



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA.

PROCESO DE TITULACIÓN

JUNIO –SEPTIEMBRE 2020

EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO O DE FIN DE CARRERA

PRUEBA PRÁCTICA

INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA

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

TEMA:

**ANÁLISIS DE RENTABILIDAD DE LAS VENTAS EN EL “COMERCIAL FRANKLIN”
UBICADO EN LA CIUDAD DE BABAHOYO DURANTE LOS MESES DE ENERO A JUNIO
DEL 2020.**

EGRESADA(O):

ANGELA ANDREINA BURUHAN SANTILLAN

TUTOR:

LCDO. C.P.A. WILMER ESPINOZA T. MT

AÑO 2020

Introducción

El presente trabajo tiene como objetivo detectar el grado de afectación que ocurrió en la empresa luego de enfrentar la pandemia por covid -19 en lo que prácticamente nos enfocaremos en realizar un Análisis de Rentabilidad en las ventas en el “comercial Franklin”, persona natural obligada a llevar contabilidad con Ruc 1200528204001 cuya actividad económica es la venta de electrodomésticos, muebles, colchones etc.

Es de conocimiento público cómo la pandemia por covid-19 ha afectado la economía, entre los cuales se encuentran los pequeños negocios, es por esta razón que es importante realizar un estudio sobre la información financiera actual, que nos permita calcular e interpretar los resultados para identificar y corregir los que no está funcionando y de esta manera poder crecer en su negocio.

El análisis se realizara empleando la sublínea de investigación gestión financiera, tributaria y compromiso social ya que estudiaremos el área financiera de la empresa y partiremos de la información correspondiente al primer semestre del año 2019 y el primer semestre del año 2020, para aplicar los ratios necesarios y establecer comparaciones que del mismo modo nos arrojará los resultados para el correspondiente análisis de rentabilidad en las ventas.

La metodología que aplicaremos para el desarrollo de este trabajo, será la metodología de la investigación exploratoria, puesto que esta se basa en analizar e indagar información relevante y concreta de la realidad que aún no han sido analizadas, esta no parte de teorías detalladas, si no que busca patrones significativos dentro de la información en cuestión para luego exponer explicaciones completas y detalladas de lo que ocurre, lo cual es útil para obtener los resultados esperados de la presente investigación.

Para una empresa es fundamental tener conocimiento acerca de la posición económica en la que se encuentra, es por eso que a partir de la información contable recopilada y proporcionada por la empresa podemos realizar un análisis que nos permita medir la rentabilidad actual del negocio, puesto que identificaremos el impacto que ha generado la pandemia covid-19 en la realización de las ventas.

Desarrollo

En todos los negocios dedicados a comercializar productos de cualquier tipo, es importante conocer y aumentar sus niveles ventas, puesto que ese es su principal objetivo como negocio. Por lo cual es necesaria una adecuada gestión administrativa y una correcta aplicación de la contabilidad.

La cual nos permite conocer el estado financiero de la empresa en cualquier momento: si está saneada, la capacidad de endeudamiento, el grado de morosidad de los clientes, etc. También permite analizar la estructura de los costes. Esencial para un futuro estudio que nos permita visualizar la posición de la empresa. (Editorial Vértice, 2007)

Así también toda la información contable de una empresa es imprescindible al momento de realizar un estudio para analizar la situación de la misma, por tal razón basándonos en el contexto actual visualizaremos los efectos directos en el negocio a raíz de la pandemia por covid-19

El confinamiento paralizó cerca del 70% de las actividades económicas. No obstante, hubo pocos segmentos que crecieron, como el rubro de alimentos, insumos médicos y el comercio en línea. David López, jefe técnico de la Cámara de Comercio de Quito (CCQ), explicó que los sectores que tuvieron resultados positivos son una minoría, de ahí que el lucro cesante en general sea profundo, especialmente en la capital. Según López, el rendimiento adicional que tuvieron pocas actividades responde a las necesidades específicas que surgieron con la coyuntura de la emergencia sanitaria. De acuerdo con las cifras oficiales, que abarcan información de empresas públicas, el área comercial es la más afectada, con pérdidas que superan los USD 7 600 millones, le siguen las ramas de servicios, manufactura, agricultura y otros. (Elcomercio, 2020)

El “Comercial Franklin” dedicado a la venta de cochones, Camas, Muebles, Modulares, Roperos, Electrodomésticos, etc. Al igual que otros negocio se ha visto afectado durante el tiempo de la emergencia sanitaria debido a Covid-19, Puesto que su principal fuente de ingresos es la venta de su mercadería, lo cual no pudo ser posible debido al confinamiento.

