



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA.**

**PROCESO DE TITULACIÓN**  
**MAYO 2023 – SEPTIEMBRE 2023**

**EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO**  
**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:**  
**LICENCIADO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**TEMA:**  
**EVALUACIÓN DEL IMPACTO DE LAS VENTAS EN LA EMPRESA BANARIEGO**  
**S.A. UBICADA EN LA CIUDAD DE BABAHOYO PROVINCIA DE LOS RÍOS EN EL**  
**PERIODO 2022**

**ESTUDIANTE:**  
**JOSTIN ELIAN VERA CASTRO**

**TUTOR:**  
**CPA. NANCY UHSCA CUZCO, MGS**

**AÑO 2023**

## RESUMEN

El presente estudio se enfoca en el impacto de ventas y su rentabilidad dentro la Empresa Banariego S.A. ubicada en la Ciudad de Babahoyo, basándonos en la importancia de analizar y mejorar las estrategias de ventas, especialmente en un entorno empresarial acelerado y variable en el cual se crea la necesidad de planificar objetivos de ventas cuantificables y temporales que otorguen la relevancia necesaria a utilizar en la toma de decisiones informadas. La disposición de medir el crecimiento o decrecimiento en el margen de ventas para evaluar el desempeño financiero de la empresa se ve reflejado en la proyección de ventas a través de análisis históricos y modelos estadísticos. Además, se subraya la influencia de factores estacionales y climáticos en el negocio, especialmente en el caso de Banariego S.A.

Este estudio analiza las ventas de Banariego S.A. mediante la utilización de un enfoque descriptivo y una metodología inductivo-deductiva para examinar y mejorar el rendimiento de la empresa. Se recopilará información cuantitativa y cualitativa a través de encuestas al personal de ventas y por último los resultados validarán la investigación teórica y ayudarán a mejorar la posición financiera de la empresa.

**Palabras Claves:** Ventas, Proyección, Impacto, Rentabilidad, Márgenes.

## **ABSTRACT**

This study focuses on the impact of sales and its profitability within the company Banariego S.A. located in the city of Babahoyo, based on the importance of analyzing and improving sales strategies, especially in an accelerated and variable business environment in which the need to plan quantifiable and temporary sales objectives that provide the necessary relevance to be used in making informed decisions is created. The willingness to measure the growth or decline in sales margin to evaluate the financial performance of the company is reflected in the sales projection through historical analysis and statistical models. In addition, the influence of seasonal and climatic factors on the business, especially in the case of Banariego S.A., is highlighted.

This study analyzes Banariego S.A.'s sales by using a descriptive approach and an inductive-deductive methodology to examine and improve the company's performance. Quantitative and qualitative information will be collected through surveys of sales personnel and finally the results will validate the theoretical research and help to improve the company's financial position.

**Key words:** Sales, Projection, Impact, Profitability, Margins.

## INDICE

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	7
JUSTIFICACIÓN .....	9
OBJETIVOS .....	11
Objetivo general.....	11
Objetivos específicos .....	11
LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN .....	12
MARCO TEORICO.....	13
1. Administración financiera .....	13
1.2 Análisis financiero .....	13
1.2.1 Clasificación del análisis financiero .....	14
2. Ventas .....	16
2.1 Importancia de las ventas.....	16
2.2 Rendimiento de ventas.....	17
3. Costo de ventas.....	19
3.1 Análisis de ventas .....	19
3.1.1 Margen de utilidad .....	20
3.1.2 Medición del margen de utilidad .....	20
3.2 Indicadores de gestión.....	21
3.2.1 Indicadores de rentabilidad .....	21
3.2.1.1 Margen bruto.....	22
3.2.1.2 Margen operacional .....	22
3.2.1.3 Margen neto .....	23
3.2.2 Indicadores de liquidez.....	24
4. ¿Qué es un análisis FODA?.....	24
4.1 Matriz FODA .....	24
METODOLOGÍA.....	27

RESULTADOS.....	28
DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	29
CONCLUSIONES.....	31
RECOMENDACIONES.....	32
BIBLIOGRAFÍA.....	33
ANEXOS.....	35

## **TABLA DE ILUSTRACIONES**

Ilustración 1 .....	18
Ilustración 2 Análisis FODA .....	26

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

El impacto de las ventas se genera a través de la información generada a partir de datos, y tendencias para establecer objetivos y pronosticar utilidades, esto se da en una estrecha relación de las actividades para determinar resultados con el equipo de trabajo de la empresa con un análisis que debe centrarse en mejorar y desarrollar nuevas estrategias para tener un rendimiento equilibrado de ventas en corto, mediano y largo plazo, en la empresa Banariego los periodos de ventas se marcan por trimestres y por ende opera en un entorno acelerado.

Las estrategias de ventas deben estar bien definidas para proporcionar un enfoque claro en base a los objetivos de la empresa con una gama de productos que no sean estacionales, con un rendimiento óptimo basados en los ingresos generados para cubrir las tasas de crecimiento en los ingresos considerando un margen de beneficio que permita continuar activamente en el mercado ofreciendo varias líneas de productos y variantes que garanticen un ingreso rutinario en un plazo determinado, para así obtener fluidez en el efectivo de la empresa.

Para las empresas genera un impacto negativo los volúmenes de ventas bajos por diversos factores que inciden en la economía de las mismas, como el exceso en stock por ventas mal pronosticadas por que se constituye en una adquisición innecesaria que podría ser utilizado en otros productos que si tendrían una pronta salida y por ende la recuperación del efectivo invertido, en consecuencia se debe realizar un análisis crítico de los productos vendidos y en los periodos regulares de uso por tratarse de una empresa que vende insumos agrícolas va a contar siempre con altas y bajas demandas dependiendo de las inclemencias del tiempo y la naturaleza misma de la región geográfica que está situada la empresa .

Las empresas esquematizan su proceso de ventas en el que se inicia con un presupuesto que corresponde a la base ya establecida en los años anteriores, pero no siempre dan buenos resultados y las empresas deben estar preparadas para estos resultados, las ventas estimadas

pueden ser o no ser dependiendo de las variables del mercado en que se encuentren, hay que planear objetivos de ventas cuantificables y temporales dependiendo la participación del mercado que se tenga como punto de partida para un plan maestro que permita estimar los ingresos futuros y controlar la gestión de gastos que brinden una sólida rentabilidad.

La primera estimación para las ventas en una empresa se basa en un estudio de mercado, utilizando técnicas y procedimientos cuantitativos atenuando el riesgo implícito de toda actividad económica. Las empresas constituyen la oferta y los consumidores la demanda a la que hay que satisfacer con calidad y precio, se debe considerar la población que se quiere captar y el nivel de ingresos que nos pueden generar que nos permitan mantenernos vigentes en el mercado y competir ante posibles situaciones como que la demanda ya está cubierta, o dicha demanda se encuentre insatisfecha y desde ese punto partir.

Existen empresas que se manejan mediante la intuición como principal fuente de información para obtener sus ventas y no priorizan oportunamente sus ganancias con el objetivo de que esta sobreviva dentro del mercado durante los diferentes periodos. Es así que, nos direccionamos a la siguiente interrogante: ¿Cómo afecta el comportamiento e impacto de las ventas a la rentabilidad de la empresa?



