



Universidad  
Nacional  
de Loja

## Universidad Nacional de Loja

Facultad Jurídica, Social y Administrativa

Carrera de Contabilidad y Auditoría

Factores internos económico financieros que influyen en el crecimiento de las empresas bajo el control de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. Sector comercio al por mayor y menor de alimentos, bebidas y tabaco de la ciudad de Loja. Periodo 2021

Trabajo de Integración Curricular  
previo a la obtención del título de  
Licenciado en Contabilidad y Auditoría

**AUTOR:**

Brany Alejandro Guambiango Rodríguez

**DIRECTORA:**

Dra. Ignacia De Jesús Luzuriaga Granda MAE

Loja – Ecuador

2023

Loja, 11 de enero de 2023

Dra. Ignacia De Jesús Luzuriaga Granda MAE

**DIRECTORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**

**CERTIFICO:**

Que he revisado y orientado el proceso de la elaboración del Trabajo de Integración Curricular denominado: **Factores internos económico financieros que influyen en el crecimiento de las empresas bajo el control de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. Sector comercio al por mayor y menor de alimentos, bebidas y tabaco de la ciudad de Loja.** Periodo 2021., previo a la obtención del Título de **Licenciado en Contabilidad y Auditoría** de autoría del estudiante **Brany Alejandro Guambiango Rodríguez**, con cédula de **identidad** Nro. **1150007456**, una vez que el trabajo cumple con todos los requisitos exigidos por la Universidad Nacional de Loja para el efecto, autorizo la presentación para la respectiva sustentación y defensa.



Firmado electrónicamente por:  
**IGNACIA DE JESUS  
LUZURIAGA GRANDA**

Dra. Ignacia De Jesús Luzuriaga Granda MAE.

**DIRECTORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**

## **Autoría**

Yo, **Brany Alejandro Guambiango Rodríguez**, declaro ser autor del Trabajo de Integración Curricular y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido del mismo. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi Trabajo de Integración Curricular en el Repositorio Digital Institucional - Biblioteca Virtual.

**Firma:**

**Cédula de identidad:** 1150007456

**Fecha:** Loja, 11 de enero 2023

**Correo electrónico:** brany.guambiango@unl.edu.ec

**Celular:** 09876169121

**Carta de autorización por parte del autor para la consulta, reproducción parcial o total y/o publicación electrónica del texto completo, del Trabajo de Integración Curricular.**

Yo, **Brany Alejandro Guambiango Rodríguez**, declaró ser el autor del Trabajo de Integración Curricular denominado: **Factores internos económico financieros que influyen en el crecimiento de las empresas bajo el control de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. Sector comercio al por mayor y menor de alimentos, bebidas y tabaco de la ciudad de Loja. Periodo 2021.**, como requisito para optar el título de **Licenciado en Contabilidad y Auditoría**, autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que, con fines académicos, muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el Repositorio Institucional, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia del Trabajo de Integración Curricular que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 11 días del mes de enero del dos mil veinte tres.

**Firma:**

**Autor:** Brany Alejandro Guambiango Rodríguez

**Cédula:** 1150007456

**Dirección:** Calle Imbabura entre sucre y bolívar

**Celular:** 0987619121

**Correo electrónico:** brany.guambiango@unl.edu.ec

**DATOS COMPLEMENTARIOS**

**Directora del Trabajo de Integración Curricular:** Dra. Ignacia De Jesús Luzuriaga Granda MAE

## **Dedicatoria**

La presente tesis está dedicada a mis padres, Aurelia y José, quienes me supieron inculcar los valores como la honestidad, el esfuerzo, el siempre luchar por cumplir nuestros objetivos, a mis hermanos, a mis tías por el apoyo incondicional que siempre me brindaron que a pesar de la distancia siempre los llevó en mi corazón. A toda mi familia, que, con su amor y cariño, me dieron la fuerza de seguir adelante y cumplir con este sueño.

*Brany Alejandro Guambiango Rodríguez*

## **Agradecimiento**

Quiero expresar mi gratitud a la Universidad Nacional de Loja, a la Facultad Jurídica, Social y Administrativa, a la Carrera de Contabilidad y Auditoría, a las autoridades y personal docente, que con dedicación, responsabilidad y experiencia académica fueron conmigo de la mano en todo el proceso de mi formación profesional, impartiendo sus sabios consejos y enseñanzas.

A los Gerentes y Contadores de las empresas de sector comercio al por mayor y menor de alimentos, bebidas y tabacos, quienes me facilitaron la información y permitirme realizar todo el proceso investigativo.

*Brany Alejandro Guambiango Rodríguez*

## Índice de contenidos

<b>Portada</b> .....	<b>i</b>
<b>Certificación</b> .....	<b>i</b>
<b>Autoría</b> .....	<b>iii</b>
<b>Autorización</b> .....	<b>iv</b>
<b>Dedicatoria</b> .....	<b>v</b>
<b>Agradecimiento</b> .....	<b>vi</b>
Tabla de contenidos.....	vii
Índice de Tablas.....	viii
Índice de Figuras.....	x
Índice de Anexos.....	xi
<b>1. Título</b> .....	<b>1</b>
<b>2. Resumen</b> .....	<b>2</b>
2.1. Abstract .....	3
<b>3. Introducción</b> .....	<b>4</b>
<b>4. Marco Teórico</b> .....	<b>6</b>
<b>5. Metodología</b> .....	<b>39</b>
<b>6. Resultados</b> .....	<b>44</b>
<b>7. Discusión</b> .....	<b>114</b>
<b>8. Conclusiones</b> .....	<b>115</b>
<b>9. Recomendaciones</b> .....	<b>116</b>
<b>10. Bibliografía</b> .....	<b>117</b>
<b>11. Anexos</b> .....	<b>122</b>

## Índice de tablas

<b>Tabla 1:Empresas encuestadas .....</b>	<b>39</b>
<b>Tabla 2: Empresas con estados financieros 2021 .....</b>	<b>41</b>
<b>Tabla 3:Situación financiera de la empresa.....</b>	<b>44</b>
<b>Tabla 4:Estados financieros para controlar la situación económico-financiera. ....</b>	<b>45</b>
<b>Tabla 5:Nivel del proceso de gestión. ....</b>	<b>46</b>
<b>Tabla 6:Incidencia en las operaciones.....</b>	<b>47</b>
<b>Tabla 7:Factores internos económicos-financieros. ....</b>	<b>48</b>
<b>Tabla 8:Desempeño de la empresa. ....</b>	<b>49</b>
<b>Tabla 9:Obstáculos del crecimiento empresarial. ....</b>	<b>50</b>
<b>Tabla 10:Controlar del sistema administrativo.....</b>	<b>51</b>
<b>Tabla 11:Estrategias financieras.....</b>	<b>52</b>
<b>Tabla 12:Automatización de la gestión. ....</b>	<b>53</b>
<b>Tabla 13:Análisis de estados financieros.....</b>	<b>54</b>
<b>Tabla 14:Técnicas de análisis financiero.....</b>	<b>55</b>
<b>Tabla 15:Indicadores financieros. ....</b>	<b>56</b>
<b>Tabla 16:Factores internos económico-financiero. ....</b>	<b>57</b>
<b>Tabla 17:Control de cuentas por cobrar.....</b>	<b>58</b>
<b>Tabla 18:Otorgar créditos. ....</b>	<b>58</b>
<b>Tabla 19:Ingresos suficientes para cubrir sus obligaciones. ....</b>	<b>59</b>
<b>Tabla 20:Procedimientos financieros. ....</b>	<b>59</b>
<b>Tabla 21:Factores que influyen en la liquidez. ....</b>	<b>60</b>
<b>Tabla 22:Herramientas de gestión control la liquidez. ....</b>	<b>61</b>
<b>Tabla 23:Soluciones para mejorar la liquidez. ....</b>	<b>62</b>
<b>Tabla 24:Rotación de inventarios. ....</b>	<b>63</b>
<b>Tabla 25:Factores que influyen en la rotación de inventarios. ....</b>	<b>63</b>
<b>Tabla 26:Factores que influyen en la óptima rotación de inventarios. ....</b>	<b>64</b>
<b>Tabla 27:Manejo de inventarios. ....</b>	<b>65</b>
<b>Tabla 28:Porcentaje de financiamiento.....</b>	<b>66</b>
<b>Tabla 29:Factores de la toma de decisiones. ....</b>	<b>67</b>
<b>Tabla 30:Financiamiento por deuda. ....</b>	<b>68</b>
<b>Tabla 31:Porcentaje de financiamiento óptimo.....</b>	<b>69</b>
<b>Tabla 32:Porcentaje de Rentabilidad Financiera. ....</b>	<b>70</b>
<b>Tabla 33:Riesgo de inversión. ....</b>	<b>71</b>