El sector del Comercio representa el 45% del total de las ventas que se registran en el Ecuador, aproximadamente USD 70 000 millones al año. Desde octubre del año pasado, las ventas del sector registran un estancamiento y con lo que estamos viviendo, se empeora la situación. Solo en Quito, el sector comercial vende alrededor de USD 2 200 millones al mes, la paralización de estas dos últimas semanas han hecho que el sector deje de vender aproximadamente USD 700 millones. (Naranjo, 2020)

Actualmente para los dueños de las empresas es necesario conocer si su negocio es rentable, para incluir mejoras en sus estrategias, así también concientizar sobre los efectos que pueden surgir debido a cambios imprevistos que influyen en la rentabilidad de la empresa por un determinado tiempo.

Los efectos de la pandemia del coronavirus (COVID-19) y su impacto en la actividad empresarial aún son inciertos y difíciles de estimar. Lo cambiante e impredecible de los acontecimientos obliga a las compañías a tener una respuesta estructurada que les permita hacer frente a cualquier escenario. (Endara, 2020)

A continuación, analizamos algunas áreas en las que estas deben focalizarse.

- Determinar el impacto potencial que el COVID-19 puede tener en el negocio.
- Desarrollar planes de acción para cada uno de los posibles escenarios en los que la compañía se pueda ver involucrada.
- Gestionar un plan de comunicación con los diferentes grupos de interés.
- Prever de qué manera se atenderán las prioridades, incluyendo aquellas resultantes de las nuevas medidas del gobierno, para reducir al mínimo el riesgo de interrupción de actividades.
- Asistencia en la definición de procedimientos de excepción para operar durante la contingencia, observando los demás riesgos existentes (cibernéticos, fraudes, cumplimiento, legales, etc).
- Definir políticas de administración financiera, manejo de caja y capital de trabajo.
- Desarrollar proyecciones en respuesta a diferentes escenarios.
- Evaluar fuentes alternativas de financiamiento.

- Desarrollar la estrategia de negocio a seguir una vez superada la actual circunstancia de emergencia de salud. (Endara, 2020)

Para establecer una conclusión en cuanto a lo sucedido y determinar la afectación que ha surgido de la misma, podemos enfocarnos en realizar un análisis financiero que nos permita visualizar la situación de la empresa y de este modo tomar decisiones y aplicar estrategias que ayude a la empresa a mejorar la situación en la que se encuentre.

El análisis financiero es una actividad necesaria en toda organización. La actividad de análisis implica el estudio de un todo a través del conocimiento de cada uno de sus componentes. Es hacer un examen de la realidad, principios, propiedades y funciones de la organización. Para ello se toman datos de diferentes fuentes y recursos, y bajo un contexto particular, se genera información, que a su vez, se puede transformar en factor de decisión. (Sevilla, 2015)

Las organizaciones con y sin fines de lucro, requieren conocer los aspectos elementales de su desempeño financiero, la situación económica, social y política que tienen, las expectativas que generan, y el cumplimiento de sus objetivos, la importancia de un correcto análisis esta fuera de discusión, se trata de una actividad estratégica que puede influir a través de las tomas de decisiones en la permanencia, control y desarrollo de una organización. (Padilla, 2015)

El termino análisis se refiere a una evaluación cualitativa y cuantitativa de los componentes de cualquier organismo estudiado.

El análisis es cualitativo cuando se tiene por objeto descubrir o separar los elementos del objeto de estudio; y es cuantitativo cuando se usa para determinar la cantidad de cada elemento.