## JUSTIFICACIÓN

El índice de crecimiento de las ventas es fundamental y permite tomar decisiones basadas en datos, cuando la tasa disminuye en comparación con los otros periodos del año es una indicación para adoptar un enfoque diferente para el incremento de las ventas. Conocer el crecimiento o decrecimiento en el margen de ventas es de vital importancia para medir el desempeño y la valoración en el flujo de efectivo de la empresa, en la empresa Banariego existe una marcada diferencia en los trimestres en cuanto al valor de sus ingresos generados por las ventas de los insumos.

El impacto de venta dentro de las empresas comerciales incrementa el nivel de rentabilidad generando que las empresas se mantengan económicamente activas dentro del mercado, a su vez, estas enfrentan enormes desafíos en la comercialización de sus bienes o productos debido a la baja demanda del mercado. Para realizar una proyección de ventas implica la revisión de las mismas en periodos anteriores similares para identificar patrones estacionales o tendencias a lo largo del tiempo y examinar cualquier factor que haya afectado elocuentemente los resultados.

Para determinar el impacto en las ventas las empresas pueden variar usando desde simples cálculos basados en el crecimiento histórico, y modelos estadísticos con múltiples variables que van de acuerdo al giro del negocio. El objetivo de determinar un valor de ventas por trimestres es para estimar de forma precisa los ingresos existentes para ayudar en la toma de decisiones estratégicas y operativas en la empresa según el periodo en que se encuentren ya que estas están sujetas a una serie de fenómenos externos por estacionalidad o en el caso de la empresa Banariego influye mucho los aspectos naturales y los cambios climáticos.

De esta manera las empresas también deben contemplar el margen de ventas por periodos porque permite planificar su producción, gestionar los inventarios de manera más eficiente,

planificar flujos de caja, tomar decisiones sobre gastos, contratación o inversiones para disposiciones estratégicas sobre expansión, el ingreso a nuevos mercados o procesos de diversificación con pronóstico de ventas anticipadas para así permitir nuevos desafíos y oportunidades para el crecimiento de la empresa.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo general**

Como objetivo general en el presente caso de estudio se tendrá:

- ❖ Determinar el impacto de las ventas en la empresa Banariego S.A en el periodo 2022.

### **Objetivos específicos**

- ❖ Elaborar el sustento teórico relacionado a la evaluación del impacto en las ventas.
- ❖ Diagnosticar la influencia de las ventas mediante indicadores financieros.
- ❖ Identificar los márgenes de rentabilidad por trimestres en la empresa Banariego en el periodo 2022.

## **LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN**

Las ventas de las empresas constituyen el eje principal para su desarrollo, su importancia en las empresas va más allá que gestionar los ingresos y las ganancias obtenidas, y esta es una de las razones por que el tema del presente estudio se ve reflejado en las líneas de investigación de la Universiada Técnica de Babahoyo en la carrera de Licenciatura en Contabilidad y Auditoría la cual indica lo siguiente: Gestión financiera, Administrativa, Tributaria, Auditoría y control. A su vez tiene la sub línea: Gestión Financiera, Tributaria y Compromiso Social; y es ahí donde encaja el presente caso de estudio.

La sublínea de investigación manifiesta a la Gestión Financiera como factor de estudio e incide en las empresas necesitando un control adecuado en sus procesos y más aún en lo concerniente a las ventas donde no solo se ven resultados, estas muestran cómo se mueve la economía de las mismas siendo uno de los indicadores más importantes para atender los nichos de mercado. Razón por la que hay que extraer el máximo provecho de las mismas y generar una rentabilidad para mantener la empresa en el mercado competitivo.

Mediante el presente estudio se dará un enfoque directo al control de las ventas para estructurar mecanismos que coadyuven en la optimización de las ganancias tomando como base la fundamentación teórica que den razonabilidad a la información presentada en el proceso investigativo en la empresa Banariego sabiendo que todas las empresas están basadas en objetivos y metas institucionales los cuales se deben considerar y orientarse a esos resultados.

## **MARCO TEORICO**

### **1. Administración financiera**

Esta se encarga de la adquisición, financiamiento y administración de las cuentas y bienes de la empresa mediante la fijación de una meta general. Su participación en la toma de decisión administrativas del área financiera se enfoca en tres aspectos importantes los cuales ya fueron mencionados. Una buena administración financiera se basa en cumplir con metas u objetivos planteados, los procesos de eficiencia dentro de cualquier tipo de decisión financiera abarcan un tipo de parámetro establecido por la entidad. Aunque es posible tener varios propósitos, este libro plantea la riqueza que debería mantener cualquier empresa para favorecer a sus propietarios (Van Horne et al., 2010).

Dentro de la administración financiera se requiere un análisis a fondo de los datos de la empresa, en el caso de estudio de Banariego S.A se mantiene presente la decisión de inversión la cual conlleva la responsabilidad de poder determinar la cantidad necesaria de bienes dentro de la empresa generando una creación de valor en cuanto a sus decisiones más importantes; en el aspecto financiero, es el gerente quien se encargará de reunir y administrar los fondos y recursos necesarios para un adecuado financiamiento como los préstamos a corto y largo plazo. Por último, administrar adecuadamente sus bienes de manera eficiente, el director financiero tiene la responsabilidad de gestionar responsablemente los activos corrientes sobre los activos fijos de la empresa en dependencia a los bienes existentes.

#### **1.2 Análisis financiero**

Mediante un estudio realizado por María del Carmen Guzmán (2018), define al análisis financiero como... un conjunto ordenado de acciones, que se hace mediante la lectura crítica, el análisis objetivo y la interrelación coherente de los datos que constan en los estados financieros y otros elementos complementarios como los presupuestos. (pág. 95)

Un correcto análisis financiero permitirá obtener resultados favorables en relación a la interpretación obtenida por parte de los indicadores financieros empleados, los cuales nos ayudarán a describir la situación económica y financiera que presente Banariego S.A durante el periodo de análisis y proyección futura de sus resultados enfocado en facilitar la debida toma de decisiones, evitar falencias e inconvenientes, prevenir inestabilidad o bajas en sus ventas, el análisis financiero busca hallar un patrón de comparación entre la situación de la empresa, el mercado y las tendencias de la demanda.

### **1.2.1 Clasificación del análisis financiero**

Podemos mencionar que este tipo de análisis busca el estudio e interpretación adecuada de la información contable de cualquier empresa con el fin de poder diagnosticar su situación actual, basándose en herramientas como proyección de estados, flujo de efectivo, aplicación de fuentes y fondos, pero sobre todo existen ciertos métodos o tipos de análisis que pueden ser usados dentro de la interpretación y obtención de los resultados, por lo tanto, a continuación Franklin Nieto & Paola Cuchiparte (2022) nos muestran cómo se clasifica un análisis financiero:

- **Análisis interno.** – *“Cuando el analista tiene acceso directo a la información requerida para el estudio, es decir, que se elabora para uso de los administradores y accionistas”* (Nieto & Cuchiparte, 2022, pág. 1069)

- **Análisis externo.** – Cuando el analista no tiene acceso directo a la información y el estudio se realiza con base en publicaciones o datos generales; normalmente, este tipo de análisis lo realizan los bancos, instituciones del gobierno, etc. (Nieto & Cuchiparte, 2022, pág. 1069)

• **Análisis vertical.** – Cuando se realiza con base en una partida importante o significativa de los balances del período analizado, que se debe hacer con cada una de las cuentas, por ejemplo, ventas respecto a los costos, gastos y utilidad de este año. (pág. 1069)

También nombrado análisis estático, se encarga de comparar dentro de un estado financiero la postura de una cuenta con su monto total el cual llega a representar el 100% de una estructura contable donde se incluye las subcuentas de cada partida contable respecto a otra subcuenta derivada de periodo en concreto (Guerra Correa, 2023)

Es esencia considerar un análisis vertical que nos ayude a comparar los periodos de venta de un periodo a otro de Banariego, poder identificar como este presenta cambios significativos o irrelevantes para la empresa reflejados en cierto tiempo, recordemos que este sistema está compuesto bajo la estructura neta del estado financiero presentado.