<b>Tabla 34: Estrategias para incrementar su rentabilidad.</b>	<b>72</b>
<b>Tabla 35: Elemento clave de la planificación financiera.</b>	<b>73</b>
<b>Tabla 36: Diagrama de Pareto.</b>	<b>74</b>
<b>Tabla 37: Factores económico financieros internos que influyen en el crecimiento del sector comercio.</b>	<b>75</b>
<b>Tabla 38: Datos para la aplicación de indicadores financieros.</b>	<b>78</b>
<b>Tabla 39: Datos para la aplicación de indicadores financieros.</b>	<b>79</b>
<b>Tabla 40: Datos para la aplicación de indicadores financieros.</b>	<b>80</b>
<b>Tabla 41: Indicadores financieros.</b>	<b>81</b>
<b>Tabla 42: Liquidez corriente</b>	<b>82</b>
<b>Tabla 43: Prueba ácida</b>	<b>83</b>
<b>Tabla 44: Rotación de cartera</b>	<b>84</b>
<b>Tabla 45: Rotación de inventarios</b>	<b>85</b>
<b>Tabla 47: Rotación de ventas</b>	<b>86</b>
<b>Tabla 48: Periodo medio de cobranza</b>	<b>87</b>
<b>Tabla 49: Periodo medio de pago</b>	<b>88</b>
<b>Tabla 50: Endeudamiento en activos</b>	<b>89</b>
<b>Tabla 51: Endeudamiento patrimonial</b>	<b>90</b>
<b>Tabla 52: Endeudamiento activo fijo</b>	<b>91</b>
<b>Tabla 53: Endeudamiento a corto plazo</b>	<b>92</b>
<b>Tabla 54: Endeudamiento a largo plazo</b>	<b>93</b>
<b>Tabla 56: Rentabilidad neta del activo</b>	<b>93</b>
<b>Tabla 57: Margen bruto</b>	<b>95</b>
<b>Tabla 58: Margen operacional</b>	<b>95</b>
<b>Tabla 59: ROE Rentabilidad sobre el Patrimonio</b>	<b>97</b>
<b>Tabla 60: Factores internos económico financieros que influyen en el crecimiento</b>	<b>100</b>
<b>Tabla 61: Índices de liquidez</b>	<b>104</b>
<b>Tabla 62: Índices de gestión o actividad</b>	<b>106</b>
<b>Tabla 63: Índices de endeudamiento</b>	<b>109</b>
<b>Tabla 64: Rentabilidad neta del activo</b>	<b>111</b>

## Índice de figuras

<b>Figura 1:Estados financieros para controlar la situación económica-financiera.....</b>	<b>45</b>
<b>Figura 2:Nivel de proceso de gestión. ....</b>	<b>46</b>
<b>Figura 3:Incidencia en las operaciones. ....</b>	<b>47</b>
<b>Figura 4:Factores internos económicos-financieros.....</b>	<b>48</b>
<b>Figura 5:Desempeño de la empresa. ....</b>	<b>49</b>
<b>Figura 6:Obstáculos del crecimiento empresarial.....</b>	<b>50</b>
<b>Figura 7:Controlar del sistema administrativo. ....</b>	<b>51</b>
<b>Figura 8:Estrategias financieras. ....</b>	<b>52</b>
<b>Figura 9: Automatización de la gestión.....</b>	<b>53</b>
<b>Figura 10:Análisis de estados financieros. ....</b>	<b>54</b>
<b>Figura 11:Técnicas de análisis financiero. ....</b>	<b>55</b>
<b>Figura 12:Indicadores financieros. ....</b>	<b>56</b>
<b>Figura 13:Factores internos económico-financieros. ....</b>	<b>57</b>
<b>Figura 14:Ingresos suficientes para cubrir sus obligaciones.....</b>	<b>59</b>
<b>Figura 15:Factores que influyen en la liquidez. ....</b>	<b>60</b>
<b>Figura 16:Herramientas de gestión control la liquidez. ....</b>	<b>61</b>
<b>Figura 17:Soluciones para mejorar la liquidez. ....</b>	<b>62</b>
<b>Figura 18:Factores que influyen en la rotación de inventarios.....</b>	<b>64</b>
<b>Figura 19:Factores que influyen en la rotación de cuentas por cobrar. ....</b>	<b>65</b>
<b>Figura 20:Manejo de inventarios.....</b>	<b>66</b>
<b>Figura 21:Porcentaje de financiamiento. ....</b>	<b>67</b>
<b>Figura 23:Factores de la toma de decisiones. ....</b>	<b>67</b>
<b>Figura 22:Financiamiento por deuda. ....</b>	<b>68</b>
<b>Figura 23:Porcentaje de financiamiento óptimo. ....</b>	<b>69</b>
<b>Figura 24:Porcentaje de Rentabilidad Financiera.....</b>	<b>70</b>
<b>Figura 25:Riesgo de inversión.....</b>	<b>71</b>
<b>Figura 26:Estrategias para incrementar su rentabilidad.....</b>	<b>72</b>
<b>Figura 27:Elemento claves de la planificación financiera. ....</b>	<b>73</b>
<b>Figura 28:Factores internos económico financieros que influyen en el crecimiento. ....</b>	<b>101</b>

## Índice de anexos

<b>Anexo 1:Imelda de Jaramillo Cía. Ltda.</b> .....	<b>122</b>
<b>Anexo 2:Comercializadora Ramírez Galván Cía. Ltda.</b> .....	<b>123</b>
<b>Anexo 3:Galtor Supermercado Galtores &amp;J. J Torres Cía.Ltda.</b> .....	<b>124</b>
<b>Anexo 4:Distrimaxi S.A</b> .....	<b>126</b>
<b>Anexo 5:Distriquip Quizhpe &amp;Pineda.Cía Ltda.</b> .....	<b>127</b>
<b>Anexo 6: Comercializadora Ortegacom Cía. Ltda.</b> .....	<b>129</b>
<b>Anexo 7: Dulcie S.A.</b> .....	<b>130</b>
<b>Anexo 8:Hoover Bermeo E Hijos Cía. Ltda.</b> .....	<b>132</b>
<b>Anexo 9:Corporacioncastel Cía. Ltda.</b> .....	<b>133</b>
<b>Anexo 10:Amavi Liquor's Cía. Ltda.</b> .....	<b>135</b>
<b>Anexo 11:Idmas Importadora &amp;Distribuidora Cía. Ltda.</b> .....	<b>136</b>
<b>Anexo 12:Arcosurloja Cía.Ltda.</b> .....	<b>137</b>
<b>Anexo 13: Encuesta aplicada a las empresas del sector comercio.</b> .....	<b>139</b>
<b>Anexo 14: Oficio de Designación de director del Trabajo de Integración Curricular...</b>	<b>148</b>
<b>Anexo 15: Certificación de aprobación del trabajo de integración curricular.....</b>	<b>149</b>
<b>Anexo 16: Certificación de traducción de Abstract.....</b>	<b>150</b>

## **1. Título**

“Factores internos económico financieros que influyen en el crecimiento de las empresas bajo el control de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. Sector comercio al por mayor y menor de alimentos, bebidas y tabaco de la ciudad de Loja. Periodo 2021.”

## 2. Resumen

El presente Trabajo de Integración Curricular denominado FACTORES INTERNOS ECONÓMICO FINANCIEROS QUE INFLUYEN EN EL CRECIMIENTO DE LAS EMPRESAS BAJO EL CONTROL DE LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, VALORES Y SEGUROS. SECTOR COMERCIO AL POR MAYOR Y MENOR DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO DE LA CIUDAD DE LOJA. PERIODO 2021, cuyo objetivo es determinar los factores internos económico-financieros que influyen en el crecimiento de las empresas del comercio por mayor y menor de alimentos, bebidas y tabacos, mediante el análisis de la situación económica y financiera de las empresas.

Para lograr el objetivo propuesto y poder determinar los factores internos económico financieros se aplicó una encuesta, con el fin de obtener información relacionada al control y administración de los recursos, con una población de 37 empresas que realizan la actividad principal de comercio al por mayor y menor de alimentos, bebidas y tabacos, en donde las encuestas fueron aplicadas a los gerentes y contadores, de tal manera de realizar un diagnóstico para analizar los principales factores que influyen en el crecimiento empresarial, y a su vez para sustentar con datos cuantitativos se aplicaron indicadores financieros al balance general y al estado de resultados obtenidos de la Superintendencia de compañías Valores y Seguros.

Los resultados muestran que los factores económicos financieros que influyen en el crecimiento de sector comercio al por mayor y menor de alimentos, bebida y tabacos a nivel general son: la liquidez, financiamiento, competencia, la gestión empresarial, y la rentabilidad en donde el comportamiento de estas variables marca la supervivencia o crecimiento de las empresas.

**Palabras Claves:** Factores, Crecimiento Empresarial, Indicadores, Financiero, Económicos.

## **2.1. Abstract**

The present work of curricular integration entitled Internal economic and financial factors that influence the growth of companies under the control of the Superintendence of Companies, Securities and Insurance. Sector wholesale and retail trade of food, beverages and tobacco in the city of Loja. Period 2021, whose objective is to determine the internal economic-financial factors that influence the growth of the companies of the wholesale and retail trade of food, beverages and tobacco, through the analysis of the economic and financial situation of the companies.

In order to achieve the proposed objective and to be able to determine the internal economic-financial factors, a survey was applied to obtain information related to the control and administration of resources, with a population of 37 companies that carry out the main activity of wholesale and retail trade of food, beverages and tobacco, where surveys were applied to managers and accountants, in order to make a Pareto diagram to analyze the main factors that influence business growth, and in turn support with quantitative data with the application of financial indicators to the balance sheet and income statement obtained from the Superintendence of Securities and Insurance Companies.

The results show that the economic and financial factors that influence the growth of the wholesale and retail food, beverages and tobacco sector at a general level are: liquidity, financing, competition, business management, and profitability, where the behavior of this variable marks the survival or growth of the companies.

**Keywords:** Factors, Business Growth, Indicators, Financial, Economic.

### 3. Introducción

El crecimiento empresarial en el Ecuador se ha desarrollado de forma progresiva y constante, ya que han surgido nuevos mercados, en donde se pueden desarrollar diferentes actividades económicas, de modo que el sector empresarial tenga un rol fundamental en la creación de nuevos mercados competitivos y al desarrollo socio-económico del país, es por eso que las empresas se encuentran insertas en un entorno dinámico y cambiante en las que tiene que enfrentar distintos problemas que las podrían llevar a afrontar crisis financieras; es así como estos empiezan por desajustes entre la empresa y el entorno que lleva a cabo sus actividades (Flint , 2017). En donde es importante disponer de herramientas que permitan identificar factores que influyan en su desempeño y crecimiento, es por esto que Valverde (2019) menciona que el análisis en los últimos años ha levantado gran interés en las empresas, muchos actores importantes de la economía global han visto la necesidad de implementar sistemas que sean capaces de identificar variables que lleven a la insolvencia.