Una vez que se obtiene cada una de las partes que conforman el objeto y la cantidad de cada una de ellas se puede hacer entonces un diagnóstico; esto es en si el análisis. (Burguete, 2016)

Dentro de los análisis financieros existen diferentes métodos, entre ellos encontramos en análisis vertical y el análisis horizontal.

Análisis vertical, llamado así porque compara dos o más partidas de un mismo periodo. El resultado obtenido se comparará ya sea con su equivalente en otro periodo pasado o contra el equivalente de otra empresa o con el promedio de la industria.

Permite obtener una visión general de la estructura financiera de la empresa (Balance General) y de la productividad de sus operaciones (Estado de Ganancias y Pérdidas). (Nakasone, 2005)

El método de análisis vertical consiste en expresar en porcentajes las cifras de un estado financiero. Este tipo de análisis se aplica generalmente al balance general y al estado de resultados, y se le conoce también como análisis de porcentajes integrales. Sin embargo, la aplicación de este método se puede hacer también en otros estados financieros.

Debe aplicarse siempre en varios ejercicios con el fin de evaluar el comportamiento de las diferentes cuentas en cada uno de los periodos y es de gran utilidad para la toma de decisiones en la empresa. (Burguete, 2016)

Ahora bien, si aplicamos este tipo de análisis en el estado de resultados se mostrará el porcentaje de participación de las diversas partidas de costos y gastos, así como el porcentaje que representa la utilidad obtenida respecto a las ventas totales, que representa la mayoría de los ingresos totales de una empresa. Recordemos que cuando se presenta el estado de resultados siempre es a partir de las ventas, por lo que cuando aplicamos este tipo de análisis en el estado de resultados siempre tomaremos como base las ventas netas. (Burguete, 2016)

Análisis Vertical

El análisis vertical toma como base el axioma matemático que enuncia que todo es igual a la suma de sus partes, en donde al todo se le asigna el valor del 100% y a las partes un porcentaje relativo. Entonces, como ya hemos visto, si se aplica al balance general, a los activos totales se le asigna el 100% y si se aplica el estado de pérdidas y ganancias, a las ventas netas se les aplica el 100%. (Burguete, 2016)

De ahí partimos para aplicar la siguiente fórmula en cada partida del estado financiero objeto de estudio tomando en cuenta que los datos que se estarán utilizando son estados

financieros semestrales, la empresa suele realizar sus estados financieros tanto semestral como anual, pero para alcanzar el objetivo de nuestro trabajo tomaremos la información semestral.

Porciento integral = (cifra parcial /cifra base) * 100

Ahora para la aplicación de esta fórmula tenemos los datos obtenidos del estado de resultado:

	2019(Primer Semestre)	2020 (Primer semestre)
Ventas Netas	69921,82	37898.82
Costos de Ventas	59994,53	35199.66

Fuente: Estados Financieros

Al tratarse de un estado de Pérdidas y Ganancias tomamos como base la cifra que corresponde a las ventas netas y la cifra parcial, en este caso sería la que corresponde a los costos de venta. Al aplicar la formula obtendremos:

Datos correspondientes al primer semestre del 2019.

Porciento integral = (59994.53 / 69921.82) * 100

Porciento integral= 85%

De esta manera podemos deducir que el costo de ventas representa el 85% de las ventas, sin embargo es necesario resaltar que hasta este momento no hemos realizando ningún tipo de análisis, lo único que hemos hecho es representar en términos porcentuales la proporción del costo de ventas con relación a las ventas.

Para poder hacer un diagnóstico de la empresa tenemos que comparar este resultado con otro resultado obtenido del mismo estado financiero, de la misma partida y del mismo periodo de tiempo, así podremos evaluar si lo que representa esta cifra es buena para empresa o si es necesario tomar medidas correctivas.

Las siguientes cantidades representan a resultados obtenidos de la misma, empresa en un mismo periodo de tiempo, pero en un año diferente.

