



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA

PROCESO DE TITULACIÓN

NOVIEMBRE 2020 - MAYO 2021

EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO O DE FIN DE CARRERA

PRUEBA PRÁCTICA

CONTABILIDAD Y AUDITORIA

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO(A) EN
CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

TEMA:

**ANÁLISIS DEL NIVEL DE RENTABILIDAD EN LAS VENTAS DE LA EMPRESA
ALTEC S.A. DURANTE EL PERIODO 2019- 2020**

EGRESADA(O):

MAYORGA HERRERA TATIANA VANESA

TUTOR:

ING. YOMARA PAOLA HAZ CADENA

AÑO 2021

Resumen

Esta investigación ha permitido realizar un análisis referente a los niveles de rentabilidad de las ventas que posee la empresa Altec S.A en la ciudad de Babahoyo, a través de la línea de investigación gestión financiera, administrativa, tributaria, auditoría y control además de la utilización de métodos de investigación analítico, descriptivo y bibliográfico que han contribuido a la consecución del objetivo planteado y permitido recopilar la información necesaria a través de la aplicación de la técnica entrevista realizada al responsable del departamento financiero de la empresa, además de un análisis de los estados financieros proporcionados que permite evidenciar las causas y analizar los efectos existentes y su comparación con los procesos establecidos de formas científicas según el criterio de diversos autores que respaldan la investigación y han permitido determinar hechos tales como: carece de la estructuración de un plan de ventas de forma detallada, no se realiza un análisis comparativo de las cifras de venta de forma frecuente, no se realiza mediciones de productividad, ejecutan acciones limitadas para el desarrollo de nuevos productos, no se establece un análisis DAFO los mismos que tienen repercusión en el análisis que se realiza para medir la rentabilidad y generar informes detalladas aplicando los ratios financieros que determinan la realidad de la empresa.

Palabras claves: Índices financieros, ratio, rentabilidad, ventas, plan de ventas

Abstract

This research has made it possible to carry out an analysis regarding the levels of profitability of the sales that the company Altec SA has in the city of Babahoyo, through the line of financial, administrative, tax, audit and control management in addition to the use of methods of analytical, descriptive and bibliographic research that have contributed to the achievement of the proposed objective and allowed to collect the necessary information through the application of the interview technique carried out with the head of the financial department of the company, in addition to an analysis of the financial statements provided that make it possible to show the causes and analyze the existing effects and their comparison with the established processes in scientific ways according to the criteria of various authors who support the research and have made it possible to determine facts such as: lacks the structuring of a detailed sales plan , a comparative analysis of Sales Figures are Frequent, Productivity Measurements are Not Made, Limited Actions are Executed for the Development of New Products, none of the United Nations Establishes SWOT Analysis The Same That Have an Impact on the Analysis That is Performed to Measure Profitability and Generate detailed reports applying the financial ratios that determine the reality of the company.

Keywords: Financial indices, ratio, profitability, sales, sales plan

Introducción

El análisis de la rentabilidad se ha vuelto una herramienta de gran utilidad para las empresas que buscan conocer cuán factible es la comercialización de un producto o servicio, por tanto, es necesario aplicar un cálculo financiero teniendo en cuenta el número de productos que se necesita para alcanzar a cubrir los costos que incurren el sostenimiento de una empresa a través del tiempo.

Este estudio se basa en realizar un análisis de rentabilidad de las ventas de la empresa Altec S.A. ubicado en la Av. Enrique Ponce Luque # 431 y Calle A, se dedica la comercialización de Aluminio, vidrios, accesorios y a su vez presta servicio de fabricación e instalación de ventanas, puertas, mamparas, vitrinas, tumbados, fachada de vidrios, instalación de cubierta de aluminio, entre otros, en la ciudad de Babahoyo y sectores aledaños.

Esta empresa ha buscado mantener un alto volumen de ventas que permita su estancia en el mercado local a través de la inversión que realiza de forma continua, no obstante, se ha vuelto un conflicto para la empresa realizar un análisis que determine la rentabilidad que generan las ventas debido a problemas tales como: carece de la estructuración de un plan de ventas de forma detallada, no se realiza un análisis comparativo de las cifras de venta de forma frecuente, no se realiza mediciones de productividad, ejecutan acciones limitadas para el desarrollo de nuevos productos, no se establece un análisis DAFO. Tales factores inciden en la realización de un análisis de rentabilidad de las ventas.

El objetivo de este estudio es analizar identificar los factores que inciden en el análisis de rentabilidad de las ventas de la empresa Altec S.A en la ciudad de Babahoyo a través de la línea de investigación gestión financiera, administrativa, tributaria auditoría y control; y sublínea gestión Financiera, tributaria y compromiso social; que se desarrolla a través de la aplicación de los métodos de investigación necesarios dentro de ellos: el método descriptivo permite describir y detallar cada uno de los sucesos que acontecen alrededor de la temática elegida, mientras, que a través del método analítico se realiza una interpretación minuciosa acerca de las causas y los posibles efectos que genera tal problemática y su impacto en la estructura de ventas, por otra parte, el método bibliográfico recoge el criterio de diversos autores que aprueben despejar todos aquellos términos necesarios para la comprensión de este trabajo investigativo.

La técnica que se utilizará para la recolección de información es de tipo cualitativo puesto que se aplicará una entrevista realizada al profesional del departamento de contabilidad encargado de administrar toda aquella información contable importante para realizar un análisis de rentabilidad.

A través del análisis de cada uno de los problemas identificando se detectó la necesidad de generar análisis de rentabilidad de las ventas de forma frecuente, con la finalidad de determinar si los productos comercializados compensan el monto de la inversión, caso contrario tomar las medidas correctivas para generar ganancias pertinentes.