El presente Trabajo de Integración Curricular tiene la finalidad identificar los factores internos económicos financieros que influyan en el rendimiento y crecimiento, mediante el análisis de los indicadores financieros, de manera que ayuden a las empresas administrar los recursos disponibles y la correcta toma de decisiones para así mantener una posición rentable y solvente, y con ello generar nuevas oportunidades de crecimiento a futuro.

Así mismo, para el logro del objetivo general y los específicos, el presente trabajo de titulación se encuentra estructurado de la siguiente manera: **Título** hace referencia a la temática que se va a tratar dentro del estudio; **Resumen** en donde se describe de que trata el trabajo de investigación en castellano e inglés; **Introducción** refleja la importancia del tema, aporte a las empresas, estructura de trabajo de integración; **Marco teórico**, se fundamenta la investigación con los referentes teóricos y bibliográficos relacionados con los factores internos económicos financieros, crecimiento empresarial e indicadores financieros, de manera que ayuden a determinar y sustentar los resultados obtenidos; **Metodología**, en la cual se describen los métodos, técnicas, instrumentos utilizados para el desarrollo de la investigación; **Resultados** se plasmaron los datos que se obtuvieron del proceso de ejecución de la investigación, resultados de la aplicación de la técnica de encuesta con una serie de preguntas y los datos de la aplicación de indicadores financieros representadas en tablas, gráficos con su respectivo análisis, de manera de relacionar la información obtenida de las encuestas con la situación actual de las empresas, y determinar los factores internos que influyen en el crecimiento de sector comercio; **Discusión**, contiene la contrastación de los resultados obtenidos con los referentes teóricos y la

situación actual, para justificar los objetivos; **Conclusiones**, aquí se hace referencia a los resultados obtenidos en el desarrollo del trabajo, los mismos que se exponen de acuerdo al número de objetivos planteados; **Recomendaciones**, se plantean con base en las conclusiones como sugerencia dando a los problemas identificados; **Bibliografía**, se encuentra todas la referencias de citas bibliográficas utilizadas en la investigación; **Anexos**, contiene información y documentos adicionales sustento del desarrollo de trabajo, la encuesta aplicada a las empresas, datos de los estados financieros, fórmulas aplicadas a cada empresa.

## **4. Marco Teórico**

### **Empresa**

Una entidad conformada básicamente por personas, aspiraciones, realizaciones, bienes materiales y capacidades técnicas y financieras; todo lo cual, le permite dedicarse a la producción y transformación de productos y la prestación de servicios para satisfacer necesidades y deseos existentes en la sociedad, con la finalidad de obtener una utilidad beneficio.

Una empresa es una organización o institución dedicada a actividades o persecución de fines económicos o comerciales para satisfacer las necesidades de bienes y/o servicios de la sociedad, a la par de asegurar la continuidad de la estructura basada en recursos humanos, financieros, físicos, de información y otros, de forma de lograr satisfacer una necesidad. (Mero Vélez, 2018)

### **Importancia**

La importancia de una empresa está determinada por los grupos de interés que la rodean, personas o entidades interesadas en sus resultados económicos: propietarios, administradores, empleados, clientes, acreedores, todos los niveles de gobierno y la sociedad en su conjunto. Las empresas son vitales para el buen desempeño económico de los países, ya que son importantes empleadoras de la población económicamente activa y un sector productivo fortalecido, lo cual genera un círculo virtuoso en muchos otros ámbitos.

Para Hernández Fernández (2016) la importancia del entorno empresarial influye en un conjunto de factores de carácter económico, político, socio – cultural, jurídico – legal, ambiental y tecnológico lo que ha conducido a la generación de relaciones entre países y empresas, pudiera decirse que es la “responsable” de la transmisión de acontecimientos entre países, socios comerciales, y por ende sobre sus organizaciones. (p.6-7)

### **Características**

Las empresas se caracterizan por diferentes aspectos entre ellos:

- Una empresa puede constituirse como sociedad colectiva, sociedad de responsabilidad limitada, corporación o asociación u otra forma jurídica que puede variar según el ordenamiento jurídico del país en el que se constituya.
- Siempre hay una razón para iniciar una empresa, una cierta base y objetivos llamados misión y visión.

- Las organizaciones empresariales realizan diversas funciones, como producción, gestión de recursos humanos, marketing, administración y finanzas.
- Las empresas están tratando de conciliar los diversos intereses que las rodean, así como los de los accionistas, gerentes, empleados y consumidores.
- Las organizaciones deben contar con una estrategia de negocios que se refleje en un conjunto integrado de planes y acciones diseñadas de tal manera que tenga una ventaja sobre sus competidores y así maximizar sus beneficios.

## **Funciones de las empresas**

De acuerdo a Oscar (2016) la función principal de la empresa es producir bienes y servicios con fines de lucro. Esta función principal se puede dividir en varias funciones, incluyendo todas sus acciones:

### ***Función de compra o aprovisionamiento***

Consiste en obtener las materias primas necesarias para la producción con la calidad adecuada y al mejor precio, así como garantizar que los proveedores entreguen en las fechas establecidas.

### ***Función de producción***

Consiste en la producción de bienes o la prestación de servicios adecuados para su distribución a los consumidores. Responsable de convertir materias primas y materiales en productos terminados con la calidad y el costo adecuados.

### ***Función de distribución o función comercial***

El objetivo es llevar el producto desde el lugar de producción hasta el consumidor final en la cantidad, tiempo y lugar requerido por el producto.

### ***Función de investigación y desarrollo tecnológico***

Permite a las empresas mejorar la calidad de sus productos (bienes y servicios) y mejorar sus capacidades técnicas. (p.12-2)

## **Elemento de la empresa**

Según Oscar (2016) La principal actividad de una empresa es convertir un conjunto de factores de producción en un conjunto de bienes o servicios que crean utilidad para los consumidores. Cuando hablamos de factores de producción, recursos de producción o

"insumos", nos referimos a todos los bienes que utiliza una empresa para obtener otro bien o servicio.

### ***Elementos tangibles***

Para llevar a cabo esta actividad transformadora, la empresa cuenta con una serie de elementos, distinguiendo entre tangibles, intangibles y organizativos. Entre los elementos tangibles se encuentran:

**Elementos materiales.** bienes duraderos, como edificios, terrenos o mobiliarios, y bienes no duraderos, como materias primas o productos acabados.

**Elementos financieros.** Fondos monetarios necesarios para la puesta en práctica de la actividad.

**Elementos humanos o personales:** propietarios del capital, directivos y empleados.

### ***Los elementos intangibles***

Aun cuando no son materiales, muchas veces constituyen el principal activo de la empresa. Es el caso de la marca, su imagen y su valor, que es suficiente para que el consumidor adquiera determinado producto o servicio. Entre estos elementos se incluyen la marca, la imagen corporativa, los conocimientos de los trabajadores, etc. Los elementos intangibles tienen tres vertientes:

**Relacionales.** Valor de las relaciones de la empresa con el exterior.

**Humanos.** Conjunto de conocimientos y habilidades que poseen las personas que trabajan en una empresa que determina su capacidad para trabajar en equipo, desarrollar nuevas ideas, etc.

**Estructurales.** Se refieren a sistemas organizacionales, programas, bases de datos y, en última instancia, todo lo que forma la estructura organizacional.

### ***Los elementos organizativos***

Hacen referencia y se relacionan con la estructura de la empresa. La correcta organización de la empresa, es decir, un conjunto de reglas que coordinen medidas para lograr un determinado resultado, será la base para que la empresa funcione de manera adecuada y eficaz. Tanto los elementos tangibles como los intangibles deben colocarse en orden. (p.40)

### **Tipos de empresas**

Las empresas son el motor de la economía y se compone de muchas empresas, firmas y organizaciones con diferentes características que no están estrechamente relacionadas. Cada

empresa ejecuta una campaña diferente y tiene plantillas completamente diferentes, estructuradas de acuerdo a sus necesidades. Podemos distinguir los siguientes tipos de empresas más importantes: (Caurin, 2017).

***Según la naturaleza de su actividad económica***

<p>Todas las actividades empresariales se pueden ubicar en un sector productivo determinado. De este modo que Oscar (2016) define los siguientes tipos de empresas:</p>	
<p><b>Empresas del sector primario o agroganadero</b></p>	<p>Crean utilidad extrayendo recursos de la naturaleza. Incluye empresas agrícolas, mineras, ganaderas, pesqueras, etc.</p>
<p><b>Empresas del sector secundario o industrial</b></p>	<p>Realizan una actividad productiva al convertir físicamente unos bienes en otros bienes más útiles para su uso. Este sector incluye empresas industriales o de procesamiento y empresas de construcción.</p>
<p><b>Empresas del sector secundario o industrial</b></p>	<p>Reúnen las actividades destinadas a satisfacer las necesidades de servicios. Incluye actividades de muy diversa naturaleza: el comercio, los transportes, la hostelería, el turismo, la enseñanza, los servicios sanitarios, etc.</p>

***Empresas según su tamaño***

<p>Reglamento de Inversiones del Código Orgánico de la Producción, (2018) diferenciar estos tipos de empresas según su tamaño:</p>	
<p><b>Micro empresa</b></p>	<p>Es aquella unidad productiva que tiene entre 1 a 9 trabajadores y un valor de ventas o ingresos brutos anuales iguales o menores de trescientos mil (US \$ 300.000,00).</p>
<p><b>Pequeña empresa.</b></p>	<p>Es aquella unidad de producción que tiene de 10 a 49 trabajadores y un valor de ventas o ingresos brutos anuales entre trescientos mil unos (US \$ 300.001,00) y un millón (US \$1000.000,00).</p>

<b>Mediana empresa.</b>	Es aquella unidad de producción que tiene de 50 a 199 trabajadores y un valor de ventas o ingresos brutos anuales entre un millón uno (USD 1.000.001,00) y cinco millones (USD 5000.000,00).
-------------------------	--

### *Empresas según la procedencia de su capital*

Dependiendo de qué tipo de capital se utilice para la gestión de la empresa, Caurin (2017) podremos considerar los siguientes modelos de empresa.	
<b>Empresas privadas.</b>	El capital y las inversiones en estas empresas provienen de personas que buscan obtener beneficios y ganancias de las operaciones de la empresa.
<b>Empresas públicas.</b>	El financiamiento para sus operaciones proviene de arcas públicas. Se utilizan para prestar un servicio al público, no necesariamente tiene que dar beneficios económicos.
<b>Empresas mixtas.</b>	Este tipo de empresa posee parte de capital público y parte de capital privado. Este modelo surge cuando la inversión pública no es suficiente para que las empresas de todo el país tengan éxito. Por lo tanto, pueden aportar capital, mano de obra o equipo para trabajar.