Datos correspondientes al primer semestre del año 2020.

$$\text{Porciento integral} = (35199,66 / 37898,82)$$

$$\text{Porciento integral} = 92\%$$

Una vez aplicada la formula se obtuvo que el costo de venta en este periodo correspondiente al primer semestre del año 2020 fue de 92% de las ventas netas, al compararlo notaremos que la empresa el año anterior utilizo el 85% de sus ingresos por ventas en pagar el costo de lo vendido, entonces en base a este resultado podemos notar claramente que la empresa destino un 7% más de sus ventas en pagar el costo de lo vendido y esto puede ser un foco de atención para la empresa y es necesario tomar medidas.

Análisis Horizontal

El análisis vertical es una herramienta que se ocupa de los cambios ocurridos, tanto en las cuentas individuales o parciales, como de los totales y subtotales de los estados financieros, de un periodo a otro; por lo tanto, requiere de dos o más estados financieros de la misma clase (balance general o estado de resultados) presentados por periodos consecutivos e iguales, ya se trate de meses, trimestres, semestres o años.

Existen tres clases de análisis horizontal: análisis horizontal de variaciones absolutas, análisis horizontal de variaciones relativas y análisis horizontal de variaciones en veces. (Toro, 2014)

Importancia del método

El análisis horizontal sirve para evaluar la tendencia de cada una de las cuentas del balance o del estado de resultados de un periodo a otro y, con base en dichas tendencias, se evalúa si la situación financiera del negocio es satisfactoria. Este análisis permite determinar si el comportamiento de la empresa en un periodo fue bueno, regular o malo.

En este tipo de análisis es importante destacar las principales variaciones, su causalidad y el impacto en otras cuentas del estado financiero. Además, debe entenderse si la variación es justificada o no, sin perder la proporción respecto del monto y la variación absoluta, y se verifica el impacto para la gestión de la empresa. (Toro, 2014)

Una vez determinadas las variaciones, se debe proceder a determinar las causas de esas variaciones y las posibles consecuencias derivadas de las mismas.

La información obtenida a través del análisis horizontal es de gran utilidad para realizar proyecciones y fijar nuevas metas, puesto que, una vez identificadas las causas y las consecuencias del comportamiento financiero de la empresa, se procede a mejorar los puntos o aspectos considerados débiles, se diseñan estrategias para aprovechar los puntos o aspectos fuertes, y se toman medidas para prevenir las consecuencias negativas que se puedan anticipar como producto del análisis realizado a los estados financieros (Toro, 2014)

Para el desarrollo de nuestro trabajo a través de este método aplicaremos el análisis horizontal de variaciones en veces (Razón)

El cálculo de la variación a través de la razón, dado en veces, de un periodo a otro, se aplica como calculo geométrico, tomando en periodo 2 (P2) dividido por el periodo 1 (P1).

Se aclara que: el periodo 2 (P2) corresponde al estado financiero más actual o reciente y el periodo 1 (P1) hace referencia al estado financiero pasado. (Toro, 2014)

Cálculo de la Razón

Para aplicar este cálculo tomaremos los datos del estado de resultados, en este caso analizaremos el rubro de las ventas netas ya que es el objeto de estudio de nuestro trabajo.

	2019(Primer Semestre)	2020 (Primer semestre)
Ventas Netas	69921,82	37898.82

$$\begin{array}{l}
 \text{Cálculo del} \\
 \text{Valor de la} \\
 \text{Razón}
 \end{array}
 =
 \left[\frac{\text{Valor Periodo Actual}}{\text{Valor Periodo Pasado}} \right]$$

$$\begin{array}{l}
 \text{Cálculo del} \\
 \text{Valor de la} \\
 \text{Razón}
 \end{array}
 =
 \left[\frac{37898.82}{69921,82} \right]$$

$$\begin{array}{l}
 \text{Cálculo del} \\
 \text{Valor de la} \\
 \text{Razón}
 \end{array}
 =
 \mathbf{0,54}$$

Para el “comercial Franklin”, las ventas representan una disminución de 0,54 veces entre los primeros semestres del año 2019 y 2020.

