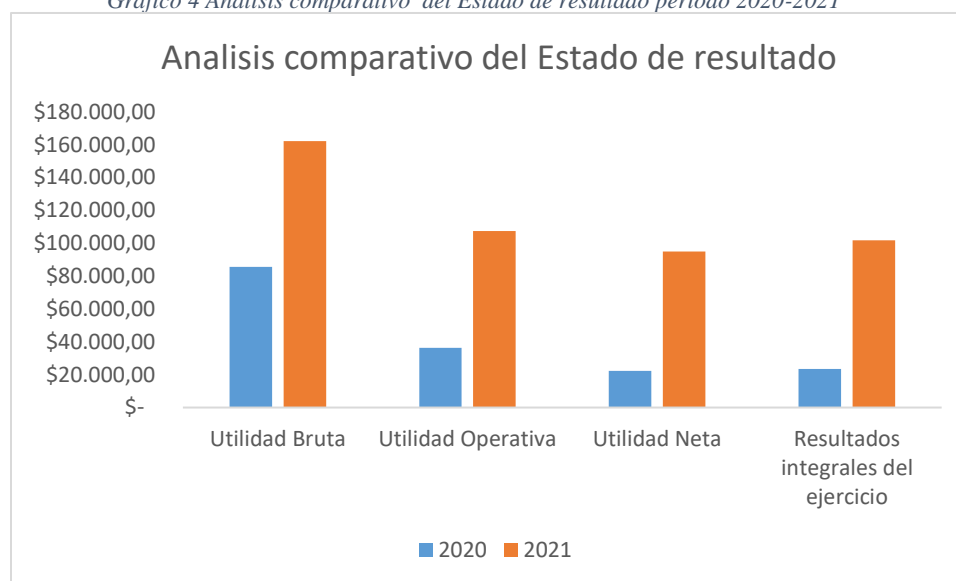
Para conocer la evolución de las ventas en relación al análisis de los estados financieros se aplica el análisis vertical donde se evalúa a los estados de resultados o pérdidas y ganancias se realizan en torno a cada partida con respecto a las ventas totales. (Picado, 2021). En cuanto al estudio se aplica de la siguiente forma:

Tabla 4 análisis vertical del estado de resultado

	2020		2021	
Ventas	\$ 357.061,00	100,0%	\$ 396.044,00	100,0%
Costo de ventas	\$ -271.461,00	76,0%	\$ -233.838,00	59,0%
Utilidad Bruta	\$ 85.600,00	24%	\$ 162.206,00	41,0%
Gasto de operaciones				

Egresos operativos	\$ -49.278,00	13,8%	\$ -54.824,00	13,8%
Utilidad Operativa	\$ 36.322,00	10,2%	\$ 107.382,00	27,1%
Egresos y gastos no operativos neto	\$ 1.117,00	0,3%	\$ 1.239,00	0,3%
Gastos financieros del periodo	\$ -4.000,00	1,1%	\$ -3.384,00	-0,9%
Impuesto a la renta	\$ -11.140,00	3,1%	\$ -10.250,00	-2,6%
Utilidad Neta	\$ 22.299,00	6,2%	\$ 94.987,00	24,0%
Otros resultados integrales	\$ 1.223,00	0,3%	\$ 6.826,00	1,7%
Resultados integrales del ejercicio	\$ 23.522,00	6,6%	\$ 101.813,00	25,7%

Gráfico 4 Análisis comparativo del Estado de resultado periodo 2020-2021



Fuente: datos obtenidos del departamento contable de la empresa

Al realizar el cálculo de cada una de las cuentas de resultado en comparación a las ventas totales realizadas por la empresa de agroquímicos, se puede determinar que, para el año 2020 la utilidad bruta representa el 24%, utilidad operativa 10.2%, utilidad neta 6,2%. A diferencia del año 2021 donde se alcanzaron utilidad bruta de 41.0% utilidad operativa 27.1% utilidad neta de 24%, en relación a las ventas totales. Por lo tanto, al realizar una comparación entre ambos períodos se puede evidenciar que los resultados obtenidos en comparación a las ventas fueron inferiores para el año 2020, además que para el año 2021 se muestra una utilidad neta superior.