### **Sociedades mercantiles en el Ecuador**

Una sociedad mercantil son todas aquellas sociedades constituidas en cualquiera de los tipos reconocidos por la Ley de Compañías o por el Código de Comercio, independientemente de que tengan o no una finalidad mercantil en el Ecuador, se fundamenta en disposiciones constitucionales por las que se reconoce y garantiza a las personas el derecho a desarrollar actividades económicas conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental ya que se les reconoce el derecho a la propiedad en todas sus formas, con función y responsabilidad social por lo que el Estado reconoce y garantiza ese derecho. Siendo la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros un organismo técnico de control de las actividades económicas, sociales y ambientales y de los servicios que prestan las entidades bajo su control con el objeto de que se sujeten al ordenamiento jurídico y atiendan al interés general. (Valdez, 2020)

## **Importancia**

Según Sánchez (2017) las sociedades mercantiles son instituciones jurídicas cuyo nacimiento se debió a la necesidad de regular la materia y los negocios específicos de los comerciantes como ya hemos visto. Con el paso de los años y los requerimientos a nivel global de comercializar productos, bienes y servicios en una colectividad cambiante, era menester la existencia de una normatividad particular. Requiere coordinación de tareas, división de responsabilidades y cooperación de los miembros de un grupo individual, dejando espacio para la composición de organizaciones comunes que persiguen objetivos como ayuda mutua, seguridad, etc. (p.11)

## **Objetivos**

Para Valdez (2020) Las sociedades están en la obligación de crear un impacto material positivo en la sociedad y el medio ambiente puede incluir uno o más de los siguientes objetivos: gobierno corporativo, capital de trabajo, comunidades, clientes y medio ambiente.

- El mantenimiento y resguardo de la reputación y el buen nombre de la compañía;
- La necesidad de tratar, de manera justa y equitativa, a todos los socios o accionistas.
- Aumentar la diversidad de la composición ejecutiva y de supervisión de la empresa.

## **Características**

Pedrosa (2017) define las principales características de la sociedad mercantil son:

- Tiene personalidad jurídica propia, distinguiéndose de sus accionistas. Como resultado, su negocio está sujeto a las leyes y obligaciones de las autoridades reguladoras.
- Tiene una oficina de registro central llamada residencia fiscal. Aquí es donde se deben cumplir las obligaciones tributarias. Del mismo modo, una empresa puede tener oficinas afiliadas.
- Se les distingue mediante una denominación o razón social que es, en simple, el nombre oficial de la empresa.
- Debe inscribirse en el registro correspondiente mediante escritura pública.

## **Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros**

La Superintendencia de Compañías Valores y Seguros es el organismo técnico, con autonomía administrativa y económica, que vigila y controla la organización, actividades,

funcionamiento, disolución y liquidación de las compañías y otras entidades en las circunstancias y condiciones establecidas por la Ley.

### ***Fines***

- Vigilar y controlar a las personas naturales y jurídicas que participan en el sistema de seguro privado;
- Verificar el cumplimiento de las leyes, reglamentos, normas y demás disposiciones aplicables a las personas naturales y jurídicas del sistema de seguros privado;
- Elaborar el informe de factibilidad para la autorización de la constitución de las compañías de seguros y/o reaseguros;
- Autorizar el registro de las entidades reaseguradoras e intermediarias de reaseguros extranjeros que no se hubieren establecido en el país;
- Aprobar las reformas del estatuto social de las personas jurídicas del sistema de seguro privado;
- Autorizar las tarifas de primas y notas técnicas a ser utilizadas por las empresas de seguros en la emisión de pólizas. (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021)

### ***Objetivos***

Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2021) Para cumplir con la visión institucional se definieron los objetivos estratégicos que la Institución deberá alcanzar en los próximos cinco años, mismos que se describen a continuación:

- Preservar la estabilidad de los sectores público y privado del sistema financiero y del sistema de seguridad social.
- Incrementar la eficacia y efectividad del modelo de supervisión y control preventivo y prospectivo basado en riesgos.
- Propender a la eficiencia y a la innovación regulatoria de los sistemas controlados.
- Promover la implementación de un sistema financiero inclusivo, basado en la innovación, protección al consumidor y la educación financiera
- diferenciar la Superintendencia de Bancos mediante el fortalecimiento del juicio experto, capacitación innovadora y el ejercicio de su autonomía.

### ***Funciones de control***

Las principales funciones de la Superintendencia son:

- Monitoreo regular y continuo de las actividades de las entidades auditadas (empresas de seguros, empresas de reaseguros, expertos y consultores de organizaciones de producción de seguros e intermediarios de reaseguros) mediante auditorías in situ y extra situ, vigilando que su accionar se ciña a las leyes y normas, con el fin de asegurar su solvencia patrimonial y rectitud de procedimientos, en salvaguarda de los intereses de los usuarios y del sistema.
- Atender y resolver reclamos y denuncias que presenten usuarios contra entidades controladas.
- Sancionar a las entidades controladas infractoras de la ley.
- Expedir normativa que es de su competencia, y proponer normativa que corresponde expedir a la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera.
- Disponer la adopción de programas de regularización a las empresas controladas que por su situación lo requieran, así como la intervención, disolución y liquidación forzosa.
- Conocer y aprobar actos societarios de las entidades controladas, como son la constitución, fusión, reformas estatutarias, cambio de denominación. (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021).

### **Tipos de sociedades**

Ley de compañías (2018) reconoce cinco tipos diferentes de sociedades que se pueden registrar en el país. Cada tipo de empresa responde a diferentes necesidades, estructuras, intereses y responsabilidades.

#### ***Compañía en Nombre Colectivo***

Es aquella que existe bajo una razón social y en la que todos los socios responden de modo subsidiario, ilimitada y solidariamente, de las obligaciones sociales.

#### ***Compañía en Comandita Simple y Dividida por Acciones***

Es aquella que existe bajo una razón social y se compone de uno o varios socios comanditados, que responden de manera subsidiaria, ilimitada y solidariamente, de las obligaciones sociales, y de uno o varios socios comanditarios, que únicamente están obligados al pago de sus aportaciones.

### ***Compañía de Responsabilidad Limitada Cía. Ltda.***

Se compone de dos o más personas, que sólo son responsables de las obligaciones sociales que no excedan de sus aportes individuales. El capital de la sociedad estará formado por las aportaciones de los socios colectivos, Incluso podría ser en efectivo o en especie. El monto del capital no debe ser inferior al monto fijado en \$400 por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.

Las aportaciones pueden ser en numerario o en especie y, en este último caso, consisten en bienes muebles o inmuebles que correspondan a la actividad de la compañía. El saldo del capital deberá integrarse en un plazo no mayor de doce meses, a contarse desde la fecha de constitución de la compañía.

Dentro de las principales características de la compañía de responsabilidad limitada se pueden citar:

- La existencia real de un capital fundacional.
- La fijación del capital es requisito de la escritura de constitución.
- El capital social se divide en cuotas de igual valor.
- Número mínimo y máximo de socios.
- Denominación o razón social.
- Los socios no están obligados a pagar con sus propios fondos las deudas de la compañía.

### ***Sociedad Anónima S.A***

La compañía se constituirá mediante escritura pública que se inscribirá en el registro mercantil, y existirá y adquirirá personalidad jurídica desde dicha inscripción. Es una sociedad cuyo capital está dividido en acciones transferibles, formadas por aportes de los accionistas, quienes responden únicamente por el número de sus acciones. Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor o fundador requiere de capacidad civil para contratar. Sin embargo, no podrán hacerlo entre cónyuges ni entre padres e hijos no emancipados.

Dentro de las principales características sociedad anónima se pueden citar:

- Constituye una sociedad capitalista.
- El accionista responderá por la cuantía de su aportación.
- Es una sociedad que se rige democráticamente.

- Facultad de impugnar los acuerdos sociales, que no se hubieren adoptado de conformidad con la ley o el estatuto social.
- Se administra por mandatarios socios o no.
- Prevén dos formas de constitución por acto único o por suscripción pública.

### ***Compañía de Economía mixta***

Para los estatutos de estas sociedades, una persona jurídica de derecho público o una entidad de economía mixta debe estar registrada como una persona física o jurídica de derecho privado. Las entidades participantes deberán suscribir aportes en efectivo, u otros bienes que cumplan el mismo valor económico de todos los socios. Además, estas sociedades de economía mixta, están sujetas al control y vigilancia de la Superintendencia de Compañías.