Cuando el resultado es inferior a 1, significa que se ha presentado una disminución; si es igual a 1, no ha presentado variación alguna y si es superior a 1, quiere decir que aumento el saldo de la cuenta en el año actual, con relación al año inmediatamente anterior. (Toro, 2014)

Es notable como el sector comercial se vio afectado durante el confinamiento ya que tuvieron que cerrar sus puertas, lo que por ende perjudicaría la salida de su mercadería, Ventas que se redujeron a partir de la presente situación que vive el mundo entero, es por esta razón que se convierte en necesaria la realización de un análisis de rentabilidad de las ventas.

La rentabilidad hace referencia a los beneficios que se han obtenido o se pueden obtener de una inversión. Tanto en el ámbito de las inversiones como en el ámbito empresarial es un concepto muy importante porque es un buen indicador del desarrollo de una inversión y de la capacidad de la empresa para remunerar los recursos financieros utilizados. (Sevilla, 2015)

Se dice que una empresa es rentable cuando genera utilidad o sus ingresos son mayores que sus gastos, y el resultado de la resta entre dichos componentes es considerado aceptable.

La rentabilidad no es lo mismo que utilidad. Podríamos decir que la utilidad es la diferencia entre ingresos y gastos. Rentabilidad es la utilidad medida en relación al activo. (Conexionesan, 2016)

Existe una variedad de ratios e indicadores para evaluar la rentabilidad. A grandes rasgos, existen dos grandes tipos de medidas de la rentabilidad: el cálculo de los índices de rentabilidad sobre ventas y el cálculo de la rentabilidad sobre el capital de la empresa. Los dos tipos de indicadores están relacionados entre sí, pero hay que tener en cuenta que existen ciertas diferencias en el modo en que interactúan entre ellos.

Los márgenes de rentabilidad sobre ventas evalúan las ganancias de la compañía por cada moneda de facturación. Los de uso más habitual son el margen bruto y el margen operativo. (Conexionesan, 2016)

Una vez que hemos indagado información y determinado el porcentaje integral mediante el análisis vertical, ahora aplicaremos otros índices que nos permitan visualizar la rentabilidad sobre las ventas.

Los ratios de rentabilidad son cálculos matemáticos que nos ayudan a saber si una empresa está ganando lo suficiente como para poder hacer frente a sus gastos y además aportar beneficios a sus propietarios. En un negocio hay gastos muy diferentes a los que atender: gastos de personal, pago de impuestos, amortizaciones, intereses de los bancos, etc. Por lo que puede ocurrir que una empresa sea rentable en un determinado área pero tenga pérdidas en otra. (Urtasun, 2019)

La rentabilidad de las ventas es la clave de la supervivencia y el crecimiento de cualquier empresa. Esto no quiere decir que deba ser el principal objetivo, pero hay que prestarle la atención que se merece.

Es necesario estudiar los escenarios donde la empresa será rentable y aquellos donde no lo será o incluso deba cerrar. Además hay que tener un plan de actuación para cada escenario. (Pérez, 2019)

Que vendamos menos que el ejercicio anterior no quiere decir que la empresa tenga que cerrar. Simplemente tendrá que ajustarse, si es posible, a la nueva situación.

En todo caso, hay un límite por debajo del cual una empresa no puede ya funcionar. Hay que conocer ese límite para tenerlo siempre en mente. El resto de escenarios pueden conllevar ajustes de varios tipos. (Pérez, 2019)

Que las ventas pueden caer es un hecho. Además, no siempre es fácil prever esa caída. Son muchos los factores que pueden hacer que las ventas de una empresa se reduzcan. Y la realidad es que ocurre con frecuencia. Unas veces es temporal y otras se prolonga en el tiempo. (Pérez, 2019)

¿Cómo se consigue esto? Anticipando situaciones y escenarios, sobre todo escenarios negativos. Una empresa puede no saber qué se va a producir una situación complicada, pero tiene la obligación de saber cómo afectará eso a su rentabilidad. Y también de saber exactamente cuál será el resultado económico que producirá esa situación. (Pérez, 2019)

Una vez que hemos investigado el tema e indagado información relevante para el presente trabajo, podemos mencionar la importancia de realizar un análisis de rentabilidad en las ventas, ya que se presentó un escenario que nadie esperaba, y es por esto que surge la necesidad de medir la afectación que ha sufrido el comercial Franklin en el primer semestre del año 2020.