Al analizar la composición de las ventas en el estado de pérdidas y ganancias, se puede determinar que para el año 2020 por cada \$100,00 de ventas, se está gastando \$13.80, al realizar una comparación con el año 2021 por cada \$100,00 en ingresos por ventas se gasta \$13.80, es decir, los gastos operacionales representante lo mismo de forma porcentual.

Por otro lado, al analizar la matriz que se estructuró anteriormente se puede visualizar que los costos de ventas en relación a las ventas corresponden al 76%, estas cifras convertidos a dólares, establecen que por cada \$100.00 vendidos por la empresa de químicos se gastan \$76.00 de los costos de los ingresos para el primer periodo, mientras que, para el año 2021 los costos de venta representan el 59%, es decir, a pesar que los ingresos por ventas fueron superiores se redujeron costos de venta, de modo que, por cada \$100.00 que ingresan por ventas su costos sobre ventas es \$59.00.

Por otro lado, la carencia de un análisis financiero trae consigo la falta de aplicación de los indicadores para determinar la rentabilidad, a pesar que, desde el criterio de Itaú Empresas, (2020): “la rentabilidad de las ventas se calcula al considerar la información del estado de resultados, siguiendo cada una de las formulas e indicadores.” Por otro lado:

Los indicadores financieros son medidas que permiten determinar el estado de la empresa a partir de criterios individuales y permiten determinar la relación existente entre las cuentas que conforman los estados financieros y consienten analizar la liquidez, solvencia, rentabilidad y eficiencia de las operaciones de una empresa. (Imaicela *et al.*, 2019)

Uno de los efectos que tiene la falta de aplicación en cuanto a los indicadores de rentabilidad en ventas comprende el descontrol de los costos y gastos que se originan en la

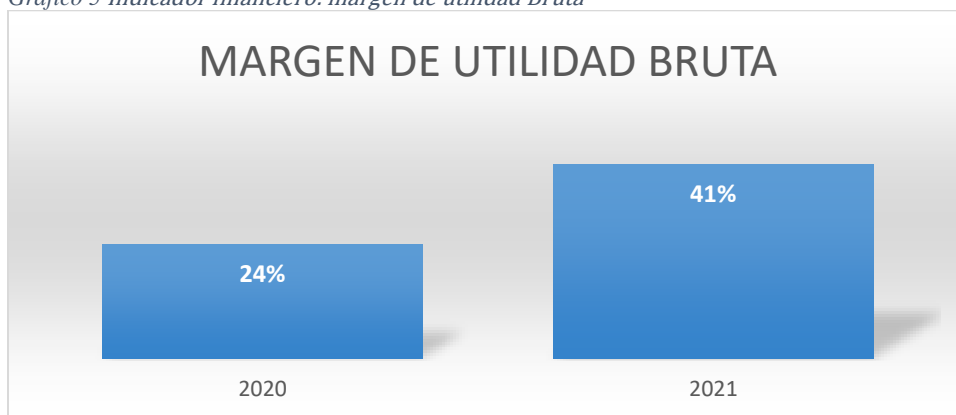
empresa, por tanto, las utilidades obtenidas durante el período son inferiores a lo que la empresa espera, por otro lado, es imposible medir la gestión que se realiza, así como dar cumplimiento a los objetivos previsto y realizar proyecciones de ventas.

El primer indicador para determinar la rentabilidad de las ventas de una empresa, es el margen de utilidad bruta que determina el porcentaje de cada dólar invertido después del pago de los bienes de la empresa. (Escobar, 2019). Y se obtiene mediante el siguiente cálculo: Utilidad bruta/ ventas netas. A pesar que la empresa no considera las fórmulas necesarias, para efecto de este estudio se extrae información del estado de situación financiera de la empresa:

$$\text{Margen de utilidad Bruta 2020} = \frac{\$85,600.00}{\$357,061.00} = 0.239 = 0.24 = 24\%$$

$$\text{Margen de utilidad Bruta 2021} = \frac{\$162,206.00}{\$396,000.00} = 0.409 = 0.41 = 41\%$$