Desarrollo

La empresa Altec S.A. con RUC # 0991366059001 ubicado en la Av. Enrique Ponce Luque # 431 y Calle A, se dedica a la comercialización en la línea de perfilera de aluminio vidrio y accesorio que permite cumplir la demanda de los fabricantes en ventanería y profesionales en la construcción basados en los procesos de diseño e innovación para la estructuración de la línea bananera con sistema de rodamiento para empacadoras y fabricación de escaleras de enfunde y cosecha, en la ciudad de Babahoyo y sectores aledaños.

Esta empresa se encuentra desarrollando sus actividades desde el El 04 De Octubre De 1996 en la localidad, constituido por dos accionistas y un capital social de \$1,500.00 y en la actualidad cuenta con once (11) colaboradores distribuidos en varios departamentos como ventas, contabilidad, producción y bodega que en conjunto desarrollan las actividades de tal forma que han permitido posicionarse en el mercado fluminense puesto que su principal misión es ser una empresa que brinda servicios a la comunidad en busca de satisfacer las necesidades de sus clientes a través de la innovación y el talento humano que va de la mano con la gestión administrativa desarrollada bajo estándares de calidad y liderazgo que han generado se vuelva una de las empresas altamente competitiva.

Este estudio se basa en el análisis del proceso de ventas realizado por la empresa Altec, de acuerdo a Hansson (2001) vender es el proceso de intercambiar bienes o servicios a cambio de un beneficio económico con el propósito de satisfacer las necesidades de sus clientes. Mientras que para Paz & Piedrahita (2007) el análisis de venta comprende un estudio de los resultados obtenidos por el volumen de venta sea está

por el producto territorio de venta o los clientes con la finalidad de generar una respuesta en cuanto a la proporción vendida en cada uno de los territorios que permite realizar una comparación con los registros de la compañía entre uno y otros rubros al igual que con las cifras pronosticadas e incluidas en la planeación de ventas.

Los productos que tiene la empresa Altec disposición del público comprenden tres grupos:

- Sistema de ventanerías para uso residencial y comercial que comprende la fabricación instalación de ventana relacionadas al aluminio vidrio y madera, tales como ventanas, puertas, mamparas, pasamanos, vitrinas, división de modulares, escaleras, balcones de aluminio y vidrio piel de vidrio, cielo raso.
- Línea bananera hace referencia a la fabricación instalación y mantenimiento de transportadores a base de rodillos rectos y curvos, dentro de los productos que se comercializan en esta línea comprenden sistemas de rodillos, escaleras de cosechas y enfunde, rodillos curvos laterales y resortes interroll y tubos PVC para rodillos basados en características que permiten un fácil mantenimiento y limpieza fácil instalación que garantiza una mayor productividad.
- Línea comercial esta comprende venta y distribución al por mayor y menor de productos como perchas estantes puertas enrollables con excelente calidad y mejores marcas elaborado en materiales de aluminio vidrio tablero de madera accesorios policarbonato láminas de aluminio y compuestas maquinarias y herramientas.

De acuerdo al Estado de resultado integral del 1 al 31 de diciembre del 2019 de la empresa Altec muestra que existieron ventas de \$446,314.76 producto de las ventas generales mientras que la mercadería disponible para la venta se aproxima un valor de

\$510,485.03; mientras que el Estado de resultado integral del 1 al 31 de diciembre del 2020 establece que las ventas de \$440,015.08 como consecuencia de las ventas generales no existen ingresos adicionales considerados mercadería disponible para la venta con un valor aproximado de \$625,208.17.

El proceso de gestión de venta requiere de una planeación específica que trae consigo beneficios como: mejorar el clima empresarial, proporciona dirección y enfoque, mejora la coordinación y cooperación, desarrolla estándares individuales y colectivos y aumenta la flexibilidad de la organización de ventas. (Acosta, Salas, Jiménez, & Guerra, 2018).

La gestión de ventas cumple un rol primordial que permite la producción de informes de ventas para realizar un seguimiento del rendimiento de las fuerzas de ventas a través de los periodos fiscales este proceso permite determinar la dirección en que se desarrollan las actividades y tomar medidas pertinentes en cuanto a las deficiencias que posee la empresa en determinada área que incide en la venta de productos.

La empresa en estudio no cuenta con un deficiente proceso de ventas puesto parte desde la inexistencia de planificación de ventas que permita estructurar de forma escrita un modelo a seguir, además de las acciones pertinentes que se desarrollan a lo largo de la jornada de trabajo que contribuye a alcanzar los objetivos previstos y abastecer la demanda del mercado sumado a la falta de contratación de talentos especializados en el área de venta que a través de un equipo de trabajo se estructura estrategias de persuasión y atención al cliente sumado a la falta de capacitación del equipo por la adquisición de

nuevos conocimientos en torno a las modernas actividades y estrategias que permitan comercializar los productos de una manera masiva.

Reporte de ventas es un informe que se lleva a cabo de manera periódica que permite conocer el comportamiento del departamento comercial su eficacia y desempeño esto permite determinar en el ámbito financiero, las comisiones de los vendedores, las ventas por clientes, las ventas por periodo, ventas por producto, ventas por zonas geográficas, venta por líneas de productos, márgenes brutos, descuentos aplicados, cumplimiento de metas. (Arenal, 2018).

El departamento financiero de la empresa trabaja en conjunto con el departamento en venta en ciertas ocasiones es decir al momento de original informes o reportes de venta de manera mensualizada con la finalidad de poseer la documentación que avale los valores establecidos en los estados financieros a lo largo del periodo. Sin embargo no se socializa la información obtenida a través de estos documentos financieros con la finalidad que el departamento de venta tomen las acciones pertinentes para generar acciones que permitan captar un mayor número de clientes a los cuales comercializar el producto, además de realizar los correctivos en la parte de producción que permita minimizar los costos o buscar nuevos proveedores que permitan ajustar las cifras en relación a los costos de producción para la obtención de productos terminados.