En la tabla se encuentra los rubros que necesitamos para aplicar los índices financieros y determinar un análisis en base a los resultados, cabe recalcar que la información que se presenta a continuación es semestral.

Tabla

Resumen de las Cuentas

	2019	2020
Ventas	69921,82	37898,82
Utilidad Neta	4975,09	1249,16

Fuente: Estados Financieros

Margen de utilidad neta

El margen de beneficio neto compara los ingresos netos de una empresa con sus ventas totales. Esta relación se calcula dividiendo el ingreso neto, o el resultado final de una empresa, por las ventas netas. Esta fórmula mide la capacidad de una empresa para traducir las ventas en ganancias para los accionistas. Una vez más, los inversionistas deberían buscar compañías con márgenes de ganancias netas fuertes y consistentes. (Castro, 2018)

El margen de utilidad es, en términos generales, lo que queda de los ingresos y las ventas luego de restarle todos los gastos de la operación. Existen márgenes de utilidad bruta, marginal y otras cosas que por ahora no vamos a tocar. Aquí lo importante es que comprendas qué es y cuál es la importancia del margen de utilidad. (Cervantes, 2016)

La fórmula para calcular el margen de beneficio neto es la siguiente:

$$\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas}}$$

El índice que utilizaremos para alcanzar el objetivo de nuestro trabajo de investigación, será el margen de utilidad neta, el cual nos permitirá comparar los ingresos netos de la empresa de los primeros semestres del periodo 2019 y 2020 y de esta manera podremos verificar si el comercial sufrió afectación durante el primer semestre del 2020 debido al confinamiento a causa de la Pandemia en comparación al primer semestre del 2019.

Margen de Utilidad Neta = (utilidad neta/ ventas)

Margen de Utilidad Neta= (4975,09/ 69921,82)

Margen de Utilidad Neta= 7,11% (2019)

Margen de Utilidad Neta = (utilidad neta/ ventas)

Margen de utilidad Neta = (1249,16/37898,82)

Margen de Utilidad Neta = 3,29%

Rentabilidad Neta sobre las Ventas.

	2019	2020
Margen de Utilidad Neta	7,11%	3,29%

Según el análisis realizado obtuvimos que el comercial Franklin durante el primer semestre del año 2019 su utilidad neta fue de 7,11%, mientras que durante el primer semestre del año 2020 fue del 3.29% dato que puede ser justificado ya que debido a la pandemia la empresa se vio en la obligación de cerrar sus puertas durante dos meses, motivo por el cual sus ventas disminuyeron es por tal razón que existe una diferencia del 3.82% en relación al primer semestre del año anterior.

Conclusiones

Al finalizar nuestro estudio podemos concluir que:

Al aplicar los diferentes índices de análisis financiero logramos detectar que la empresa comercial sufrió afectación ya que es el principal objetivo de su negocio es vender, actividad que fue paralizada por la Pandemia de Covid-19.

Luego de aplicar los métodos de Análisis financiero (análisis Vertical y análisis horizontal) se pudo visualizar que en cuanto a los resultados obtenidos el comercial objeto de estudio tuvo una disminución en sus ventas con lo que logramos concretar los resultados que obtuvimos al analizar la rentabilidad en las ventas que también nos indicó que disminuyó, con lo que podemos decir que toda esta baja que enfrentó la empresa comercial fue a causa de la Pandemia que dio un impacto considerable en el negocio.

No obstante la empresa luego de este análisis podrá tomar decisiones que ayuden a enfrentar situaciones futuras que se puedan presentar, decisiones como:

Tener un plan de acción para los escenarios en los que se pueda ver involucrada la empresa.

Tener medidas de prevención para hacer frente incluso a las nuevas medidas económicas que pueda tomar el gobierno.

Buscar medios que ayuden a desarrollar estrategias que permitan mantener el negocio en marcha una vez superada la crisis actual debido a Covid-19.

Podemos concluir que muchos negocios al igual que este no esperaban la circunstancia actual de emergencia Sanitaria por lo que no estaban preparados para hacer frente, es por esa razón que fue necesario hacer un estudio y analizar los resultados de la empresa, para de este modo continuar con el negocio de manera estratégica tomando decisiones correctas de modo que logren recuperar sus niveles de ventas.