Gráfico 5 Indicador financiero: margen de utilidad Bruta



Fuente: datos obtenidos del departamento contable de la empresa

El margen de utilidad bruta obtenida para el periodo 2020 corresponde al 24%, mientras que, para el siguiente período es de 41% es decir, al realizar una comparación entre ambos períodos se puede determinar que, para el último año hay un crecimiento en cuanto este margen, aunque de acuerdo a la investigación realizada ambos porcentajes se encuentran dentro del rango

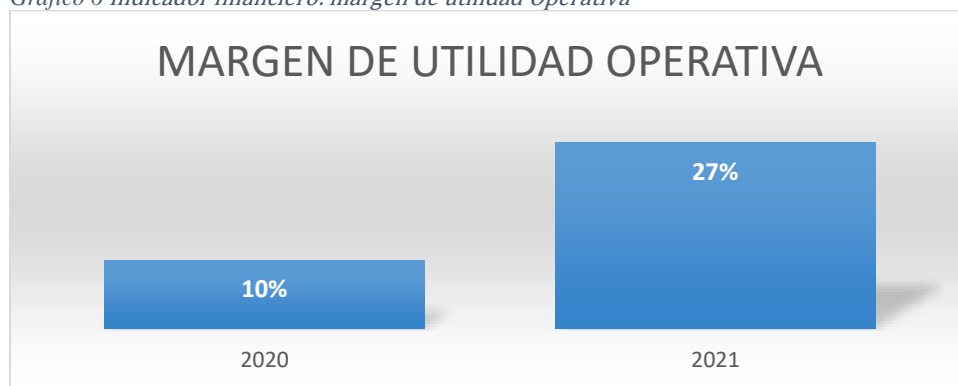
de estabilidad, es decir, el 5% se considera un baja utilidad, 10% como promedio y a partir de 20% goza de un margen adecuado de rentabilidad.

En cuanto al margen de utilidad operativa, este indicador, permite determinar la eficiencia de la gestión de las operaciones de la empresa, según Rivera (2021) “se divide cada una de las utilidades entre las ventas; el cociente significa el tipo utilidad que aporta una unidad monetaria de ventas, que puede ser expresado en porcentaje”. (pág. 3). y se calcula mediante la fórmula: utilidad operativa/ ventas netas. De la misma forma se realiza el respectivo cálculo para ambos periodos

$$\text{Margen de utilidad Operativa 2020} = \frac{\$36,322.00}{\$357,061.00} = 0.101 = 0.10 = 10\%$$

$$\text{Margen de utilidad Operativa 2021} = \frac{\$107,385.00}{\$396,000.00} = 0.271 = 0.27 = 27\%$$

Gráfico 6 Indicador financiero: margen de utilidad Operativa



Fuente: datos obtenidos del departamento contable de la empresa

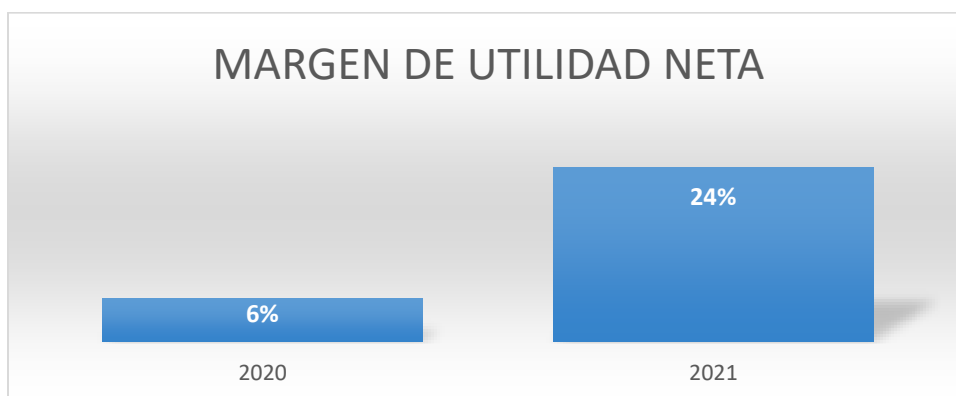
Al evaluar varios periodos en relación al margen de utilidad operativa, se puede terminar que para el primer periodo se obtuvo el 10% de utilidad operativa y en el 2021 el 27%, es decir, existe un crecimiento para el último año correspondiente al 17%, es decir, la empresa presenta una buena condición en los ingresos costos y gastos operacionales a pesar de la carencia de ciertos procesos.