• **Análisis horizontal.** –Se realiza contrastando una cuenta con un grupo de cuentas de dos o más periodos, con el fin de establecer las partidas que han tenido mayor variación o movimiento conocido como análisis dinámico y a su vez conocer el comportamiento de la cuenta. (Zapata, 2019)

Por el entorno al que pertenece suele ser conocido también como un análisis dinámico, debido al procedimiento de la sistematización en relevancia a sus variables, se encarga de determinar el aumento o disminución dentro del balance de una cuenta; su característica principal como parte del ente dinámico se basa en la relación del saldo de dicha cuenta contable en relación al periodo siguiente o anterior a su cálculo (Guerra Correa, 2023)

Para Banariego S.A la implementación y utilización de un sistema de análisis horizontal seria de completa utilidad al momento de determinar la proyección del presupuesto para el siguiente periodo y a su vez, controlar dicho presupuesto según los costos y gastos del nuevo periodo, la empresa presenta ciertos incrementos en sus ventas según las temporadas alta o

bajas lo que facilitaría llevar a cabo dichas proyecciones de la información contable de ventas de dichas temporadas según como lo requiera la parte administrativa.

## **2. Ventas**

Se trata de todas las actividades que llevan al intercambio de un bien o servicio por dinero. Las empresas cuentan con organizaciones de ventas que se dividen en diferentes equipos, que suelen definirse según estos aspectos: la región a la que se dirigen, el producto o servicio que venden y el cliente objetivo (Ríos, 2023).

Las ventas son el principio de todo negocio desde una microempresa hasta grandes corporaciones transaccionales necesitan vender para subsistir, sin ventas un negocio no tiene razón de ser. Esto cobra mayor relevancia cuando se trata de un emprendedor que inicia su compañía y se encuentra que antes de administrarla necesita empezar a vender (Tello, 2022)

El crecimiento de Banariego S.A se ve reflejado por la cantidad de sus ventas trimestrales, al ser una de las empresas más grandes dentro del sector agrícola y de brindar todo tipo de accesorios y maquinarias, servicios de asesoría técnica, instalación y soporte, además son considerados dentro del mercado como uno de los mejores competidores debido al buen servicio de venta por parte de sus asesores y de las charlas e inducciones personalizadas que realizan hacia sus clientes fijos y nuevos, lo que al final, se ve reflejado en el gran crecimiento de sus ventas.

### **2.1 Importancia de las ventas**

Para las pequeñas y medianas empresas llevar un control de ventas es de gran importancia, ya que al tener una técnica y herramienta ayuda a los dueños de los negocios a obtener datos importantes, el mismo que permitirá hacer un monitoreo de todo lo vendido, de esta forma podrá conocer todos los movimientos de ventas y acciones que pueden tomar de acuerdo con



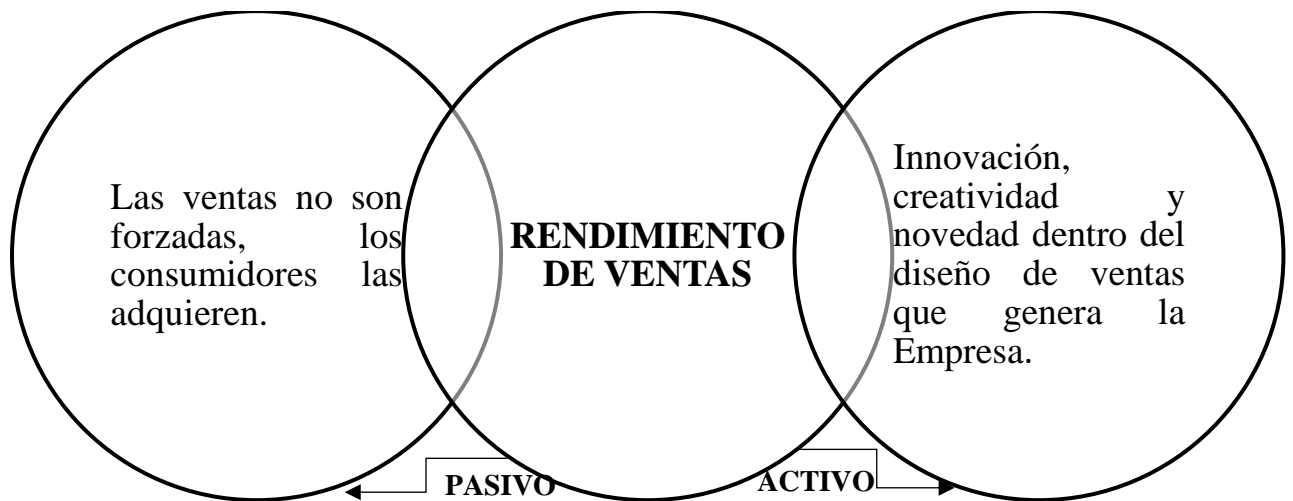
la información obtenida en tiempo real para que el negocio tenga éxito y evitar el cierre de este.  
(Hurtado R. & Sánchez L., 2022)

Como se menciona, las ventas con el eje primordial para que toda empresa circule dentro del mercado, en el caso de Banariego, contar con un gran reconocimiento y aceptación por parte de los demandantes favorece su desarrollo comercial, convirtiendo de tal forma, las ventas algo esencial para mantener a flote a la empresa, fijando metas y niveles de venta a cumplir por parte de los asesores, marketing vivaz y actualizado con promociones o descuentos que generen esa incertidumbre en el cliente de ir a los locales y cotizar por el sin número de productos que esta empresa ofrece a lo largo de su línea comercial.

## **2.2 Rendimiento de ventas**

El rendimiento de ventas designado para el cálculo correspondiente de BANARIEGO se encarga de medir el margen de beneficio operativo de la empresa y como la gestión está trabajando en el uso de los recursos, evalúa si la gerencia está utilizando eficientemente los recursos o no para generar los ingresos y así proporcionar una idea de las operaciones de la empresa a los acreedores y otros inversores potenciales, pero sobre todo busca aumentar significativamente su rentabilidad, aumentando el nivel de ventas durante los periodos de escasa comercialización de los insumos.