### **Sector Comercio al por mayor y menor de alimentos, bebidas y tabaco.**

La actividad comercial a nivel mundial constituye un sector muy importante dentro de las economías de los diferentes países, tanto en el ámbito económico, como en el social por la generación de empleo que produce, ya que juegan un papel vital dentro del entorno, éstas satisfacen tanto las necesidades comerciales como de desarrollo económico. Ya que se compone de empresas que su actividad se encuentra relacionada directamente con el ofrecimiento y la prestación de servicios, según datos INEC (2015) existe 1.053 empresas, dedicadas a la actividad comercial, de las cuales; 640 empresas (60,8%) forman parte del Comercio al por Mayor; 276 (26,2%) de Comercio al por Menor, y 137 (13,0%) tienen como actividad el Comercio Vehículos Automotores y Motocicletas.

### **Tipos de empresas del sector comercio.**

#### ***Comercio al por mayor***

Comprende empresas que se dedican principalmente a la compra-venta (sin transformación) de bienes de capital, materias primas y suministros utilizados en la producción, y de otros bienes para ser revendidos a otros comerciantes, distribuidores, fabricantes y productores de bienes y servicios. También empresas que se dedican a la compra y venta como lo son comercio de alimentos, bebidas y tabaco, que a su vez realizan la reventa a otras unidades económicas.

#### **Características del comercio al por mayor.**

Entre las principales características podemos destacar las siguientes:

- No fabrican productos terminados y no extraen materias primas.

- Son intermediarias entre las empresas industriales y el consumidor final.
- Operan desde una bodega u oficina.
- Tienen poca o nula exhibición de mercaderías.
- Atraen clientes, por mercadeo, medios electrónicos etc.
- Vende por grandes cantidades. (SCIAN, 2018)

### ***Comercio al por menor.***

Los comercios al por menor son conocidos como tiendas, micro mercados, supermercados etc. Este sector comprende unidades económicas dedicadas principalmente a la compra-venta (sin transformación) de bienes para el uso personal o para el hogar para ser vendidos a personas y hogares, aunque en algunas ocasiones esos productos también se comercializan a negocios.

### **Características del comercio al por mayor.**

- Atraen clientes por la ubicación y diseño del establecimiento.
- Tienen extensa exhibición de mercancías para facilitar a los clientes la selección de las mismas. Hacen publicidad masiva por medio de volantes, prensa, radio, televisión.

### ***Comercio al menudeo.***

Son las empresas que se forman con un almacén o tienda, y que realizan el proceso de venta de productos.

### ***Comercio por Comisionistas.***

Son empresas o personas jurídicas que no adquieren los productos para almacenarlos hasta venderlos, sino que los comercian en base al inventario de otras compañías.

## **Crecimiento empresarial**

Para Correa (2017) Las empresas actualmente ponen énfasis en el desarrollo económico aplicando nuevas técnicas que conllevan a la búsqueda de estrategias, que permitan fomentar los conocimientos del personal, capacitando y evaluando sus habilidades y destrezas, para lograr un mayor rendimiento que beneficie a las organizaciones, de tal manera que se encuentren preparados para enfrentar así el mercado donde la competencia cumple un papel muy importante.

Para un crecimiento adecuado es importante considerar el entorno, las limitaciones, las incertidumbres y las contingencias, con el propósito de tomar acciones y minimizar el impacto

de estos. (Ortega et al., 2021). El desempeño de la empresa se refleja en la capacidad que tiene en el uso de recursos humanos y materiales para lograr sus objetivos, y en identificar los factores importantes de la economía que puede ayudar o dificultar que la empresa logre sus objetivos comerciales.

Las organizaciones, ya sean pequeñas o medianas, necesitan analizar los efectos de los factores internos y externos en las decisiones financieras que se toman dentro de la organización. Es la actitud de la gerencia hacia el riesgo lo que determinará el patrón de capitalización de la organización, la diferencia entre económico y financiero, se puede decir que mientras lo económico engloba la cantidad de dinero que se puede atribuir a un bien o persona, lo financiero engloba la fluidez con que se moviliza un dinero o cuenta bancaria, es decir, liquidez. Puede parecer un poco complejo, sin embargo, la diferencia entre económico y financiero es mucho más fácil de entender si se utilizan otros términos clave como rentabilidad y liquidez financiera. Pues precisamente la economía permite cuantificar el valor monetario de un bien y las finanzas determinar la liquidez (dinero disponible) de una persona u organización, en un momento dado. (Párraga et al, 2021)

### **Factores externos**

Los factores externos se producen por condiciones del sector que se desenvuelven las empresas, es decir que son factores que no se pueden controlar, e inciden de forma general o específica en el rendimiento de las empresas.

Herrera et al (2018) considera que:

La empresa puede controlar los factores de los cuales dispone, pero existen hechos en el mercado que son quienes determinan el alcance real de los resultados, pues los factores externos pueden afectar significativamente la estructura de gestión de la empresa, en razón a que esta es un sistema que guarda relación entre sus componentes y el ambiente externo. (p.145)

Entre los factores externos que debes de considerar están:

- Los clientes
- Insumos o proveedores
- Competidores
- Marketing y medios de comunicación
- La economía
- Políticas y cuestiones legales
- Aspectos sociales y naturales

## Factores económicos

Los factores económicos son actividades que ayudan a aumentar la capacidad de elaboración de bienes y servicios en la economía de un país y así satisfacer las necesidades sociales, humanas y económicas. El estado de la economía puede influir de manera directa en la parte operativa de la empresa, temas como la demanda del consumidor, los impuestos y el valor de los activos, de manera que los factores económicos tienen gran relevancia en el crecimiento y desarrollo empresarial. (Monelos et al, 2016)

A continuación, Saldivia (2022) muestra un listado de los factores económicos que tienen más capacidad influir en la empresa:

- **Tasa de interés:** La tasa de interés es un factor importante que afecta la liquidez del efectivo en la economía. Con un aumento en la inversión, el flujo de efectivo en el país disminuye y da como resultado una reducción en la liquidez
- **Tipo de cambio:** El tipo de cambio entra en escena en el caso de exportación e importación. Debido a esto, afecta el pago internacional y el precio de los bienes, afectando la economía.
- **Tasa de impuestos** La tasa impositiva es una parte crucial de la economía. La tasa impositiva afecta el precio de los bienes y sus ventas, afectando la economía.
- **Inflación:** El aumento en el precio de demanda de bienes o servicios aumenta la inflación y la oferta monetaria.
- **Demanda / Oferta:** La demanda o la oferta de bienes o servicios afecta la economía, ya que el aumento en el precio de la demanda de bienes o servicios aumenta, lo que resulta en inflación.
- **Salarios:** Afectan la economía de la empresa. Como resultado, muchos países han comenzado a subcontratar mano de obra de otros países donde la mano de obra es barata.
- **Ley y Políticas:** Con un cambio o modificación en la ley, la economía del país cambia.
- **Actividad Gubernamental:** La actividad del gobierno también afecta a la economía.
- **Recesión:** La recesión afecta el poder adquisitivo de los consumidores, obligando a las empresas a abandonar sus bienes o servicios.
- **Competitividad:** El tamaño de la empresa y su posición frente a los retos para conseguir mejores resultados.
- **Tecnología:** Acceso y empleo a avances científicos y tecnológicos que influyen en los procedimientos y resultados.

## **Factores internos**

Los factores internos dentro de una organización o empresa son de gran importancia ya sean tangibles o intangibles e influyen de forma determinante en el logro de los objetivos propuestos, ya que son parte inherente de la configuración de una organización. todos estos factores intervienen en forma positiva o negativa en el desarrollo y ejecución de la gestión de los recursos de las empresas, Estos factores ayudan o perjudican la organización, la gestión y el control de los proyectos, ya que pueden dar a las organizaciones fortalezas si inciden de forma positiva, o debilidades si afectan de forma negativa. Los factores internos inciden en el mejoramiento de la gestión en las organizaciones. (Herrera et al., 2018)

Para saber los factores internos que determinan el crecimiento, habría que irse a la empresa, y al sector, e identificar cuáles son los factores que determinan que las empresas generen valor agregado y que ese valor se venda en el mercado, y si realmente esos factores son sostenibles en el mediano y largo plazo. Los factores que determinan la competitividad,

Como lo plantea Porter (2015) son los que inciden en el éxito competitivo de las micro y pequeñas empresas, se enfocan de diferentes maneras, pero se podría señalar las siguientes, como las más importantes:

**Capacidades Directivas.** La competitividad más que cualquier otra cosa depende de las personas; de sus actitudes ante los retos, de sus habilidades, de sus capacidades de innovar, de su intuición y creatividad, de saber escuchar y comunicarse con otros, de hallar y usar información, de planear y resolver problemas, de trabajar individualmente y en equipo, de aprender a aprender, responsabilidad y tenacidad, valores y sensibilidad social.

**Diferenciación.** Es diferenciar por calidad, habilidades, cualidades, capacidad de cautivar, de seducir, de atender y asombrar a los clientes, con bienes y servicios, lo cual se traduce en un generador de riquezas. El cual también determina la reputación o imagen de la empresa en el mercado. Aunque a corto plazo pueden suponer fuertes inversiones, a mediano y largo plazo reducen costos, atraen clientes y empleados satisfechos y mejoran la productividad y los resultados de la empresa.

**Ventajas Competitivas (costo-calidad).** Las empresas competitivas serán aquellas capaces de ofrecer continuamente productos y servicios con atributos apreciados por sus clientes. A este conjunto de características que distinguen al producto de una empresa de sus competidores se denominan ventajas competitivas.

**Recursos Tecnológicos.** Deberán incorporar o desarrollar activos tecnológicos que les permitan posicionarse por delante de su competencia. Dentro de los recursos tecnológicos se

incluye el stock de tecnologías, la experiencia en su aplicación y los medios humanos, científicos y técnicos para su desarrollo.

**Innovación.** La innovación es el factor más importante en la competitividad de una empresa. Por eso muy unido a los recursos tecnológicos aparece el de innovación. El éxito de las empresas también se asocia al desarrollo de nuevos productos, servicios o procesos que permitan responder a las necesidades de los clientes, adaptarse a los cambios en el entorno o mejorar las oportunidades para alcanzar los objetivos de la empresa.