Otra ratio, refiere al margen de utilidad neta, Núñez (2018): “son los beneficios obtenidos por cada dólar invertido después de los costos y gastos, y se obtiene mediante la aplicación de la fórmula: utilidad neta/ventas netas.”

$$\text{Margen de utilidad neta 2020} = \frac{\$22,299.00}{\$357,061.00} = 0.062 = 0.06 = 6\%$$

$$\text{Margen de utilidad neta 2021} = \frac{\$94,987.00}{\$396,000.00} = 0.239 = 0.24 = 24\%$$

Gráfico 7 Indicador financiero: margen de utilidad neta



Fuente: datos obtenidos del departamento contable de la empresa

Para realizar el cálculo de la utilidad neta considerando la fórmula respectiva en ambos periodos, se puede terminar para el año 2020 se obtuvo el 6% en este margen, es decir, por cada \$100,00 comercializado ingresan \$6,00 a la empresa, y para el 2021 arrojó resultados que comprenden el 24% y refieren que por cada \$100,00 en ventas ingresan \$24,00 por lo tanto, al realizar una comparación entre ambos periodos es evidente el crecimiento del 18% para el último período, consecuentemente, la empresa tiene una situación favorable.

Por otro lado, un elemento que permite determinar la evolución y crecimiento de las ventas, es la evaluación de desempeño:

Permite identificar al trabajo de la fuerza de ventas como un factor indispensable dentro de las actividades de comercialización. Por otra parte, considera los resultados obtenidos y determinar si los esfuerzos realizados fueron suficientes para alcanzar los objetivos comerciales, además, conlleva a establecer nuevas propuestas de venta a través de la identificación de cada uno de las fortalezas y reducir significativamente las debilidades. (Caballero, 2019)

Una de las causas que afecta de gran manera evolución de la venta en Dinagri S.A., se relaciona a la carencia de una evaluación de desempeño comercial, considerando también que los colaboradores no tienen una formación en el área de ventas simplemente para su contratación es necesario tener conocimiento de los productos que se busca comercializar, la mayoría de ellos han sido contratados debido a experiencia previa en otras empresas, sin embargo, los esfuerzos que realizan no se encuentran alineados a establecer, alcanzar objetivos, a su vez proponer nuevas estrategias para alcanzar un crecimiento de las ventas.

CONCLUSIONES

La investigación realizada aborda la situación problemática con la que la empresa de agroquímicos Dinagri S.A. viene batallando constantemente cómo es la imposibilidad de realizar un análisis para determinar la evolución de la rentabilidad de las ventas en los periodos 2020-2021 a pesar de gozar de una buena salud financiera carece de procesos y registros de venta que permitan determinar a ciencia cierta o de forma numérica la utilidad de sus operaciones de venta, así lo manifiesta su administrador a través de la entrevista efectuada.

A pesar de que, la empresa cuenta con un profesional en el área contable para preparar los estados financieros no se realiza una previsión de ventas, aplica ratios financieras o algún tipo de análisis comparativo sea éste horizontal o vertical para determinar la efectividad de los procesos realizados en ventas esto se debe a la carencia de información y registros ordenados de forma adecuada.

Al estructurar una matriz con la información proporcionada por parte del responsable de las ventas se pudo aplicar un análisis comparativo utilizando el método de análisis horizontal que arrojó como resultado un crecimiento entre ambos periodos del 11% siendo el año 2021 año favorable para la empresa obteniendo un crecimiento de \$38.983,00.

Por último, al aplicar un análisis más profundo con la utilización del método vertical a través de los ratios financieros, se puede determinar que existe un crecimiento para el último año del 17% más en el margen de utilidad bruta, un crecimiento en el margen de utilidad operativa que corresponde al 17% más para el 2021 y en relación al margen neto existe un incremento del 18% para el último período, por tanto, al valorar se pudo identificar que de los tres indicadores que manifiestan la rentabilidad de las ventas presentan resultados favorables.