Bibliografía

- Burguete, A. C. (2016). *Analisis Financiero* . Digital UNID.
- Castro, J. (12 de 07 de 2018). Obtenido de <https://blog.corponet.com.mx/estas-son-formulas-financieras-para-analizar-tu-negocio-y-saber-si-va-en-la-direccion-correcta-parte-ii>
- Cerchiaro, L. B. (28 de 04 de 2017). Obtenido de <https://lballesterosanalisisfinanciero.wordpress.com/2017/04/28/7-2-rentabilidad-sobre-ventas/>
- Cervantes, C. (20 de 09 de 2016). Obtenido de <https://mundoempresarios.com/2016/09/20/la-importancia-del-margen-utilidad/>
- Conexionesan. (28 de 06 de 2016). Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/06/costeo-y-rentabilidad-en-la-gestion-de-ventas/>
- Editorial Vértice. (2007). *Gestion del Punto de Venta*. Editorial Vértice.
- Elcomercio. (12 de 06 de 2020). Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/perdidas-covid19-ecuador-economia-negocios.html>
- Endara, P. (2020). *PwC Asesores Empresariales Cía. Ltda*. Obtenido de <https://www.pwc.ec/es/como-el-covid-19-puede-impactar-tu-negocio.html#:~:text=Los%20efectos%20de%20la%20pandemia,hacer%20frente%20a%20cualquier%20escenario.>
- Nakasone, G. T. (2005). *Analisis de Estados Financieros para la Toma de Decisiones* . Fondo Editorial .
- Naranjo, L. (27 de 03 de 2020). *Criterios Digital*. Obtenido de <https://criteriosdigital.com/contexto/lnaranjo/los-efectos-economicos-de-la-pandemia-para-el-ecuador-la-region-y-el-mundo/>
- Padilla, V. M. (2015). *Analisis Financiero un enfoque integral*. Grupo Editorial Patria.
- Pérez, J. C. (11 de 01 de 2019). *Z1 Gestión*. Obtenido de <https://z1gestion.es/rentabilidad-de-las-ventas/>
- Sevilla, A. (2015). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/rentabilidad.html#>
- Toro, D. B. (2014). *Analisis Financiero Enfoques y Proyecciones* . Ecoe Ediciones.
- Urtasun, X. (03 de 06 de 2019). *ekon*. Obtenido de <https://www.ekon.es/blog/ratios-rentabilidad-que-son-como-calcularlos/#:~:text=Ratio%20de%20Rentabilidad%20de%20Ventas,->

Es el más conocido. Indica la rentabilidad que obtiene, los impuestos y la amortización.

ANEXOS

ESTADO DE RESULTADO
Del 01 de enero al 31 de junio 2019

ventas		
ventas Brutas		69921,82
		<hr/>
Ventas		69921,82
Costo de venta		
Inventario Inicial		25000
Compras		54894,73
Gastos indirectos		0
Inventario Final		19900
Costo de ventas		59994,73
		<hr/>
ganancia (perdida)Bruta		9927,09
Gastos de operación		
Gastos de venta		1100
Gasto de administración		2052
Gastos financieros		1800
Total gastos de operación		4952
		<hr/>
Utilidad de operación		4975,09
Otros Ingresos NO operativos		
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		4975,09
Gastos de Tributos		0
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS		4975,09

ESTADO DE RESULTADO
Del 01 de enero al 31 de junio 2020

ventas	
ventas Brutas	37898,82
	<hr/>
Ventas	37898,82
Costo de venta	
Inventario Inicial	27000
Compras	42699,66
Gatos indirectos	0
Inventario Final	34500
Costo de ventas	35199,66
	<hr/>
ganancia (perdida)Bruta	2699,16
Gastos de operación	
Gastos de venta	500
Gasto de administracion	500
Gastos financieros	450
Total gastos de operación	1450
	<hr/>
Utilidad de operación	1249,16
Otros Ingresos NO operativos	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	1249,16
Gastos de Tributos	0
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS	1249,16