Uno de las causas que genera inconvenientes en el análisis de rentabilidad de la empresa Altec comprende la inexistencia de un plan de ventas, entiéndase según Roig (2009) el plan de venta aparece la necesidad de generar una propuesta sencilla dentro de

un mundo complejo se conceptualiza como un documento sencillo que se desarrolla de acuerdo a estudios previos que determinan los objetivos y las acciones necesarias para conseguirlo.

Un plan de venta es una de las herramientas de mayor importancia que permite alcanzar los objetivos previstos y desarrollar los pasos necesarios para alcanzarlos una empresa que tiene la visión de crecimiento y obtención de mayor ganancia en las actividades de comercialización de sus productos debe estructurar un plan de ventas con la finalidad de determinar estrategias viables de acuerdo al ambiente interno y externo en el que se desarrolla la empresa.

Si bien es cierto la empresa es considerada en la localidad como una de las empresas pioneras en comercializar productos relacionados al vidrio y metal, sin embargo, ésta no cuenta con un plan de ventas que permite establecer políticas, acciones fijar, objetivos y establecer estrategias basados en el ambiente interno y externo, esto se debe a que no cuenta con un talento humano que posea los conocimientos científicos necesarios para estructurar un plan de ventas como consecuencia a esto no se realiza una adecuada segmentación de mercado con la finalidad de direccionar estrategias que permitan un mayor posicionamiento sumado a la aparición de nuevos competidores que comercializan sus productos a precios inferiores, basan su crecimiento a la aparición de nuevos productos sin considerar la opinión de sus clientes en cuanto a mejorar la calidad o modernizar los productos que la empresa comercializa.

Uno de los elementos indispensable en el plan de ventas comprende el análisis Foda, entiéndase según Sánchez (2020) también conocido como Dafo, es una herramienta

que permite hacer una evaluación de la situación actual en la que se desenvuelve la organización con respecto a las debilidades fortalezas oportunidades y amenazas que se encuentran en el entorno que permite tomar decisiones oportunas.

Uno de los efectos que genera la inexistencia del plan de ventas comprende la falta del análisis Foda con la finalidad de generar estrategias no solamente en el ámbito de marketing o administrativo sino también en la parte financiera con la finalidad de sugerir la reducción de costos de producción y gastos que hacen posible generar los servicios y productos por parte de la empresa aquello que se ve evidenciado en las utilidades obtenidas al final del período fiscal.

Según Dotras (2016) las empresas sin importar el tamaño y sector al que pertenece están obligadas a tener presencia online y ya no es suficiente estar en la red a través de una página web si no deben utilizar y optimizar los canales digitales tales como bloquear por activos correos electrónicos de redes sociales si lo que se busca es relacionarse con el público y tener un mayor índice de venta y por ende éxito en los negocios.

Una de las estrategias que ha permitido el crecimiento de las empresas de manera considerable es la aparición de la tecnología en los negocios que a través de las redes sociales que son considerado uno de los medios de comunicación de uso masivo tienen la finalidad no solamente de conectar a un grupo de amigos sino también de ser una plataforma para publicitar y promocionar los productos que comercializa una empresa a costos mínimos.

La empresa cuenta con una página web <http://www.altec.com.ec/ventaneria.html> donde permite visualizar la historia empresarial, los proyectos existentes en cuanto a la escalabilidad del negocio, productos, servicios, recomendaciones, referencias y productos que han comercializado con éxito, además, una opción que permite la cotización y el contacto en línea, este último fue implementado con la finalidad de minimizar el tiempo que se utiliza para la venta de productos.

La empresa ha considerado como una estrategia viable que permite el crecimiento de sus ventas alcanzar una mayor presencia en redes sociales debido al gran número de usuarios que poseen en la actualidad y trabaja arduamente por generar contenido en ellas y captar la atención de sus clientes los pequeños negocios están incrementando su posición en el mercado local generando que el empresa obtenga un ingreso inferior al estimado.

Por otro parte, uno de los factores relacionado a la venta de productos en la empresa es la implementación de sistemas informáticos. Los sistemas de información desarrollan transacciones basadas en acciones de almacenamiento a través del sistema de procesamiento de datos y proporcionan información resumida de las transacciones de ventas realizadas. (Fernández, 2006).

La empresa cuenta con un sistema informático para registrar las actividades de venta denominado sistema dominium control (*véase, Anexo 2*) donde se realizan actividades como la contabilidad, cuadrar caja, registrar las cuentas, determinar los costos por proyectos, realizar actividades de facturación y estadísticas, desarrollar inventarios y órdenes de compra, gestionar el punto de venta, elaborar roles de pagos, entre otros; que

permiten a las medianas y pequeñas empresas realizar llevar un registro adecuado y cronológico de los ingresos y egresos, debido a que un programa automatizado, se actualiza constantemente y proporciona información al instante con respecto a los movimientos de la empresa que permite la toma de decisiones.

Una de las características del profesional con especialidad contable comprende en que su existencia en la organización tiene como objetivo fomentar el desarrollo de conocimientos en el aspecto contable y se elabore cada uno de la documentación bajo las normas de conducta y leyes vigentes con la finalidad de demostrar en cada uno de los estados financieros la realidad y viabilidad de la empresa. (Wainstein, 2004).