**Recursos Comerciales.** Los procesos comerciales, orientados al mejor conocimiento del mercado y de los clientes, son un medio muy importante de mejora del rendimiento económico, de la fidelización de clientes y, de la diferenciación de la competencia. Para ello se necesita contar con profesionales de marketing adecuados a las necesidades; realizar campañas destinadas a fortalecer la marca; poder acceder a todos los canales de distribución.

**Recursos Humanos-Capacitación Laboral.** Las empresas y organizaciones deben establecer los mecanismos que permitan atraer candidatos calificados, retener y motivar a los actuales empleados y establecer fórmulas que los ayuden a crecer y desarrollarse dentro de la empresa. El reducido acceso a procesos de formación para la capacitación laboral, ha limitado el aumento de la productividad.

**Recursos Financieros** Es uno de los aspectos relevantes para alcanzar el éxito competitivo en las empresas. Por lo que es necesario administrar y hacer una correcta planificación financiera a fin de sacarle el mejor rendimiento a los recursos financieros. Además, resulta vital constituir reservas o fondos que permitan mantener la liquidez.

### **Factores financieros**

Los factores financieros son el motor de la sostenibilidad y el crecimiento de una empresa en el tiempo y en desarrollo de las actividades económicas, ya que los factores financieros apoyan la toma de decisiones en diversas áreas funcionales de la empresa a través de objetivos económicos con el fin de maximizar las ganancias.

Para Solís Tirado et al. (2014) considera que los factores financieros más relevantes de una empresa se clasifican en:

#### **Liquidez**

En la empresa la liquidez es un factor importante y determinante, ya que sus ingresos tienen un origen los cuales van destinados a cubrir sus obligaciones financieras a corto plazo, lo cual es necesario contar con ingreso suficiente y óptimo, de tal manera que se mantenga

valores adecuados. Por lo que es importante una planificación financiera óptima y eficiente. Esta variable de liquidez tiene a su vez sus principales dimensiones, que son:

- Capital de trabajo
- Nivel de solvencia
- Efectivo adecuado
- Estado de cuenta bancaria.

### **Rentabilidad**

Toda empresa después de haber calculado todos sus costos y gastos en la producción de bienes y servicios le queda una utilidad neta. Por lo cual dentro de una eficiente administración se encuentran con una planeación financiera, la cual cuando proyectamos ampliar los márgenes de utilidad y con este propósito de maximizar los resultados, se tiene que hacer una buena investigación de mercados para incrementar las ventas, renovar y optimizar el producto, de tal manera de desarrollar nuevos métodos de producción, acelerando los procedimientos administrativos, estimulando la promoción y publicidad con el menor costo posible.

Esta variable de Rentabilidad tiene a su vez sus principales dimensiones, que son:

- Nivel de utilidad bruta
- Nivel de utilidad operativa
- Nivel de utilidad neta
- Nivel de utilidades repartidas.

### **Financiamiento**

Las empresas deben mantener unos porcentajes de rentabilidad adecuada, ya que de esto depende la obtención de financiamiento interno, ya que la situación económica determinará el tipo de financiamiento e interés entregados. Así mismo la gestión financiera debe procurar combinar las fuentes de financiamiento tanto internas y externas que permitan maximizar las utilidades de la empresa. Las principales fuentes de financiamiento a las que se puede recurrir son: créditos comerciales, préstamos bancarios a corto y largo plazo y fondos de financiamiento. Las empresas regularmente enfrentan el problema de conseguir los recursos necesarios para sus operaciones diarias y proyectos de inversión. La necesidad de seleccionar apropiadamente las fuentes de financiamiento surge de reconocer que los recursos son limitados y costosos, de ahí la importancia de una eficiente gestión financiera.

Esta variable de Financiamiento tiene a su vez sus principales Dimensiones, que son:

- Nivel de buró de crédito

- Nivel de endeudamiento
- Nivel de interés cubierto
- Nivel de apoyos financieros.

### **Inversión**

Es decisivo que la capacidad de endeudamiento se relacione con la capacidad de inversión, admitiendo que cuando las empresas manifiestan deuda a largo plazo, se compromete el financiamiento externo para apoyar la inversión en activos fijos, así como la capacidad de comercialización, para que esta tenga una meta de crecimiento, en el sentido de fomentar la realización de proyectos de inversión con los cuales certificar niveles superiores de utilidades y por consecuencia impulsar estrategias de mercadotecnia relacionándola con la transformación o innovación de productos resultado de una apropiada gestión financiera.

Esta variable de Inversión tiene a su vez sus principales dimensiones que son:

- Nivel de activo fijo
- Nivel de activo total
- Nivel de tecnología
- Nivel de inversión.

### **Decisiones de los empresarios**

Es el proceso mediante el cual se realiza una elección entre las alternativas o formas de resolver diferentes situaciones. Al centralizarse el poder de decisión en el dueño de la empresa y los trabajadores no participan de la toma de decisiones se les limita su capacidad de inventiva, de aportar ideas para el crecimiento de la empresa y de aportar algo más que el trabajo ordinario y frecuente. Muchos dueños y directores aún no entienden que cuantas más personas se incorporen al proceso de toma de decisiones, ellas serán responsables de alcanzar los objetivos en que sean comprometidos, estimulándose así la dedicación de todo su trabajo.

Esta variable de la toma de decisiones tiene a su vez sus principales dimensiones, que son:

- Nivel de motivación
- Nivel de aceptación de asesorías
- Definición nivel de desconfianza.

### **Gestión empresarial**

Para Ruiz (2017) la gestión es:

Es la acción de gestionar y administrar una actividad económica destinada a establecer los objetivos y medios para su realización, a precisar la organización de sistemas, con el fin de elaborar la estrategia del desarrollo y a ejecutar la gestión del personal. Así mismo, en la gestión es muy importante la acción, porque es la expresión de interés capaz de influir en una situación dada.

### **Gestión financiera**

Un sistema de gestión financiera es un elemento clave en toda empresa y afecta a todas las actividades comerciales, de forma que se requiere implementar sistemas de gestión adecuados y rentables para así llevar a cabo una buena administración de los recursos financieros, es decir su objetivo es maximizar el valor de la inversión, implementar estrategias efectivas para levantar capital, analizar aspectos financieros, incluyendo decisiones en otras áreas internas de la empresa, evaluar el crecimiento de las ventas, analizar e interpretar la información financiera en los estados financieros e inversiones necesarias para diagnosticar la situación económica y financiera de la empresa.

La gestión financiera ayuda a las empresas a desarrollarse y operar de manera estable, brinda soluciones a problemas y a evitar riesgos y a identificar nuevas oportunidades de crecimiento. (Valle et al, 2021)

### **Gestión talento humano**

La gestión del talento implica reclutar, seleccionar, ubicar, recompensar, desarrollar, auditar y monitorear al personal; y para construir una base de datos de decisiones confiable, los empleados deben de crear un sentido de pertenencia y con ello se alcanzarán los objetivos de productividad, calidad y organización. La gestión del talento tiene como objetivo desarrollar e involucrar a los recursos humanos, mejorar las habilidades de cada empleado en la empresa, la gestión de recursos humanos permite la comunicación entre los empleados y las organizaciones relacionadas en la empresa para comprender las necesidades y deseos de los empleados, ayudarlos y apoyarlos. y darles la oportunidad de enriquecer su carácter y motivación de cada empleado, que es el capital más importante de la empresa, es decir, los empleados. Las empresas necesitan aprender a:

- Desprenderse del temor que produce lo desconocido.
- Romper paradigmas y empezar por el cambio interiormente.
- Innovar constantemente.
- Comprender la realidad y enfrentar el futuro.

- Entender el negocio, la misión, la visión de la empresa. (Chávez, 2015, pág. 16)

## **Gestión mercadeo**

La gestión estratégica de mercadeo o gestión de mercadeo, como aquella parte de la planeación estratégica donde se utilizan las teorías y técnicas del mercadeo para la elaboración de la estrategia corporativa, para así alcanzar los objetivos finales y con estos, se determina el éxito del negocio se debe considerar la gestión de marketing, esto es muy similar en todas las situaciones globales. Se deben tener en cuenta los factores específicos de cada región o grupo de consumidores para adaptarse a la situación y establecer una gestión de marketing adecuada. (Guerrero, 2013).

## **Toma de decisiones**

La toma de decisiones es un proceso para identificar y seleccionar un curso de acción y resolver un problema específico, de tal manera que en cualquier organización productiva ayuda en la capacidad de poder implementar las decisiones en beneficio de la empresa. Un acercamiento a la conceptualización de la toma de decisiones gerenciales, señala que esta se encarga de una elección entre alternativas como parte de un proceso analítico para dar solución a un problema. (Vallejos y Chávez, 2017, pág. 109)

Para Cañón et al (2012) "Las decisiones pueden tomarse en un contexto de certidumbre, incertidumbre o riesgo. En el primer caso, que no es recurrente en las empresas, se conocen todos los datos necesarios para tomar la decisión. En estado de incertidumbre los datos son incompletos, por lo que la decisión se basa en supuestos." La toma de cualquier decisión es un proceso donde el encargado de tomarla necesita conocer toda la información necesaria, de tal manera de poder analizarla y sintetizarla para tomar la mejor decisión posible.

## **Tipos de decisiones`**

Para Flores y Barrera (2018) los gerentes deben tomar muchos tipos de decisiones distintos, en general la mayoría de las decisiones cae en una de dos categorías las cuales daremos a conocer a continuación:

### ***Toma de decisiones bajo certidumbre***

Cuando el tomador de decisiones sabe con certeza reflexiva cuáles son las alternativas y que condiciones están asociadas con cada una de ellas, existe un estado de certidumbre.