Por esta razón, a continuación, se presentará un cuadro comparativo del adecuado sistema de rendimiento de ventas y cómo la empresa considera una buena o mala venta:



La interpretación del esquema es clara, el rendimiento de ventas se ve influenciado por factores pasivos y activos dentro de la empresa los cuales varían según la situación a la que se enfrenten, ahora bien, enfocándonos un poco más en Banariego, el rendimiento de ventas propuesto para el año 2022 se ve reflejado de la siguiente manera, presentando la comparación de la influencia de ventas de la empresa entre el mes que obtuvo mayor y menor crecimiento, esto mediante su respectivo análisis nos ayudará a diagnosticar adecuadamente el cumplimiento de nuestro segundo objetivo específico:

**Ilustración 1**

**Rendimiento de Ventas - BANARIEGO 2022**

PERIODO	VENTA	META	PORCENTAJE
FEBRERO	6773,47	5365,98	126,23%
DICIEMBRE	20447,92	20127,83	101,59%



**Fuente:** Gráfico comparativo del rendimiento de ventas de la Empresa Banariego S.A

Mediante el análisis respectivo podemos observar que durante el mes de febrero se presenta un mayor nivel de ventas que en diciembre, lo cual se debe a que en este mes se supone empiezan los periodos de regío y sembrío lo cual se ve reflejado por medio del porcentaje de ventas el cual es de 126,23% lo que indica que supera la base de meta estimada por la empresa.

### **3. Costo de ventas**

Este representa los recursos monetarios que intervienen en la producción y comercialización que lleva un producto o servicio, se encarga de generar los beneficios económicos necesarios para el crecimiento de la empresa el cual se ve reflejado al momento de la venta o prestación del mismo. Al inicio de su periodo es considerado parte de los costos de producción en la cual se realiza la inversión inicial, su valor se ve recuperado al momento de la venta y pasa a convertirse en gasto, en palabras más sencillas, cuando la inversión inicial cumple su objetivo y genera el ingreso esperado este pasa a ser un gasto. (López & Cañizares, 2018)

Para Banariego S.A, al ser una empresa agrícola que se encarga de distribuir los suministros y tuberías necesarias para producir, su costo de venta se ve reflejado en la adquisición de tuberías, accesorios, mangueras y herramientas de riego, mantener un nivel considerable de margen bruto en sus ventas genera el rendimiento adecuado para la empresa sobre sus activos y patrimonio.

#### **3.1 Análisis de ventas**

Edgar Higuerey (2021) nos enseña que, es la práctica de generar información certera a partir de la recolección de datos extraídos de la interacción, como tendencias, información de ventas y métricas. El análisis de ventas debe centrarse en desarrollar y mejorar una estrategia de crecimiento de ventas a corto, mediano y largo plazo. Con él podemos: establecer objetivos; determinar los resultados de ingresos; pronosticar el rendimiento de una organización a futuro.

Un adecuado análisis de ventas para la empresa Banariego requiere determinar los datos demográficos de la población que se va a dedicar al cultivo agrícola con necesidades de riego en los mismos y sacar un mercado potencial del sector en el que está ubicado la empresa teniendo en cuenta la competencia y la cuota de mercado a favor, los resultados cuantitativos serán necesarios para determinar las futuras decisiones comerciales según el nivel de fuerza de venta y la capacidad que se tenga para atender al mercado prospecto.

### **3.1.1 Margen de utilidad**

Este concepto según Juan Paulo Rivero (2017) lo define como... “*un indicador financiero que mide la asociación entre los ingresos por concepto de ventas y el costo de la mercadería vendida*”. Basándonos en la interpretación de Rivero, podemos llegar a la conclusión que el margen de utilidad permitirá a Banariego atender en complejidad sus gastos administrativos y financieros, además de pagar sus impuestos y obtener la utilidad neta que permite conocer si los ingresos generados son suficientes para los solventar los gastos que se realizan.

### **3.1.2 Medición del margen de utilidad**

Su diferencia se halla mediante lo que ganas vendiendo un producto o servicio y los costos que tienes para producirlo y mantener tu negocio. Es clave para ver si estás obteniendo ganancias estimadas y para tomar decisiones sobre proveedores y gastos a futuro (Clavijo, 2023). Los beneficios de este margen radican en el nivel de ganancia que está obteniendo la empresa o negocio, por esta razón es indispensable identificar el nivel de margen de utilidad que posee Banariego, eso nos ayudará a determinar la operacionabilidad y ganancias que obtiene la empresa, además de poder identificar si sus costos directos están siendo solventados adecuadamente según la venta de sus productos. (Clavijo, 2023)

Los beneficios de este margen radican en el nivel de ganancia que está obteniendo la empresa o negocio, por esta razón es indispensable identificar el nivel de margen de utilidad

que posee Banariego, eso nos ayudará a determinar la operacionabilidad y ganancias que obtiene la empresa, además de poder identificar si sus costos directos están siendo solventados adecuadamente según la venta de sus productos.

### **3.2 Indicadores de gestión**

Haciendo referencia a García (2008) como se citó en el estudio de Anabelle Silva (2022), los indicadores de gestión sirven de instrumento para analizar y evaluar la gestión dentro de la empresa, además compara el resultado con períodos anteriores para ver la evolución que ha tenido al transcurrir el tiempo; se interrelaciona los resultados con las áreas, observando si son afectadas por falta de capacitación, recursos entre otras causas.

Por lo tanto, estos afirmarán la mejor manera para que Banariego pueda medir el grado de cumplimiento de sus funciones de forma cuantitativa y cualitativa a los resultados que se obtendrán, evaluar el desempeño de cada procedimiento y sistema de control en los departamentos de venta, administrativo y contable corroborarían la eficiencia, eficacia y calidad llevada a cabo en el manejo de los recursos de la empresa, es decir, definir si se cumple o no los objetivos y metas planteados por la misma. Por esta razón, a continuación, se presentan ciertos indicadores de medición que nos ayudaran a evaluar el nivel en el que se encuentra la empresa.

#### **3.2.1 Indicadores de rentabilidad**

Los indicadores de rentabilidad permiten a la empresa evaluar la optimización de sus costos y gastos de manera eficiente, así como la destreza de obtener utilidades durante el ejercicio contable lo que mejora el funcionamiento de las operaciones de la empresa (Molina Luisa et al., 2018)

Por ende, acorde a nuestro tema de estudio y basado en el tercer objetivo específico, se presenta a continuación los tipos de indicadores de rentabilidad que nos ayudará a determinar los márgenes de la empresa y si esta está o no apta a próximas inversiones:

### 3.2.1.1 Margen bruto

“Obtenida mediante los ingresos operacionales, la utilidad bruta representa los ingresos provenientes de la actividad principal de la empresa, y los costos no operaciones, de sus actividades secundarias o poco ocasionales” (Alter Finance, 2023), para su obtención se aplica la siguiente fórmula:

$$\text{Margen de utilidad bruto} = (\text{Beneficio bruto}) / \text{Ventas} * 100$$

A continuación, se aplicará dicha fórmula a los valores de Banariego S.A para identificar su nivel de margen bruto:

<b>Beneficio bruto</b>	<b>/</b>	<b>Ventas</b>	<b>x</b>	<b>100</b>	<b>=</b>	<b>MARGEN BRUTO</b>
55%		25.799.684,74		100		0.00021318

Se obtiene un 0.00021318 de margen bruto por parte de Banariego, lo que representa que la empresa gana esta cantidad por cada dólar invertido.