Una de las profesiones que conlleva mayor responsabilidad es en la especialidad de contabilidad y auditoría puesto que son los contadores públicos aquellos encargados de cumplir cada uno de los procesos pertinentes con respecto a la parte numérica de las empresas el mismo que a través de su conocimiento científico permiten implementar y desarrollar fórmulas y estados financieros que permitan determinar la utilidad o ganancia que tiene la empresa en un ejercicio económico así como establecer un análisis comparativo con la finalidad de conocer si ésta se encuentra realizando acciones necesarias para su crecimiento.

La empresa Altec S.A cuenta con un departamento financiero compuesto por seis (6) integrantes especializados en contabilidad cuentan con formación académica de tercer nivel desarrolla actividades tales como realización de rol de pago, permite ingresar las facturas de compra también se realiza la conciliación bancaria y registra, ingresos egresos de la cuenta caja, planificamos presupuesto, llevan un control de lo que ingresa y lo que

sale, por las actividades que realiza, involucrando en las transacciones, facturas y demás comprobantes.

Sin embargo al realizar la encuesta al responsable del departamento financiero supo manifestar que cuentan con los conocimientos correspondientes en el área sin embargo hay ciertos procesos que prefieren omitir debido a la dimensión de la empresa y otros que se realizan solamente en momentos específicos cuando se requiere la financiación de alguna entidad financiera.

La rentabilidad es la relación que se realiza entre la utilidad y la inversión necesaria para alcanzarla que permite medir la efectividad de los procesos que realiza la empresa demostrada en la utilidad es obtenidas por las ventas realizadas. (Zamora, 2008). Mientras que para Núñez (2018) La rentabilidad se encarga de medir el retorno de las inversiones de una empresa además de los beneficios que se obtienen con la financiación propia o externa

De acuerdo a la entrevista realizada al responsable del departamento financiero manifiesta que ellos no aplican ninguna fórmula para conocer la rentabilidad neta en ventas sólo analizan los estados financieros y a través de los resultados generan informes en cuanto a la utilidad obtenida al finalizar el período fiscal, según los estado de resultado manifiesta que las utilidades brutas del ejercicio fueron aproximadamente \$178,600.06, los gastos operacionales alcanzaron \$168,599.37 donde se pudo obtener a través de la diferencia el resultado del período de \$10.000,69 alcanzando una utilidad neta de \$6,630.46 para el año 2019.

Por otro lado, según el estado de resultado del año 2020 manifiesta que las utilidades brutas del ejercicio fueron de \$ 169,431.81 los gastos operacionales alcanzaron \$163,818.23 donde se pudo obtener a través de la diferencia el resultado del período de \$ 5,613.58 alcanzando una utilidad neta de \$ 4.771,54. Solo al visualizar las cifras que corresponde al año 2019 y 2020 es notable que habido un de crecimiento en las ventas esto se debe a múltiples razones dentro de los cuales se destacan una menor afluencia de personas para adquirir los productos que comercializa la empresa puesto que la situación económica del país no es la más óptima a esto se suma que por varios días la empresa tuvo que cogerse a las medidas de bioseguridad y restricciones impuestas por el gobierno autónomo descentralizado del cantón Babahoyo donde manifestaban cerrar las instalaciones con la finalidad de evitar contagios masivos.

El análisis de las razones o ratios financieros son aquellos que permiten conocer los aspectos ligados al crecimiento de la empresa tal como la introducción liquidez solvencia y rentabilidad gestión y desempeño en el mercado que permite una evaluación minuciosa considerando las categorías fórmulas y respectivos ratios. (Lizazarburu, Beltrán, & Gómez, 2016). Por otra parte, Domínguez & Muñoz (2010) una métrica financiera, permite determinar la eficiencia de la inversión con respecto a las actividades de venta la gestión de publicidad y aplicación de marketing para obtener mayor venta que conlleve al cumplimiento de los objetivos.

Otro de los problemas identificados que inciden en el análisis de rentabilidad de las ventas comprende la inexistencia y falta de aplicación de métodos científicos que permitan obtener el índice de rentabilidad Real con respecto a las ventas, según Gitman & Zutter (2012) un índice de rentabilidad es aquel que permite evaluar los beneficios

obtenidos por la empresa en relación a un nivel de ventas determinados activos o la inversión de los accionistas asimismo permite determinar la existencia de pérdidas en sus balances de resultados o utilidad si el resultado que se obtiene es positivo.

Uno de los efectos que surge a raíz de la falta de medición de las ventas a través de los respectivos indicadores comprende que la empresa no conoce la capacidad para generar ganancias a partir de sus ingresos operacionales, se ven imposibilitados a realizar un análisis conjunto del margen de rentabilidad que permite evaluar el impacto que se tiene en relación a la carga impositiva y la financiación. Por otro lado, este ratio no puede ser medido de manera individual debe ir de la mano con los diversos ratios financieros que permiten conocer la situación real en torno a la rentabilidad de la empresa tales como el rendimiento en inversiones, la producción, excedente liquidez, entre otros.

En el análisis de rentabilidad existen criterios básicos que permiten a través de fórmulas establecidas conocer la rentabilidad de las ventas netas, Desde el criterio de Aguirre (2016) la rentabilidad de ventas netas es un indicador que permite determinar la ganancia real obtenida por cada dólar invertido y ésta se consigue a través de la siguiente fórmula:

$$\text{Rentabilidad neta en ventas} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas}} \times 100$$

Medir la rentabilidad a través de la fórmula genera ventajas a empresas que lo utilizan puesto que permite conocer la situación real en torno a las ganancias obtenidas e incluso de manera minuciosa determinar cuál es el ingreso de acuerdo a un valor invertido sin embargo es importante que las empresas consideren medir esta rentabilidad a través de fórmulas establecidas que permitan la elaboración de informes que en lo

posterior inciden a la toma de decisiones por parte de los propietarios para implementar nuevos productos o generar bases sólidas que permiten el crecimiento de la empresa.