BIBLIOGRAFÍA

- Acosta, V., Salas, N., Jiménez, C., & Guerra, T. M. (2018). *Administración de ventas: conceptos claves en el siglo XXI*. Alicante: Área de innovación y desarrollo.
- Aguirre Sajami, C. R., Barona, M. M., & Dávila, D. (2020). La rentabilidad como herramienta para la toma de decisiones: análisis empírico en una empresa industrial. *Valor Contable*, 7(1), 50-64.
- Añez, J. (2022). *Análisis Comparativo*. Obtenido de Economía 360:
<https://www.economia360.org/analisis-comparativo/>
- Arenal, L. (2018). *Dirección y estrategias de ventas e intermediación comercial*. UF1723. La Rioja: Tutor Formación.
- Ávila, S. M. (2020). Plan de gestión de venta y su incidencia en la rentabilidad de la comercializadora Raíces Unidas, Trujillo 2019. *Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración*. Universidad Privada del Norte, Trujillo.
- Barreto, G. B. (2020). Análisis financiero: factor sustancial para la toma de decisiones en una empresa del sector comercial. *Universidad y Sociedad*, 129-134.
- Caballero, S. d. (2019). *Gestión de la fuerza de ventas y equipos comerciales*. Madrid: Cep.
- Escobar, V. A. (2019). El crecimiento y la rentabilidad en empresas del sector textil y confecciones de la zona de planificación 3. *Trabajo de Titulación modalidad Proyecto de Investigación y Desarrollo*. Universidad Técnica de Ambato, Ambato.
- Fernández, J. (noviembre de 2021). *Afectación a disponibilidad de agroquímicos a nivel mundial*. Obtenido de Croplife Latinoamérica:

<https://www.croplifela.org/es/actualidad/noticias/afectacion-a-disponibilidad-de-agroquimicos-a-nivel-mundial>

Imaicela, C., Curimilma, H., & López, T. (2019). Los indicadores financieros y el impacto en la insolvencia de las empresas. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 1-13.

Itaú Empresas. (2020). *Gestión Financiera*. Colombia: Itaú Empresas.

Marcillo, C., Aguilar, G. C., & Gutiérrez, J. (2021). Análisis financiero: una herramienta clave para la toma de decisiones de gerencia. *593 Digital publisher*, 6(3), 87-106.

Núñez, P. H. (2018). La inversión en la maquinaria y su impacto en la rentabilidad de las sociedades del sector calzado del cantón Ambato. *Proyecto de Investigación*. Universidad Técnica de Ambato, Ambato.

Picado, M. (11 de febrero de 2021). *Estados Financieros: Análisis Vertical (Ejemplo en Excel)*. Obtenido de Toda gerencia: <https://todogerencia.com/index.php/2021/02/11/estados-financieros-analisis-e-interpretacion-vertical-ejemplo-en-excel/>

Rivera, G. J. (2021). Gestión financiera de la pyme manufacturera de productos lácteos en Colombia (2014- 2019). *Estrategia Organizacional*, 10(21), 1-18.

Schnarch, K. (2020). *Dirección efectiva de equipos de venta.: La gerencia de ventas para el siglo XXI*. Bogotá: Ecoe.

ANEXOS

Anexo 1 Consulta del Ruc

Consulta de RUC

RUC: 1207470442001 Razón social: GAIBOR APUNTE JUAN CARLOS

Estado contribuyente en el RUC: **ACTIVO** Nombre comercial:

Actividad económica principal: VENTA AL POR MAYOR DE CEREALES (GRANOS).

Tipo contribuyente	Clase contribuyente	Obligado a llevar contabilidad
PERSONA NATURAL	OTROS	SI

Fecha inicio actividades	Fecha actualización	Fecha cese actividades	Fecha reinicio actividades
02/05/2013	09/09/2020		

Activar Windows
Ve a Configuración para activar

Anexo 2 Ficha de entrevista

Universidad Técnica de Babahoyo
Facultad de administración, Finanzas e Informática
Escuela de Administración
Carrera de Contabilidad y Auditoria

Entrevistado: Gerente-propietario de la empresa de agroquímicos Dinagri S.A

Objetivo: Identificar los procesos que se realizan para determinar la rentabilidad de las ventas de la empresa.