### 3.2.1.2 Margen operacional

Esta se obtiene de la diferencia entre los gastos operacionales de la utilidad bruta, lo cual permite evaluar el funcionamiento que se está llevando a cabo dentro de las operaciones propias de la empresa y que esta no dependa de actividades secundarias (Alter Finance, 2023). Su fórmula se presenta a continuación:

$$\text{Margen operacional de Utilidad} = (\text{Utilidad Operacional}) / (\text{ventas netas})$$

Por lo tanto, se procede a realizar el respectivo cálculo del margen operacional basado en los resultados de Banariego S.A en el periodo 2022:

Utilidad Operacional	Ventas	MARGEN OPERACIONAL
1.123.914,25	25.799.684,74	0.0435631

Se evidencia que el margen operacional representa a un 0.0435631 (4.35%), el cual nos indica el porcentaje de las ventas que se convierte en utilidades de la empresa.

### 3.2.1.3 Margen neto

El margen neto de utilidad permitirá conocer la disponibilidad que presenta la empresa para generar sus propias ganancias a raíz del ingreso de sus operaciones y ventas totales, es decir, este permitirá comprender el desarrollo de la empresa sobre su rentabilidad, por lo tanto, el incumplimiento o deficiencia de este indicador afecta rentablemente la visión y toma de decisiones de la empresa, por ello, lo más recomendable es realizar de manera periódica un análisis completo sobre las ganancias que presenta el negocio y su nivel de inversión (Alter Finance, 2023).

Como lo hemos hecho con los indicadores anteriores, primero se presenta la respectiva fórmula de calculo del margen neto para posteriormente proceder con el cálculo correspondiente a la información presentada por Banariego:

$$\text{Margen neto de utilidad} = (\text{Utilidad neta}) / (\text{Ventas Netas})$$

Utilidad Neta	Ventas Neta	MARGEN NETO
682.700.53	25.799.684,74	0.026461584

Se evidencia que BANARIEGO S.A presenta un nivel de margen neto del 2.64% (0.026461584) indicando así la rentabilidad general de la empresa después de deducir todos los gastos operativos.

### **3.2.2 Indicadores de liquidez**

*“Permite analizar si la empresa puede cumplir sus obligaciones a corto plazo dentro de los indicadores de liquidez se encuentra la razón corriente, prueba acida y el capital neto de trabajo”* (Molina Luisa et al., 2018, pág. 10).

## **4. ¿Qué es un análisis FODA?**

El análisis FODA es una herramienta clave para hacer una evaluación pormenorizada de la situación actual de una organización o persona sobre sus debilidades y fortalezas, y en las oportunidades y amenazas que ofrece el entorno, también se considerará como una metodología de trabajo que facilita la toma de decisiones. Sirve para cualquier empresa tomando decisiones en un análisis pormenorizado de la situación considerando los factores internos (fortalezas y debilidades) como los factores externos que le afectan (oportunidades y amenazas) es de fácil y rápida implementación por lo que deja sin excusas a todos aquellos que habitualmente adoptan decisiones estratégicas poco razonadas y razonables (Sánchez H., 2020)

### **4.1 Matriz FODA**

Es un elemento necesario para conocer la situación real de la empresa. Su confección nos permite buscar y analizar, de forma proactiva y sistemática, todas las variables que intervienen en el negocio, con el fin de tener mejor información al momento de tomar decisiones (Castillo-Ruano & Banguera-Rojas, 2018).

A continuación, se detallará lo que significa y a que corresponde cada letra de la palabra FODA:



- **Fortalezas**

Representa los puntos o áreas más fuertes dentro de la empresa con el fin de mejorar otras, estas capacidades permiten tener privilegios frente a la competencia. Banariego conoce y explota sus fortalezas con el fin de generar esa ventaja competitiva dentro del mercado, la cual lo convierte en uno de los mejores en su entorno, contar con el personal adecuado, capacitado y preparado para facilitar y despejar las dudas de los clientes, un ambiente y productos de calidad.

- **Oportunidades**

Generar oportunidades y beneficios dentro del mercado, son circunstancias primordiales para la empresa, la oportunidad de crecer, reconocimiento, aumento de ventas, mejora la económica de la empresa. Banariego S.A siempre está atento a cualquier oportunidad de conseguir nuevos clientes y de buscar las mejoras necesarias para sus productos, otorgarles productos innovadores y de calidad a su cliente cada vez que le es posible.

- **Debilidades**

Existen ciertos puntos desfavorables o que afectan la imagen de toda empresa frente a su competencia, el objetivo de identificar sus debilidades es de poder generar nuevas oportunidades o mejoras que las contrarresten y no afectan la imagen de la empresa. Para Banariego una de sus debilidades más difíciles de afrontar es la pérdida de sus clientes cuando estos deciden abandonar la producción o cultivo, motivar al cliente a seguir con sus procesos de cultivo es un gran desafío afrontar por los asesores y técnicos de la empresa.

- **Amenazas**

Poder enfrentar los desafíos o dificultades a los que está expuesta la empresa es un gran reto. Banariego siempre está expuesta a un sin número de factores externos ambientales en los cuales no saben si podrán afrontar o no las posibles pérdidas.

Para una mejor interpretación, se presenta el respectivo Análisis FODA de la Empresa BANARIEGO S.A:

**Ilustración 2 Análisis FODA**



**Fuente:** Banariego S.A presenta la situación actual de la empresa mediante el respaldo de un análisis FODA

## **METODOLOGÍA**

El presente estudio se basa en un tipo de información descriptiva según las características del mismo, enfocado en una conducta numérica, este busca examinar el nivel de ventas de la empresa Banariego S.A, las cuales serán analizadas posteriormente con el fin de reflejar los resultados obtenidos en el proceso investigativo del periodo determinado, se implementará la aplicación de un método inductivo-deductivo usado para el razonamiento lógico del estudio compartiendo los indicios necesarios para llegar a los resultados esperados los cuales marquen un precedente para mejorar las funciones de la empresa.

Contar con información descriptiva nos dará una razón cuantitativa que ayudará a entender la problemática diagnosticada en el margen de ventas de la empresa, mientras que, las cualitativas nos ayudarán a concebir acorde a nuestros instrumentos de análisis como la observación directa las situaciones más particulares del estudio sin necesidad de intervenir o alterar el ambiente de trabajo en Banariego, a su vez se realizará la aplicación de nuestro segundo instrumento de recopilación de datos, el cual se basa en las encuestas dirigidas al personal del área de ventas considerado como población total (3 vendedores , 1 supervisor) los cuales nos proporcionarán la información necesaria a través de un cuestionario en base a los procedimientos estandarizados en la empresa, dicha información servirá para despejar las inquietudes plasmadas en la problemática.

Finalmente, los resultados obtenidos por parte de los instrumentos utilizados, validarán la indagación teórica-documental y bibliográfica presentada dentro de los lineamientos que ayudan a comprender el funcionamiento de ventas de la empresa Banariego y aclarando el propósito del estudio, se podrá establecer la significatividad de los resultados presentados a través de nuestra técnica de análisis para alcanzar el logro y mejorar la posición financiera de la empresa.

## **RESULTADOS**

Una vez terminado el proceso investigativo se mencionan los resultados obtenidos en la observación directa y la encuesta utilizada a los colaboradores que están inmerso en el departamento de ventas de la empresa Banariego, los resultados muestran la tendencia positiva en la evaluación del impacto de las ventas debido a las gestiones, garantía y seguimiento postventa que realizan los vendedores lo cual incide significativamente en el control del mercado a pesar de los obstáculos presentados en el agro ecuatoriano.