Desde el criterio de la responsable del departamento financiero consideran no han visto necesario desarrollar la fórmula de la rentabilidad en ventas puesto que es su financiación lo realizan a través de las propias ventas. Por otro lado después de haber aplicado la fórmula se pudo determinar que la rentabilidad neta en ventas comprende 1,48% para el año 2019:

$$\text{Rentabilidad neta en ventas 2019} = \frac{6,630.46}{446,314.76} \times 100 = 1,48\%$$

Mientras que para el año 2020 de acuerdo a la información proporcionada a través de los estados financieros integrales, la rentabilidad neta en ventas es de 0,84%:

$$\text{Rentabilidad neta en ventas 2020} = \frac{3,721.80}{440,015.25} \times 100 = 0,84\%$$

Después de haber aplicado la fórmula correspondiente para el cálculo de la rentabilidad neta en ventas se puede considerar que hay un decrecimiento en cuanto a la rentabilidad en las ventas del año 2020 en relación a la del 2019. Sin embargo, a pesar de la simplicidad de las fórmulas y que se posee la información pertinente para su cálculo no se realiza la aplicación de estas para determinar porcentualmente el decrecimiento o crecimiento de las ventas en comparación a los años anteriores sin contar que la empresa cuenta con elementos especializados en el área financiera que dentro de sus funciones se encuentran evaluar a través de los ratios financieros la eficiencia de las actividades de venta de la empresa.

De acuerdo a Nacional Financiera (2004) existe rubro de mayor interés para las empresas rentables que permiten medir el rendimiento sobre la inversión realizada que se pueden despegar con la aplicación de las siguientes fórmulas:

1. (ROE) Rendimiento sobre el patrimonio .- Que permite determinar cuántos dólares estamos ganando por cada dólar invertido en el negocio:

$$\frac{\textit{Utiliza neta}}{\textit{capital contable}}$$

2. Utilidad a obligaciones .- Es la razón que indica cuántos dólares se están generando por cada dólar propio y ajeno invertido en el negocio:

$$\frac{\textit{Utilidad neta}}{\textit{(pasivo contable + capital contable)}}$$

3. Margen de Utilidad sobre las ventas.- Permite determinar cuántos dólares se gana por cada dólar que vende permite generar un mejor panorama con respecto a las ventas y establecer si son bajas o no:

$$\frac{\textit{Utilidad neta}}{\textit{ventas netas}}$$

Para el análisis de las razones de rentabilidad se utilizará los datos de los estados financieros establecidos en los años 2019 y 2020:

$$2019 = \frac{6.630,46}{209.326,53} = 0,032$$

$$2020 = \frac{3.721,80}{172.696,07} = 0,022$$

La razón 1 de rentabilidad manifiesta que para el 2019 por cada dólar invertido obtiene de ganancia \$0,032 mientras que para el año 2020 por cada dólar invertido se obtiene 0,022, es decir, existe una diferencia de \$0.01, la rentabilidad fue superior para el año 2019.

$$2019 = \frac{6.630,46}{(591.521,58 + 209.326,53)} = 0,008$$

$$2020 = \frac{3.721,80}{(646.476,07 + 172.696,07)} = 0,004$$

En cuanto a la razón 2 de rentabilidad indica que en el 2019 se generó \$0,008 por cada dólar propio y ajeno invertido en el negocio, en el 2020 se obtuvo \$0,004 por cada dólar propio y ajeno invertido, existe una diferencia de \$0,004 entre ambos años, siendo en el año 2019 superior.

$$2019 = \frac{6.630,46}{446.314,75} = 0,01$$

$$2020 = \frac{3.721,80}{440.015,08} = 0,008$$

La tercera razón de la rentabilidad señala que en el año 2019 se obtuvo \$0,01 por cada dólar que vende mientras que se logró \$0,008 por cada dólar que vende en el 2020, se puede visualizar que el año 2019 es mayor.

CONCLUSIÓN

Este estudio recoge información necesaria que permite comprobar la premisa de la existencia de problemas relacionados a la medición de la rentabilidad de las ventas en empresa Altec S.A durante el período 2019-2020 puesto que a pesar de haberse convertido en una de las empresas con concurrencia cotidiana de clientes desde hace varios años presenta inconvenientes que hacen referencia a un sin número de factores que inciden en la realización de un análisis que permita determinar cuán rentable son las actividades de comercialización de productos así como análisis comparativo a través de los años utilizando ratios financieros que generen datos reales de la situación.

La empresa cuenta con profesionales especializados en el área contable, sin embargo, a través de la entrevista se pudo determinar que existen procesos contables relacionados a la rentabilidad de las ventas que no se llevan a cabo puesto que no consideran importante realizarlo a través de métodos científicos, sumado a la falta de información de forma inmediata puesto que no llevan un archivo ordenado cronológicamente.

Se llevó a cabo un análisis de los estados financieros facilitados por la empresa, donde se pudo determinar que existen resultados que evidencian el volumen de venta comercializado permite hacerle frente a los gastos realizados, sin embargo, el margen de utilidad obtenido es bajo en relación a las empresas que se encuentran posicionadas en el mercado.