Preguntas:

1. ¿Cuáles son los procesos que desarrolla para efectuar las ventas?
2. ¿Cómo estructuraron las ventas de la empresa del periodo 2020-2021?
3. ¿Cómo se realiza la determinación de la rentabilidad de las ventas?
4. ¿Cuáles son los ratios que considera para realizar el cálculo de la rentabilidad de las ventas?
5. ¿Cómo determina la rentabilidad por las operaciones que realiza?
6. ¿Quién es la persona que se encarga de determinar la rentabilidad de la empresa?
7. ¿De qué forma estructura sus estados de resultados?
8. ¿Cuáles son los factores que considera cuando surge la necesidad de realizar alguna inversión?
9. ¿Cómo determinar el riesgo financiero en las inversiones de la empresa?
10. ¿Realiza un análisis comparativo de las ventas que posee la empresa?

Anexo 3 Respuestas obtenidas de la entrevista

Tabla 5 Respuestas obtenidas de la entrevista

#	Preguntas	Información obtenida
1	¿Cuáles son los procesos que desarrolla para efectuar las ventas?	Acercamiento del cliente al local comercial, cotización de los productos que necesita, elaboración de proformas en caso de ser necesario, recepta el pedido, facturación, pago de la factura, despacho de pedido
2	¿Cómo estructuraron las ventas de la empresa del periodo 2020-2021?	Véase tabla 1 - 2 de las ventas obtenidas en el periodo 2020 - 2021
3	¿Cómo se realiza la determinación de la rentabilidad de las ventas?	Mediante la utilidad que arroja el estado de pérdidas y ganancias
4	¿Cuáles son los ratios que considera para realizar el cálculo de la rentabilidad de las ventas?	No, se considera la aplicación de ratios para determinar la rentabilidad de las ventas
5	¿Cómo determina la rentabilidad por las operaciones que realiza?	Mediante la utilidad que arroja el estado de pérdidas y ganancias
6	¿Quién es la persona que se encarga de determinar la rentabilidad de la empresa?	El contador, es el encargado de realizar un resumen contable y determinar la eficiencia de las operaciones
7	¿De qué forma estructura sus estados de resultados?	Se recopila facturación de compras y ventas para elaborar los estados de pérdidas de ganancias y anexos respectivos para la declaración de impuestos
8	¿Cuáles son los factores que considera cuando surge la necesidad de realizar alguna inversión?	La existencia de liquidez para afrontar las deudas que se contraen
9	¿Cómo determinar el riesgo financiero en las inversiones de la empresa?	A través del criterio del contador
10	¿Realiza un análisis comparativo de las ventas que posee la empresa?	No, solo se tienen apuntes referentes a las ventas que presenta la empresa cada año.

Fuente Datos obtenidos de la entrevista aplicada al gerente de la empresa

Tabla 6 Estado de resultado de la empresa de Agroquímicos Dinagri S.A

AGROQUÍMICOS DINAGRI S.A		
ESTADO DE RESULTADO (CONSOLIDADO)		
	2020	2021
Ventas	\$ 357.061,00	\$ 396.044,00
Costo de ventas	\$ -271.461,00	\$ -233.838,00
Utilidad Bruta	\$ 85.600,00	\$ 162.206,00
Gasto de operaciones		
Egresos operativos	\$ -49.278,00	\$ -54.824,00
Utilidad Operativa	\$ 36.322,00	\$ 107.382,00
Egresos y gastos no operativos neto	\$ 1.117,00	\$ 1.239,00
Gastos financieros del periodo	\$ -4.000,00	\$ -3.384,00
Impuesto a la renta	\$ -11.140,00	\$ -10.250,00
Utilidad Neta	\$ 22.299,00	\$ 94.987,00
Otros resultados integrales	\$ 1.223,00	\$ 6.826,00
Resultados integrales del ejercicio	\$ 23.522,00	\$ 101.813,00

Datos proporcionados por la empresa.