Existe una gestión adecuada con procesos estandarizados y realizados por el departamento de ventas, organizados en base a sus objetivos y a las metas trazadas por la gerencia les permite tener éxito, el personal de ventas mantiene una metodología para optimizar el flujo del trabajo y cerrar los tratos con los clientes de Banariego sosteniendo la fidelidad y confianza de los mismos por los productos y servicios ofrecidos, manteniendo patrones básicos de satisfacción en el cliente.

Definir los objetivos de ventas en equipo es la función más importante del departamento de ventas para evaluar el impacto de las mismas y mantener la liquidez, rentabilidad en el giro del negocio. Sabiendo donde esta situada la empresa competitivamente y donde se quiere llegar aplicar las estrategias en las etapas correctas en el agro partiendo que depende mucho de factores climáticos propios de las estaciones del año, así también del sector por lo que deben tener mediciones cualitativas y subjetivas que deben ser valoradas y correctamente establecidas por los vendedores de la empresa Banariego.

## **DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

La gerencia de la empresa Banariego esta comprometida en mantener el nivel de ventas de la misma y cumplir con las metas y objetivos trazados a corto y largo plazo dentro del ejercicio económico, a pesar de los obstáculos presentados en la generación de precios bajos por la competencia del mercado dentro de su semejante línea agrícola que buscan satisfacer las mismas necesidades de los clientes. La fortaleza de sus ventas depende de la garantía del producto vendido ofrecida por los asesores de venta que tiene Banariego que fomentan el desarrollo y protección de los cultivos para el manejo sustentable de los mismos y que puedan obtener una rentabilidad futura.

El departamento de ventas hace uso adecuado de las herramientas y recursos proporcionados por la gerencia para tener mejores relaciones con los clientes e identificar fácilmente una venta brindando atención personalizada y un mayor nivel de satisfacción con confianza ajustando la estrategia de venta para cada cliente los mismos que se componen de un conjunto de planes de acuerdo a un análisis pormenorizado del sector y a la presentación de soluciones de la problemática en los diferentes tipos de riego que utiliza los agricultores para mantener sus cultivos a salvo.

Es así que, el departamento de ventas hace referencia a la importancia de recibir capacitaciones contantes para generar habilidades y un mejor conocimiento del mercado y de los productos que ofrece, además de alinearse a una cultura empresarial con capacidad de cubrir todas las funciones en el proceso que convertirán al equipo en una fuerza de ventas exitosa. La opinión del cliente y su retroalimentación es esencial para influir en las innovaciones o cambios en la toma de decisiones y medir la satisfacción de nuestros clientes cuya opinión es de vital importancia para comprender mejor sus necesidades y poder suplirlas lo que impulsa el compromiso de la empresa Banariego.

Las habilidades que poseen el equipo de ventas de Banariego es significativa por que facilita y mejora el desempeño comercial y están asociados a conocimientos técnicos que favorecen a los objetivos y al cumplimiento de metas propuestos por la gerencia. Las mismas habilidades que se encuentran marcadas claramente en que a pesar de tener una competencia de mercado con precios mas bajos, la garantía de los productos y la eficiencia en los vendedores al momento de ejecutar la venta evitando costos innecesarios a los clientes ayudan a conservar un adecuado margen de ventas contribuyendo a un impacto positivo en las mismas.

Todo proceso de ventas está inmerso en objeciones y Banariego no es la excepción se presentan muchas en el momento de abordar a los clientes por lo cual es fundamental que los vendedores sepan al mínimo en detalle la solución que se va a ofrecer al cliente para evitar punto de quiebre y que el argumento no permita ejecutar la venta, anticipándose a todo posible por parte del cliente demostrando su capacidad y conocimiento de las bondades y beneficios del producto que está ofertando. Con un adecuado seguimiento de posventa se logra la fidelidad del cliente y genera una mayor confianza de la compra realizada a la empresa y consolida así la relación del cliente con la empresa.

La empresa Banariego presenta excelentes resultados desde una perspectiva económica con un volumen de ventas que produce utilidades a la empresa sin embargo el desempeño de los vendedores tiene varios ángulos que deben ser tomados en cuenta como factor de tiempo laboral, buena planeación gerencial con estrategias adecuadas, oportuna entrega de materiales para su estudio y capacitación de los productos o servicios que oferta, midiendo los aspectos cualitativos y cuantitativos de todo el equipo con una atención integral de sus competencias ante los resultados obtenidos.

## CONCLUSIONES

En el presente estudio de caso que trata de la evaluación del impacto de las ventas en la empresa Banariego se identifica que las mismas influyen positivamente en la rentabilidad de la empresa ya que se cumplen con las metas trazadas por la gerencia para los periodos indicados, donde la satisfacción de los clientes es lo más importante en un contexto de crisis económica la retención y fidelización de los clientes da a las ventas la fuerza necesaria debido a la capacidad del equipo que tienen en el departamento para mantenerlos activos en el objetivo a alcanzar por parte de la empresa.

La eficiencia del equipo de trabajo se mide por el desempeño de cada uno de sus miembros usando métodos de evaluación al desempeño para ayudar en un proceso más asertivo y generar una fuerza de ventas que se encarga de estimular y mantener la demanda para atraer y fidelizar con una atención personalizada y eficiente con sólidos conocimientos de los productos ofertados con una garantía sólida y un seguimiento posventa, que coadyuvan a mantener los márgenes de rentabilidad trazados por la gerencia financiera de Banariego, esto debido a los resultados obtenidos mediante el cálculo respectivo de sus indicadores financieros.

El patrón de conducta del consumidor es cada vez más complejo lo que conlleva a una mayor complejidad en la gestión de las relaciones comerciales, recordemos que la empresa no solo enfrenta problemas comerciales si no también desastres naturales que afectan al cliente generando pérdidas en sus cultivos y por ende, evita las nuevas inversiones, ante este paradigma la experiencia del cliente con los productos debe estar sobre los requerimientos del mismo para obtener los mejores resultados. Banariego ofrece una atención al cliente donde la satisfacción y los beneficios esperados es la prioridad creando un ambiente favorable captando su atención y reciprocidad con las ventas que mantiene a la empresa como uno de los líderes en el mercado como referente al producto que se ofrece.

## **RECOMENDACIONES**

Mediante los datos obtenidos se puede emitir las siguientes recomendaciones hacia la empresa Banariego:

Por ende se recomienda aumentar el reconocimiento de sus ventas y la fidelización de los clientes, abrir nuevos mercados para animar a nuevos clientes a ser parte de la empresa por la calidad y garantía de sus productos, y generar la misma confianza en los clientes nuevos a través de estrategias de promoción o publicidad de los productos que ahí se ofertan con atractivos incentivos para lograr un mayor compromiso de los clientes, además de promover el agendamiento de visitas con planificación de actividades y controlando el gasto, optimizando los canales de distribución o segmentación geográfica para alcanzar el objetivo en el margen de las ventas estipulas por periodos.

Generar clientes potenciales a través de los datos obtenidos en las ventas que proporcionan la conducta del consumidor y las escalas de tiempo en sus compras, manteniéndolo informado de las promociones de los productos que se ofertan a través de un vínculo personalizado hasta la ejecución de la compra para lo cual el equipo de venta debe tener alta tecnología y todas las facilidades para la obtención de la información y dar un buen servicio con conocimientos adecuados

Por último, mediante el análisis exhaustivo de los indicadores financieros y de rentabilidad de ventas de la empresa, se prevé minimizar las perdidas de la empresa debido a las temporadas bajas en venta y optimizar el crecimiento económico mediante pautas comerciales con los clientes en relación a acuerdos de compras, contratos o estrategias de ventas que favorezcan la rentabilidad de la empresa y que eviten que esta presente problemas económicos.