BIBLIOGRAFÍA

- Acosta, V. M., Salas, N. L., Jiménez, C. M., & Guerra, T. (2018). *La administración de ventas: conceptos claves en el siglo XXI*. Alicante: Editorial área de innovación y desarrollo.
- Aguirre, C. R. (2016). *Pontificia Universidad católica del Ecuador*. Quito: Planificación estratégica financiera para la empresa comercializadora Ditecnia. Cía.altda.
- Arenal, L. C. (2018). *Gestión de la fuerza de ventas y equipos comerciales*. La Rioja: tutor formación.
- Domínguez, D. A., & Muñoz, V. (2010). *Métricas del marketing*. Madrid: Esic.
- Dotras, A. (2016). *Social media: herramientas y estrategias empresariales*. Madrid: Rama.
- Fernández, A. V. (2006). *Desarrollo de sistemas de información: Una metodología basada en el modelado*. Barcelona: Ediciones Upc.
- Gitman, L., & Zutter, C. (2012). *Principios de administración financiera*. México: Pearson educación.
- Hansson, G. (2001). *El arte de vender: elemento didáctico para personal de las cooperativas de ahorro*. Ginebra: Oficina internacional del trabajo.
- Lizazarburu, E., Beltrán, L., & Gómez, G. (2016). *Ratios financieros: guía de uso*. Perú: Researchgate.
- Núñez, P. G. (2018). *La inversión en la maquinaria y su impacto en la rentabilidad de las sociedades del sector de calzado del cantón Ambato*. Ambato: Universidad técnica de Ambato.
- Paz, P. R., & Piedrahita, E. M. (2007). *Gerencia de territorio: aplicando marketing uno a uno*. Colombia: Universidad libre Colombia.

- Roig, S. (Enero de 2009). *Cómo hacer su plan de ventas*. Recuperado el 03 de Marzo de 2021, de http://www.pymesonline.com/uploads/tx_icticontent/R02713_planventas.pdf
- Sánchez, H. (2020). *Análisis FODA o DAFO: el mejor y más completo estudio con 9 ejemplos prácticos*. Madrid: Bubok publishing.
- Wainstein, M. (2004). Control de calidad en auditoría: Selección del procedimiento a seguir. *Contabilidad y auditoría*, 15-32.
- Zamora, T. (2008). *Rentabilidad y ventaja comparativa: análisis temas de producción de guayaba en el Estado de Michoacán*. Morelia: Universidad michoacana de San Nicolás de Hidalgo.

Anexo 1 Carta de autorización



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE ADMINISTRACION, FINANZAS E INFORMATICA
DECANATO

Babahoyo, febrero 25 de 2021
D-FAFI-UTB-004-UT-ICA-2021

RECEBIDO POR:
[Firma]
23/feb/2021

Ing.
Gabriela Barahona Valero
CONTADORA DE LA EMPRESA ALTEC S.A.
Ciudad. -



De mis consideraciones:

La Universidad Técnica de Babahoyo y la Facultad de Administración, Finanzas e Informática (FAFI), con la finalidad de formar profesionales altamente capacitados busca prestigiosas Empresas e Instituciones Públicas y Privadas en las cuales nuestros futuros profesionales tengan la oportunidad de afianzar sus conocimientos.

La Señorita **MAYORGA HERRERA TATIANA VANESA**, con Cédula de Identidad No. 120656815-4, Estudiante de la Carrera de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría, matriculada en el proceso de titulación en el periodo Noviembre 2020 – Mayo 2021, trabajo de titulación modalidad Estudio de Caso para la obtención del grado académico profesional universitario de tercer nivel como **INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**. El Estudio de Caso: **ANÁLISIS DEL NIVEL DE RENTABILIDAD EN LAS VENTAS DE LA EMPRESA ALTEC S.A. DURANTE EL PERIODO 2019 -2020**.

Es por esta razón, solicito a usted, si es posible se sirva autorizar el permiso respectivo para que la Señorita Mayorga pueda desarrollar la investigación en la institución de su acertada dirección.

Por su gentil atención al presente, se extiende el agradecimiento institucional.

Atentamente,

Ldo. Eduardo Galeas Guijarro MAE.
DECANO



c.c Archivo

Av. Universitaria Km 2 1/2 vía Montalvo. Teléfono (05) 2572024 e-mail: decanato@utb.edu.ec	Elaborado por: Mercedes Soto Valencia	Revisado por: Ldo. Eduardo Galeas Guijarro, MAE
---	--	--

Babahoyo, 10 de Marzo del 2021



Lcdo.
Eduardo Galeas Guijarro
Decano de la Facultad de Economía, Finanzas e Informática
Presente. –

De mi consideración:

Por medio de la presente sobre el oficio suscrito por usted, en el cual solicita que se le permita realizar el estudio de caso en esta Empresa; a la Señorita **MAYORGA HERRERA TATIANA VANESA**, con Cédula de Identidad No. 120656815-4.

Ante lo expuesto le informamos que **ALTEC.S.A** le concede la aprobación para la ejecución del Estudio de Caso con el tema **ANÁLISIS DEL NIVEL DE RENTABILIDAD EN LAS VENTAS DE LA EMPRESA ALTEC S.A. DURANTE EL PERIODO 2019 -2020.**

Por su gentil atención al presente, se extiende el agradecimiento

Atentamente.

Gabriela Barahona Valero
CONTADORA DE LA EMPRESA ALTEC S.A

Anexo 2 Guía de entrevista

ENTREVISTADO: Responsable del departamento financiero

OBJETIVO: Determinar los factores que inciden en el análisis de la rentabilidad de las ventas en la empresa Altec S.A

1. ¿Qué productos/servicios oferta la empresa? ¿Cómo lo realiza?
2. ¿Cuántos trabajadores laboran en ALTEC S.A ?
3. ¿Cuántas personas trabajan en el departamento financiero?
4. ¿Cuántas personas de ese departamento financiero tiene información contable?
5. ¿De qué manera registran los ingresos y egresos ?
6. ¿Cuenta con algún sistema informático para registrar sus actividades diarias? (por ejemplo, Excel)
7. ¿Ha crecido la empresa en los últimos cinco años?, ¿cómo?
8. ¿Tiene la empresa estructura de un plan de ventas? ¿Cuáles son las razones?
9. ¿Establece la empresa un análisis Foda? ¿Por qué?
10. ¿Cómo mide la empresa la productividad en términos de venta?
11. ¿Realiza un análisis comparativo de la rentabilidad obtenida en los últimos 5 años?¿Por qué?
12. ¿Cuáles son las acciones que se siguen para obtener una alta rentabilidad?
13. ¿Miden la rentabilidad a través de los ratios financieros?