### ***Toma de decisiones bajo riesgo***

Una situación más común de la toma de decisiones es un estado de riesgo. Bajo un estado de riesgo, la disponibilidad de cada alternativa y sus probables beneficios y costos están todos asociados con los cálculos de probabilidad.

### ***Toma de decisiones bajo incertidumbre***

La mayor parte de las decisiones relevantes en las organizaciones actuales se realiza bajo un estado de incertidumbre. La persona que toma decisiones no conoce todas las alternativas, los riesgos asociados o las posibles consecuencias de cada alternativa.

### **Proceso de toma de decisiones**

Es el proceso por el cual se seleccionará la única alternativa que resulte factible.  
Ingredientes de la decisión:

**Información:** recoge las expectativas que están a favor o en contra de él, con el fin de definir sus limitaciones.

**Conocimientos:** quien toma la decisión tiene los conocimientos necesarios que los utilizará para seleccionar el curso de acción favorable.

**Análisis:** existen métodos matemáticos para analizar problemas, pero estos deben ser complementarios

**Experiencia:** forma parte de la información y se utilizara para un problema similar

**Juicio:** capacidad de entendimiento necesario para poder cambiar eficazmente los otros ingredientes.

Según Amaya (2010) define a la toma de decisiones como "la actividad más fundamental en cualquier actividad económica, sin embargo, tomar una decisión acertada empieza con un proceso de razonamiento constante y focalizado, en que puede incluir varias disciplinas como la filosofía del conocimiento, la ciencia y la lógica, y por sobre todo la creatividad".

### **Decisiones gerenciales**

Una característica común de las funciones gerenciales es la responsabilidad en la toma de decisiones, el gerente toma una decisión importante (cerrar la fábrica de la empresa, comprar otra fábrica o crear una nueva empresa y por supuesto, pequeñas decisiones: elegir una nueva contratación entre cuatro candidatos, establecer planes de producción para el próximo mes o elegir un nuevo banco para quedarse con algo de dinero. (Solano, 2013, pág. 44)

## **Decisiones de Financiamiento**

Para Briozzo et al (2016)

Las empresas tienen un orden de preferencias en la decisión de las fuentes de financiamiento. En particular, se presume que los propietarios y gerentes de las firmas poseen más información sobre la situación de las mismas, y prefieren mantener esa información privada. De esta manera, la utilización de fondos propios evita proporcionar al mercado información sobre la empresa.

La jerarquía financiera enuncia que las decisiones de financiamiento priorizan los fondos internos, empezando por la retención de beneficios, y sus decisiones transcurren seleccionando fuentes de financiamiento que signifiquen menores costos de agencia, originados en el hecho de compartir información interna con agentes externos a la empresa. En este sentido, luego de la retención de beneficios, las empresas prefieren la emisión de deuda antes que la emisión de acciones, debido a los menores costos informativos que deben asumir.

## **Decisiones de Operación**

Según Arnoletto (2012) Las decisiones de operaciones son herramientas que ayudan a elegir acciones adecuadas para alcanzar las metas que la empresa se ha propuesto. Esas acciones deben de estar alineadas a los objetivos generales de la empresa, ya que una mala decisión puede traer consecuencias para la planificación empresarial.

## **Decisiones de Inversión**

Las decisiones de inversión constituyen la base fundamental para el desarrollo futuro de una empresa, siendo un factor básico de la eficiencia y del poder competitivo de la misma. Por consiguiente, la adopción incorrecta de este tipo de decisiones tiene consecuencias graves sobre los beneficios y el futuro de una empresa. Así mismo las decisiones de inversión es una de las más peligrosas y riesgosas a tomar por una empresa.

Para tomar la decisión de inversión las empresas deben tomar en cuenta las utilidades y riesgos que se pueden obtener, por lo cual es necesario hacer un análisis técnico y financiero de las operaciones propuestas. (Gomez, 2013)

## **Situación financiera**

Para Sánchez L (2010):

La situación financiera de una empresa es definida como el diagnóstico basado en un conjunto de variables contables que miden la calidad del desempeño de una empresa.

Este diagnóstico parte de un balance general llamado también el estado de situación financiera, y siempre se da conformidad con principios de contabilidad generalmente aceptados. Al nombrar los conceptos que definen la situación financiera de un negocio, estos son: solvencia, estabilidad, productividad y rentabilidad.

Molina et al (2018) considera que el análisis financiero es clave para determinar la situación financiera y ayuda a los gerentes y administradores en la tomar decisiones importantes para el desarrollo de la empresa, debido a que este análisis permite conocer si se está trabajando de modo óptimo y así alcanzar las metas de la entidad. Para realizar el diagnóstico financiero y cálculo de indicadores financieros se debe contar con el Estado de Situación Financiera y el Estado de Resultados.

### **Estados financieros**

Para Elizalde (2019) Los estados financieros reflejan las operaciones realizadas en una empresa, siendo un resumen de la información suministrada por los libros contables y en los mismos se expone la rentabilidad de la organización. Siendo mostrados en periodo trimestral, semestral o anual.

Así mismo, Tamayo y Escobar (2018) se refieren a los estados financieros como aquellos que se preparan al cierre de un periodo para informar la situación económica financiera, evaluar la capacidad de un ente económico para generar recursos, la información económica debe ser caracterizada por su condición, claridad, neutralidad, y fácil consulta.

### **Clasificación de los estados financieros.**

De acuerdo con la NIC 1 los estados financieros básicos son:

#### ***Estado de situación financiera o balance general***

Para Zeballos (2013) “Contabilidad General”, Considerado como un estado que nos permite conocer la situación económica y financiera de la empresa contemplado desde el punto de vista del empresario o dueño. Pone de manifiesto el estado financiero que muestra razonablemente el activo, pasivo y patrimonio de una entidad económica a una fecha determinada. Toda entidad sea cual fuere su actividad o giro, cuenta con ciertos recursos, así como efectúan operaciones que de una u otra forma los afectan. Los recursos como: efectivo, mercaderías, muebles, vehículos, etc., forman parte del activo de la empresa, pero no necesariamente se encuentran cancelados en su totalidad, la parte que falta pagar se consideran deudas u obligaciones.

### ***Estado de resultado integral o estado de ganancias y pérdidas***

Según Palomino, (2013) es un documento financiero en el cual se informa en forma detallada y ordenadamente tal como se obtuvo la utilidad del ejercicio contable, mediante la sumatoria de los ingresos menos los costos, gastos y la diferencia de cambio, debidamente asociados, debe arrojar los resultados del ejercicio. Es el estado que indica la rentabilidad del negocio con relación al año anterior (u otro pasado).

### ***Estado de cambios en el patrimonio neto***

El estado de cambio de patrimonio refleja el cambio o movimiento ocurrido entre dos fechas, en todas aquellas cuentas que componen el patrimonio, tales como; el capital social y las cuentas de superávit, en este sentido, el estado tiene como objetivo revelar movimientos en el patrimonio que son importantes y que de otra forma no pudiesen conocer. Catacora (2012)

### ***Estado de flujos de efectivo***

El propósito principal de un estado de flujo de efectivo es proporcionar información relevante, sobre los ingresos o desembolsos de efectivos o equivalente de efectivo de una entidad durante un periodo determinado, para que los usuarios de los estados financieros tengan elementos adicionales a los proporcionados por los otros estados financieros.

Los estados de flujos de efectivo informan de las entradas y salidas de efectivo de una empresa. Esta información es muy importante porque cualquier negocio necesita tener suficiente efectivo disponible para hacer frente a sus gastos y comprar activos. Si bien un estado de resultados puede mostrar si una empresa obtuvo ganancias, el flujo de efectivo informa de si generó efectivo, como su propio nombre indica. (Catacora, 2012)

### **Indicadores o razones financieras**

Los indicadores financieros son medidas que tratan de analizar el comportamiento económico financiero de una empresa, son utilizadas para mostrar las relaciones que existen entre las diferentes cuentas de los estados financieros; y sirven para analizar su liquidez, solvencia, rentabilidad y eficiencia operativa de una entidad. (Imaicela et al, 2019)

Además, son herramientas que permiten diseñar información financiera de la organización y son inevitables para medir la estabilidad, la capacidad de endeudamiento, la capacidad de generar liquidez, los rendimientos y las utilidades que beneficien a la empresa. Como herramienta financiera facilita la comparación de la misma con la competencia u organización que lidera el mercado competitivo. (Vallejos y chavez, 2017, pág. 97)

## **Importancia**

Para Bejarano et al , (2017):

Los indicadores financieros permiten realizar un análisis financiero profundo para conocer cómo se encuentra actualmente la situación económica de la empresa con las variaciones que se realice de un año a otro. A su vez es de mucha importancia debido a que la alta gerencia puede tomar decisiones acertadas y oportunas.

Así mismo la importancia de calcular e interpretar los valores que se obtienen de cada indicador es vital para la gestión financiera de la empresa, ya que así permite conocer la situación de la empresa con respecto a la liquidez solvencia, rentabilidad y endeudamiento, por lo que es fundamental no solo centrarse en la aplicación de fórmulas, sino en su interpretación constituyen el resultado de las prioridades financieras tradicionales, relacionando los elementos del balance general y del estado de resultados; es así como permiten conocer la situación de la empresa en lo que respecta a liquidez, solvencia, eficiencia operativa, endeudamiento, rendimiento y rentabilidad.

## **Características**

Para Pacheco (2022) los indicadores financieros tienen varias características que los hacen únicos con respecto a otros datos e información numérica las cuales son:

- Los indicadores financieros utilizan toda la información financiera de la empresa, con el fin de llevar un buen registro de todas las cifras y movimientos realizados.
- Miden la estabilidad financiera de la empresa, ya que con ellas se hacen comparaciones de los resultados anteriores.
- Da a conocer la situación real de la empresa, permitiendo tener unas cifras más reales de todo el estado financiero.
- Toda la información se plasma de forma numérica. Todos los movimientos de cada una de las áreas de la empresa.