## BIBLIOGRAFÍA

- 1) Alter Finance. (2023). *Indicadores de rentabilidad*. Obtenido de Blog Alter Finance Group : <https://www.alterfinancegroup.com/blog/financiacion/indicadores-de-rentabilidad/>
- 2) Castillo-Ruano, G. R., & Banguera-Rojas, D. E. (2018). Evaluación estratégica desde una matriz FODA en la empresa aglomerados. *Polo del Conocimiento*, 224-230.
- 3) Clavijo, C. (20 de enero de 2023). *Cómo calcular el margen de utilidad bruta y neta de tu negocio*. Obtenido de Blog Hubspot: <https://blog.hubspot.es/sales/margen-utilidad>
- 4) Guerra Correa, B. G. (2023). *Análisis horizontal y vertical, la importancia de su aplicación en los estados financieros - NEWS IMEF - Liderazgo en finanzas y negocios*. <https://www.revista.imef.org.mx/articulo/analisis-horizontal-y-vertical-la-importancia-de-su-aplicacion-en-los-estados-financieros/>
- 5) Guzmán, M. (2018). *Toma de Decisiones en la Gestión Financiera para el Sistema Empresarial*. Quevedo: Ediciones Grupo Compás 2018.
- 6) Higuerey, E. (02 de Octubre de 2021). *¿Cómo realizar un análisis de ventas completo para tu empresa?* Obtenido de Blog Rockcontent: <https://rockcontent.com/es/blog/analisis-de-ventas/>
- 7) Hurtado R., W. N., & Sánchez L., E. V. (2022). *CONTROL DE VENTAS Y SU INCIDENCIA EN EL RENDIMIENTO ECONÓMICO EN LAS TIENDAS DE ABASTOS EN LA CIUDAD DE MACAS EN EL AÑO 2020*. Macas : Dspace ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO .
- 8) López, A. A., & Cañizares, M. (2018). El control interno en el sector público ecuatoriano. Caso de Estudio: gobiernos autónomos descentralizados cantonales de Morona Santiago. *SciELO*, 51-72.
- 9) Molina Luisa et al., O. J. (2018). Análisis financiero en las empresas comerciales. *REVISTA DE INVESTIGACIÓN SIGMA*, 8-28, Vol. 05, Nº 1.
- 10) Nieto, W. F., & Cuchiparte, J. P. (19 de Julio de 2022). Análisis e interpretación de los Estados Financieros y su incidencia en la toma de decisiones para una Pyme de servicios durante los períodos 2020 y 2021. *Domino de las Ciencias*, 1062-1085.
- 11) Ríos, P. (2023). *¿Qué son las ventas? Conceptos clave y tipos*. <https://blog.hubspot.es/sales/que-son-las-ventas>
- 12) Rivero Zanatta, J. P. (2017). *Costos y presupuestos*. Perú: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

- 13) Sánchez H., D. (2020). *Análisis FODA o DAFO*. Madrid: Bubok Publishing S.L.
- 14) Silva Paz, A. C. (2022). *Auditoría de gestión a los procesos de ventas y cobranzas de la empresa Skandinar S.A.* Ambato - Ecuador: Repositorio UTA.
- 15) Tello, V. (2022). *El manual del vendedor institucional: La guía completa sobre el proceso de venta* (1era edición ed.). LID Editorial.
- 16) Van Horne, J. C., Wachowicz, J. M., & Hall, P. (2010). *Fundamentos de Administración Financiera*. 744. [www.pearsoneducacion.net](http://www.pearsoneducacion.net)
- 17) Zapata, P. (2019). *Contabilidad de Costos Herramienta para la toma de Decisiones*. Bogotá: Altaomega.

## ANEXOS

### Encuestas dirigidas al personal de ventas de la Empresa Banariego S.A

1. ¿Qué obstáculos has enfrentado al intentar cerrar ventas?

Calidad del producto                      Precio                      Competencia y locales

2 ¿Cuál es tu enfoque principal al abordar a los clientes potenciales?

Necesidad preventiva      Remediar los inconveniente      Garantía del producto

3. ¿Te sientes cómodo usando las herramientas y recursos de ventas proporcionados por la empresa?

Sí    No

4. ¿Qué estrategias de ventas consideras más efectivas en tu sector?

Análisis del sector                      Atención personalizada por cultivo                      Presentar soluciones

5. ¿Qué capacitación adicional crees que podría ayudarte a mejorar los resultados de ventas?

Por tipo de cultivos                      Por ciclos estacionales                      Implementación de Equipos nuevos

6. ¿Has recibido retroalimentación de los clientes sobre tu desempeño de ventas?

Sí    No

7. ¿Cómo calificarías tu habilidad para identificar las necesidades del cliente?

Regular                                      Buena                                      Excelente

8. ¿Sientes que la competencia ha afectado los resultados de ventas en la empresa?

Sí    No

9 ¿utilizas estrategias para superar las objeciones de los clientes?

Sí    No

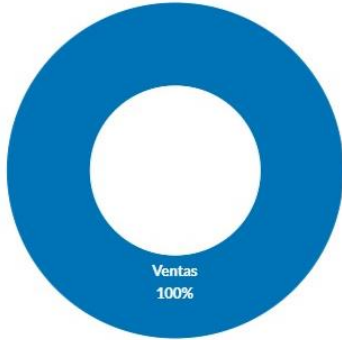
10. ¿Has utilizado eficazmente las estrategias de seguimiento posterior a la venta?

Sí    No

# ESTIMACIÓN DE PROYECCIÓN DE VENTAS 2022

## Ventas del Mes

Resumen de Febrero del 2022



Meta

BABAHOYO

126.23/100

\$5365.98

Meta

20

Días

\$ 6773.47

Venta

19

Trabajados

\$ 1407.49

Pendiente

\$7129.97

Proyección

126.23

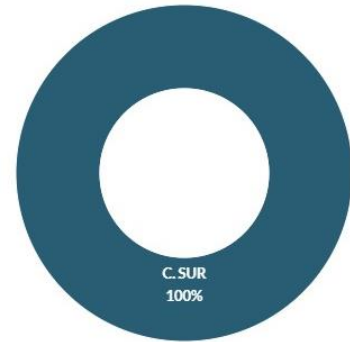
Cumplimiento

132.87

% Proyección

## Ventas por Zona

Zona	\$ Venta	\$ Meta	%
COSTA SUR	435006.18	341007.99	127.56%
TOTAL	435006.18	341007.99	127.56%



## Ventas del Mes

Resumen de Diciembre del 2022



Meta

BABAHOYO

118.18/100

\$22351.00

Meta

21

Días

\$ 26415.17

Venta

21

Trabajados

\$ 4064.17

Pendiente

\$26415.17

Proyección

118.18

Cumplimiento

118.18

% Proyección

## Ventas por Zona

Zona	\$ Venta	\$ Meta	%
COSTA SUR	726827.75	821720.87	88.45%
TOTAL	726827.75	821720.87	88.45%