Anexo 3 Sistema de ventas Altec S.A



Anexo 4 Estado de resultado integral Altec 2019

ALTEC S.A ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2019

V E N T A S		446.314,76
VENTAS EN GENERAL	446.314,76	
OTROS INGRESOS		
COSTO DE VENTAS		267.714,70
MERC INV INICIAL	243.781,73	
COMPRA NETA	266.703,30	
MERCADERIA DISPONIBLE PARA LA VENTA	510.485,03	
MERCADERIA INVENTARIO FINAL	242.770,33	
UTILIDAD BRUTA DEL EJERCICIO		\$ 178.600,06
GASTOS OPERACIONALES		\$ 168.599,37
SUELDOS Y SALARIOS		89.466,39
SUELDOS	86.127,30	
SOBRETIEMPO	3.339,09	
BENEFICIOS SOCIALES		24.953,78
BENEFICIOS SOCIALES	24.953,78	
DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES		6.307,60
DEPRECIACION	6.307,60	
CONSUMOS		15.816,65
COMBUSTIBLE	3.253,51	
LUBRICANTES	17,86	
UTILES DE OFICINA	7.754,75	
MATERIALES DE LIMPIEZA Y ASEO	136,28	
FUNDAS PARA DESPACHAR	122,15	
MATERIALES PARA TALLER	2.207,37	
ALIMENTACION AL PERSONAL	906,40	
REPUESTO DE VEHICULO	1.418,33	
AGASAJO AL PERSONAL		
SERVICIOS		17.897,37
SERVICIOS BASICOS	6.967,23	
TRANSPORTE PAGADO	269,50	
PEAJE	259,00	
SERVICIOS PRESTADOS	10.193,48	
PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	58,00	
ENCOMIENDAS	150,16	

ALTEC S.A
ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL
DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2019

MANTENIMIENTO Y REPARACION		3.323,24
MANTENIMIENTO VEHICULO	3.323,24	
MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA		
OTROS		9.109,00
OTROS	9.109,00	
PROV CTAS INCOB		<u>1.725,34</u>
RESULTADO DEL PERIODO		\$ 10.000,69
15 % PARTICIPACION DE TRABAJADORES		<u>1.500,10</u>
		8.500,59
22% IMPUESTO A LA RENTA		1.870,13
UTILIDAD LIQUIDA		\$ 6.630,46

ANA TERAN LAMAN
GERENTE GENERAL
1203460140

ING. GABRIELA BARAHONA
CONTADORA
RUC: 1206448118001

Anexo 5 Estado de situación financiera Altec 2019

ALTEC SA
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA
DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE 2019

ACTIVO		<u>794.820,18</u>
ACTIVO CORRIENTE		293.762,47
EFFECTIVO Y EQUIVALENTE DE EFFECTIVO		167,96
CAJAS	606,53	
BANCOS	\$ (438,57)	
CREDITO TRIBUTARIO		6.145,45
CREDITO TRIBUTARIO POR RTE FTE	6.145,45	
EXIGIBLES		44.678,73
CUENTAS POR COBRAR CLIENTES	8.907,38	
CUENTAS POR COBRAR RELACIONADAS	35.027,34	
PRESTAMOS AL PERSONAL	2.469,35	
(-)PROVISION CUENTAS INCOBRABLES	(1.725,34)	
REALIZABLES		242.770,33
INVENTARIO MERCADERIA	<u>242.770,33</u>	
ACTIVO NO CORRIENTE		501.057,71
NO DEPRECIABLE		150.738,92
TERRENOS	150.738,92	
DEPRECIABLES		221.719,25
CONSTRUCCION EN CURSO	171.415,24	
EDIFICIO	31.654,04	
VEHICULOS	121.839,02	
MAQUINARIAS	19.511,96	
MUEBLES Y ENSERES	1.432,17	

ALTEC SA
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA
DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE 2019

EQUIPOS DE COMPUTACION	13.327,89		
(-)DEPRECIACION ACUMULADA PPE	(137.461,07)		
		128.599,54	
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR	128.599,54		
PASIVO			591.521,58
PASIVO CORRIENTE		127.468,31	
PROVEEDORES LOCALES	65.439,72		
PRESTAMOS SOCIALES/PROVISIONES LABORAL	20.715,62		
PRESTAMOS A ACCIONISTAS	34.230,88		
IMPUESTOS FISCALES	1.511,86		
ANTICIPO DE CLIENTES	2.200,00		
15 % PARTICIPACION DE TRABAJADORES	1.500,10		
22% IMPUESTO A LA RENTA	1.870,13		
PASIVO NO CORRIENTE		464.053,27	
OBLIGACIONES BANCOS LOCALES	464.053,27		
PRESTAMO ALTECSA			
PATRIMONIO			209.326,53
CAPITAL SOCIAL	31.500,00		
RESERVAS LEGAL/FACULTATIVA	3.249,53		
APORTES FUTURAS	41.257,43		
CAPITALIZACIONES			
UTILIDAD AÑOS ANTERIORES	126.689,11		
UTILIDAD PERIODO ACTUAL	<u>6.630,46</u>		
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO			<u>800.848,11</u>