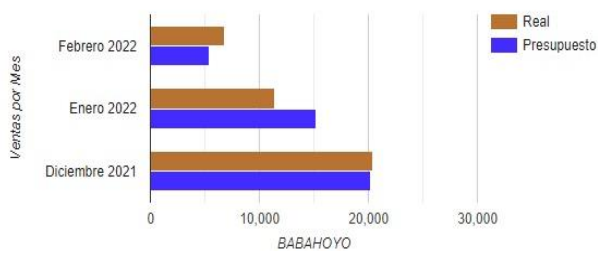


### Comportamiento Año Anterior



Año	\$ Venta	%
Febrero 2022	6773.47	126.23%
Febrero 2021	4621.33	
Febrero 2020	2832.93	

### Comportamiento Trimestral



### Comportamiento Trimestral 2022-2021

Periodo	\$ Venta	\$ Meta	%
Febrero 2022	6773.47	5365.98	126.23%
Enero 2022	11380.44	15229.11	74.73%
Diciembre 2021	20447.92	20217.83	101.14%
<b>TOTAL</b>	<b>38601.83</b>	<b>40812.92</b>	<b>94.58%</b>

**Razón Social**  
BANARIEGO CIA. LTDA.

**Número RUC**  
0391012091001

**Representante legal**  
\* ALCIVAR MURCIANO FREDDY ALBERTO

<b>Estado</b> ACTIVO	<b>Régimen</b> GENERAL	
<b>Fecha de registro</b> 24/02/2011	<b>Fecha de actualización</b> 26/04/2023	<b>Inicio de actividades</b> 23/08/2010
<b>Fecha de constitución</b> 23/08/2010	<b>Reinicio de actividades</b> No registra	<b>Cese de actividades</b> No registra
<b>Jurisdicción</b> ZONA 8 / GUAYAS / EL TRIUNFO		<b>Obligado a llevar contabilidad</b> SI
<b>Tipo</b> SOCIEDADES	<b>Agente de retención</b> SI	<b>Contribuyente especial</b> SI

**Domicilio tributario**

**Ubicación geográfica**

Provincia: GUAYAS Cantón: EL TRIUNFO Parroquia: EL TRIUNFO

**Dirección**

Barrio: COLONIAL Calle: AV. 8 DE ABRIL Número: 200 Intersección: ANGEL ARCE  
Referencia: JUNTO A ALMACENES TÍA

**Medios de contacto**

Celular: 0992888745 Web: WWW.BANARIEGO.COM Email: contador@banariego.com  
Teléfono trabajo: 042010072

**Actividades económicas**

- \* A01610401 - MANEJO DE SISTEMAS DE RIEGO CON FINES AGRÍCOLAS.
- \* G46201901 - VENTA AL POR MAYOR DE OTRAS MATERIAS PRIMAS AGROPECUARIAS.
- \* G46411101 - VENTA AL POR MAYOR DE HILOS (HILADOS), LANAS Y TEJIDOS (TELAS).
- \* G46530101 - VENTA AL POR MAYOR DE MAQUINARIA Y EQUIPO AGROPECUARIOS: ARADOS, ESPARCIDORAS DE ESTIÉRCOL, SEMBRADORAS, COSECHADORAS, TRILLADORAS, MÁQUINAS DE ORDEÑAR, MÁQUINAS UTILIZADAS EN LA AVICULTURA Y LA APICULTURA, TRACTORES UTILIZADOS EN ACTIVIDADES AGROPECUARIAS Y SILVÍCOLAS, SEGADORAS DE CÉSPED DE TODO TIPO, ETCÉTERA.
- \* G46632301 - VENTA AL POR MAYOR DE EQUIPO SANITARIO Y FONTANERÍA (BAÑERAS, INODOROS, LAVABOS TOCADORES Y OTRA PORCELANA SANITARIA) INCLUYE ARTÍCULOS PARA LA INSTALACIÓN SANITARIA: TUBOS, TUBERÍAS, ACCESORIOS, GRIFOS, DERIVACIONES, CONEXIONES, TUBERÍAS DE CAUCHO, ETCÉTERA.
- \* G46681202 - VENTA AL POR MAYOR DE PRODUCTOS QUÍMICOS DE USO AGRÍCOLA.
- \* G46900002 - VENTA AL POR MAYOR DE OTROS PRODUCTOS DIVERSOS PARA EL CONSUMIDOR.

<b>Razón Social</b> BANARIEGO CIA. LTDA.	<b>Número RUC</b> 0391012091001
---	------------------------------------

<b>Establecimientos</b>	
<b>Abiertos</b>	<b>Cerrados</b>
70	5

#### Obligaciones tributarias

- 2011 DECLARACION DE IVA
- 1031 - DECLARACIÓN DE RETENCIONES EN LA FUENTE
- 1021 - DECLARACIÓN DE IMPUESTO A LA RENTA SOCIEDADES
- ANEXO RELACIÓN DEPENDENCIA
- ANEXO TRANSACCIONAL SIMPLIFICADO
- ANEXO ACCIONISTAS, PARTICIPES, SOCIOS, MIEMBROS DEL DIRECTORIO Y ADMINISTRADORES – ANUAL
- ANEXO DE DIVIDENDOS, UTILIDADES O BENEFICIOS - ADI
- 4161 CONTRIBUCION TEMPORAL PARA EL IMPULSO ECONOMICO POST COVID DE SOCIEDADES

**i** Las obligaciones tributarias reflejadas en este documento están sujetas a cambios. Revise periódicamente sus obligaciones tributarias en [www.sri.gob.ec](http://www.sri.gob.ec).

#### Números del RUC anteriores

No registra



Código de verificación: RCR1682697652765976  
Fecha y hora de emisión: 28 de abril de 2023 11:00  
Dirección IP: 10.1.2.142

Validez del certificado: El presente certificado es válido de conformidad a lo establecido en la Resolución No. NAC-DGERC/015-00000217, publicada en el Tercer Suplemento del Registro Oficial 462 del 19 de marzo de 2015, por lo que no requiere sello ni firma por parte de la Administración Tributaria, mismo que lo puede verificar en la página transaccional SRI en línea y/o en la aplicación SRI Móvil.



Babahoyo, 14 de Septiembre del 2023

**CERTIFICACIÓN DE PORCENTAJE DE SIMILITUD CON OTRAS FUENTES  
EN EL SISTEMA DE ANTIPLAGIO**

En mi calidad de Tutor del Trabajo de la Investigación de: el/la, Sr.: **Vera Castro Jostin Elian** cuyo tema es: **Impacto de las ventas de la empresa Banariego S.A ubicada en la Ciudad de Babahoyo provincia de los Ríos en el periodo 2022** certifico que este trabajo investigativo fue analizado por el Sistema Antiplagio Urkund, obteniendo como porcentaje de similitud de [ **3%** ], resultados que evidenciaron las fuentes principales y secundarias que se deben considerar para ser citadas y referenciadas de acuerdo a las normas de redacción adoptadas por la institución y Facultad.

Considerando que, en el Informe Final el porcentaje máximo permitido es el 10% de similitud, queda aprobado para su publicación.



Por lo que se adjunta una captura de pantalla donde se muestra el resultado del porcentaje indicado.

**CPA. Nancy Elizabeth Uhsca Cuzco, Mg.  
DOCENTE DE LA FAFI.**