ANA TERAN LAMAN
GERENTE GENERAL
CI: 1203460140

ING. GABRIELA BARAHONA
CONTADORA
RUC: 1206448118001

Anexo 6 Estado de situación Financiera Altec S.A 2020

ALTEC SA
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA
DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE 2020

ACTIVO		<u>819.172,14</u>
ACTIVO CORRIENTE		312.195,54
EFFECTIVO Y EQUIVALENTE DE EFFECTIVO		19.356,50
CAJAS	1.661,71	
BANCOS	\$ 17.694,79	
CREDITO TRIBUTARIO		6.798,83
CREDITO TRIBUTARIO POR RTE FTE	6.798,83	
EXIGIBLES		42.258,48
CUENTAS POR COBRAR CLIENTES	9.029,62	(90,30)
CUENTAS POR COBRAR RELACIONADAS	29.256,20	292,56
PRESTAMOS AL PERSONAL	5.641,52	
(-)-PROVISION CUENTAS INCOBRABLES	(1.668,86)	
REALIZABLES		243.781,73
INVENTARIO MERCADERIA	<u>243.781,73</u>	
ACTIVO NO CORRIENTE		506.976,60
NO DEPRECIABLE		150.738,92
TERRENOS	150.738,92	
DEPRECIABLES		227.638,14
CONSTRUCCION EN CURSO	171.415,24	
EDIFICIO	31.654,04	
VEHICULOS	121.839,02	
MAQUINARIAS	19.123,25	
MUEBLES Y ENSERES	1.432,17	

ALTEC SA
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA
DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE 2020

EQUIPOS DE COMPUTACION	13.327,89		
(-)DEPRECIACION ACUMULADA PPE	(131.153,47)		
		128.599,54	
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR	128.599,54		1.285,99
PASIVO			646.476,07
PASIVO CORRIENTE		230.498,32	
PROVEEDORES LOCALES	154.478,14		
CUENTAS POR PAGAR ALTECSA	15.326,59		
PRESTAMOS SOCIALES/PROVISIONES LABORAL	22.293,76		
PRESTAMOS A ACCIONISTAS	34.230,88		
IMPUESTOS FISCALES	377,17		
ANTICIPO DE CLIENTES	1.900,00		
15 % PARTICIPACION DE TRABAJADORES	842,04		
22% IMPUESTO A LA RENTA	1.049,74		
PASIVO NO CORRIENTE		415.977,75	
OBLIGACIONES BANCOS LOCALES	415.977,75		
PATRIMONIO			172.696,07
CAPITAL SOCIAL	1.500,00		
RESERVAS LEGAL/FACULTATIVA	3.249,53		
APORTES FUTURAS	41.257,43		
CAPITALIZACIONES			
UTILIDAD AÑOS ANTERIORES	122.967,31		
UTILIDAD PERIODO ACTUAL	3.721,80		
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO			<u>819.172,14</u>

ANA TERAN LAMAN
GERENTE GENERAL
CI: 1203460140

ING. GABRIELA BARAHONA
CONTADORA
RUC: 1206448118001

Anexo 7 Estado de resultado Integral Altec S.A. 2020

ALTEC S.A
ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL
DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2020

VENTAS			440.015,08
VENTAS EN GENERAL	440.015,08		
OTROS INGRESOS			
COSTO DE VENTAS			270.583,27
MERC INV INICIAL	242.770,33		
COMPRA NETA	409.189,38		
MERCADERIA DISPONIBLE PARA LA VENTA	625.208,17		
MERCADERIA INVENTARIO FINAL	243.781,73		
UTILIDAD BRUTA DEL EJERCICIO			\$ 169.431,81
GASTOS OPERACIONALES			\$ 163.818,23
SUELDOS Y SALARIOS		95.655,29	
SUELDOS	92.592,00		
SOBRETIEMPO	3.063,29		
		33.995,86	
BENEFICIOS SOCIALES			
BENEFICIOS SOCIALES			
		9.701,67	
DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES			
DEPRECIACION	9.701,67		
		7.905,67	
CONSUMOS			
COMBUSTIBLE	1.796,02		
LUBRICANTES	6,38		
UTILES DE OFICINA	1.458,36		
MATERIALES DE LIMPIEZA Y ASEO	220,88		
FUNDAS PARA DESPACHAR	75,52		
MATERIALES PARA TALLER	3.796,41		
ALIMENTACION AL PERSONAL	105,91		
REPUESTO DE VEHICULO	218,23		
AGASAJO AL PERSONAL	227,96		
		7.826,98	
SERVICIOS			
SERVICIOS BASICOS	2.122,70		3.601,22
TRANSPORTE PAGADO	391,00		
PEAJE	235,50		
SERVICIOS PRESTADOS	4.892,02		
PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	25,00		
ENCOMIENDAS	160,76		
SEGURO MEDICO			27.828,36

ALTEC S.A
ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL
DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2020

MANTENIMIENTO Y REPARACION		4.538,07	
MANTENIMIENTO VEHICULO	4.282,99		1.697,38
MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA	255,08		
COMISIONES, MULTAS E INTERESES		2.525,83	
INTERESES PAGADO A PROVEEDOR	2.525,83		
OTROS			
OTROS			
PROV CTAS INCOB	1.668,86	1.668,86	
RESULTADO DEL PERIODO			\$ 5.613,58
15 % PARTICIPACION DE TRABAJADORES			842,04
			4.771,54
22% IMPUESTO A LA RENTA			1.049,74
UTILIDAD LIQUIDA			\$ 3.721,80

ANA TERAN LAMAN
GERENTE GENERAL
1203460140

ING. GABRIELA BARAHONA
CONTADORA
RUC: 1206448118001