## **Clasificación de indicadores o razones financieras**

Según Guzmán (2018) La razón financiera es aquella proporción obtenida mediante la comparación entre dos cantidades que disponen los estados financieros, cuyos resultados determinan tomar decisiones administrativas y financieras. A los indicadores o razones financieras se les atribuyen diversas denominaciones o nombres como: medidas, herramientas financieras, relaciones, proporciones, coeficientes, ratios, etc.

El método de las razones tiene el propósito de reducir la cantidad de datos a una forma práctica y darle un mayor significado a la información financiera. Es frecuentemente utilizado, porque se analizan e interpretan a los estados financieros por áreas financieras, cuyos objetivos persiguen detectar fortalezas y debilidades; por bloques o áreas inclusive por partidas o cuentas contables. Por lo general a los indicadores o razones se las clasifican en las áreas básicas siguientes:

- Liquidez.
- Gestión o actividad
- Solvencia o endeudamiento
- Rentabilidad.

### **Indicadores de Liquidez**

Según Gómez, Granadillo y Herrera (2012) nos dice “Estos miden la capacidad que tiene una empresa para cancelar sus obligaciones de corto plazo, mediante la transformación de sus activos corrientes en efectivo”. (p.26).

La liquidez tiene que ver con la capacidad que tiene la empresa para poder cumplir con sus obligaciones a corto plazo y generar activos líquidos. Sin embargo, para Herrera Fontalvo y Morelos (2012) “sirven para establecer la facilidad o dificultad que presenta una compañía para pagar sus pasivos corrientes con el producto de convertir a efectivo sus activos corrientes”. (p.12)

Supercias (2022) la Superintendencia de Compañías Valores y Seguros en su portal de información aplica los siguientes indicadores de liquidez:

#### ***Razón Corriente***

Esta ratio es la principal medida de liquidez, muestra qué proporción de deudas de corto plazo son cubiertas por elementos del activo, cuya conversión en dinero corresponde aproximadamente al vencimiento de las deudas.

<b>Razón Corriente = <math>\frac{\text{activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}}</math></b>
---

<b>Estándar: 1 y 0,5</b>
--------------------------

Cuando más alto sea el coeficiente la empresa tendrá mayores posibilidades de efectuar sus pagos de corto plazo, de tal manera que la relación adecuada mínima debe ser igual o mayor a 1.

## Prueba ácida

Esta ratio es la principal medida de liquidez, muestra qué proporción de deudas de corto plazo son cubiertas por elementos del activo, cuya conversión en dinero corresponde aproximadamente al vencimiento de las deudas. El coeficiente ideal no se puede precisar, pero el más adecuado es el que se acerca a 1 aunque es aceptable por debajo de ese nivel, dependiendo del tipo de empresas.

$\text{Prueba Acida} = \frac{\text{activo corriente} - \text{inventarios}}{\text{pasivo corriente}}$
<b>Estándar: 1 y 0,5</b>

## Indicadores de Gestión o actividad

Según Rimarachin & Quispe (2019) El objetivo principal de estos indicadores es medir la competitividad y el buen accionar de las actividades indicadas para un buen desempeño y poder obtener buenas respuestas como resultado de esta medición, en este caso podemos evaluar si la administración de los recursos es adecuada.

Supercias (2022) la Superintendencia de Compañías Valores y Seguros en su portal de información aplica los siguientes indicadores de gestión o actividad:

### *Rotación de Cartera*

El propósito de esta ratio es medir el plazo promedio de créditos otorgados a los clientes y evaluar la política de crédito y cobranza. El saldo en cuentas por cobrar no debe superar el volumen de ventas. Cuando este saldo es mayor que las ventas se produce la inmovilización total de fondos en cuentas por cobrar, restando a la empresa, capacidad de pago y pérdida de poder adquisitivo.

$\text{Rotación de Cartera} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Cuentas por Cobrar}}$
<b>Estándar: 6 y 12 veces</b>

Muestra el número de veces que las cuentas por cobrar giran, en promedio, en un periodo determinado de tiempo, por lo general un año.

### ***Rotación de los inventarios***

Cuantifica el tiempo que tarda una inversión en inventarios en convertirse en efectivo y tiene en cuenta el número de veces que la inversión aparece en el mercado en un año y cuántas veces se reemplaza. Entre más veces el inventario será mejor para las empresas, ya que permitirá un mayor retorno o rentabilidad en la inversión.

$\text{Rotación de los inventarios} = \frac{\text{costo de venta}}{\text{inventario promedio}}$
<b>Estándar:</b> Mayor número de veces

### ***Rotación del Activo Fijo***

Esta razón es similar a la anterior, con el agregado que mide la capacidad de la empresa de utilizar el capital en activos fijos. Mide la actividad de ventas de la empresa. Dice, cuántas veces podemos colocar entre los clientes un valor igual a la inversión realizada en activo fijo.

$\text{Rotación del Activo Fijo} = \frac{\text{venta}}{\text{activos fijos}}$
<b>Estándar:</b> mientras mayor sea la rotación mejor.

### ***Rotación de ventas***

Este indicador se lo conoce como coeficiente directiva puesto que mide la efectividad de la administración, mientras más sea el volumen de ventas que se pueda realizar con determinada inversión más eficiente será la dirección del negocio.

$\text{Rotación de ventas} = \frac{\text{venta}}{\text{activos totales}}$
<b>Estándar:</b> mientras mayor sea la rotación mejor.

### ***Período promedio de cobro***

Permite conocer el grado de liquidez (en días) de las cuentas y documentos por cobrar, lo cual se refleja en la gestión y buena marcha de la empresa, su comportamiento puede reflejar en la liquidez ante la posibilidad de un periodo largo entre la venta y momento de cobrar estas.

$\text{Período promedio de cobro} = \frac{\text{ctas y doc por cobrar} * 365}{\text{ventas}}$
<b>Estándar:</b> mientras mayor sea la rotación mejor.

### ***Período promedio de pago***

Este es otro indicador que permite obtener indicios del comportamiento del capital de trabajo. Mide específicamente el número de días que la empresa, tarda en pagar los créditos que los proveedores le han otorgado.

$$\text{Período promedio de pago} = \frac{(\text{Cuentas por pagar} * 365)}{\text{compras}}$$

**Estándar:** mientras mayor sea la rotación mejor.

El valor óptimo del indicador es un periodo promedio pago se maneja en mercado es de 30 días. Pero el valor óptimo para cualquier empresa será si el resultado es mayor al del periodo promedio de cobro. Cuando más elevado sea el valor de esta ratio, más se demora el pago a proveedores

### **Indicadores de solvencia, endeudamiento o apalancamiento.**

Permiten conocer cómo la empresa financia sus activos con deudas a terceros. También proporciona la razón entre la deuda con terceros y su patrimonio. Los indicadores de endeudamiento tienen por objeto medir en qué grado y de qué forma participan los acreedores dentro del financiamiento de la empresa. Indirectamente muestra el grado de riesgo que corren dichos acreedores. Desde el punto de vista de la empresa, los indicadores de endeudamiento sirven para observar la utilización de los recursos externos, es decir con el dinero de quién se está trabajando; y desde el punto de vista del acreedor le permite determinar hasta donde puede otorgar crédito a la empresa. (Molina et al, 2018)

Según Rimarachin y Quispe (2019) los indicadores de solvencia son así mismos llamados indicadores de endeudamiento tienen como objetivo calcular el grado en los acreedores influyen dentro del financiamiento de la empresa para cubrir sus deudas totales en especial las deudas a largo

Supercias (2022) la Superintendencia de Compañías Valores y Seguros en su portal de información aplica los siguientes indicadores de endeudamiento:

#### ***Endeudamiento del Activo***

El porcentaje de fondos de participación de los acreedores, ya sea en el corto o largo plazo, en los activos. En este caso, el objetivo es medir el nivel global de endeudamiento o proporción de fondos aportados por los acreedores. Indica si el índice es elevado indica que la

empresa depende mucho de sus acreedores y que dispone de una limitada capacidad de endeudamiento.

<b>Endeudamiento del Activo = <math>\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo total}}</math></b>
<b>Estándar: 40% a 50%</b>

### ***Endeudamiento Patrimonial***

El grado de endeudamiento con relación al patrimonio. Esta ratio evalúa el impacto del pasivo total con relación al patrimonio.

<b>Endeudamiento Patrimonial = <math>\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Patrimonio}}</math></b>
<b>Estándar: 40% a 50%</b>

No existe un dato óptimo a la hora de interpretar el resultado de la ratio de endeudamiento. Un resultado de 1 significa que, por cada dólar perdido como deuda, los socios han aportado un dólar. Un resultado de 0.8 que, por cada dólar aportado por los socios, la deuda solicitada es de 0.8. Normalmente, se suele pedir que el resultado sea menor que uno, pero depende del sector.

### ***Endeudamiento del activo fijo***

La aplicación del indicador de endeudamiento del activo fijo indica la cantidad de dinero que se tiene en el patrimonio por cada unidad invertida en activo fijos, el estándar indica que, si el resultado es igual o mayor a 1, el activo fijo se ha financiado con el patrimonio de la empresa sin recurrir a préstamos con terceros.

<b>Endeudamiento del activo fijo = <math>\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo fijos}}</math></b>
<b>Estándar: mayor o igual a 1</b>

### ***Endeudamiento a corto plazo***

Este indicador muestra el porcentaje de deudas a corto plazo que son menores a un año, el cual mientras más cercano a 1 este el resultado, se interpreta problemas de liquidez, en donde no puede cubrir sus obligaciones con terceros.

<b>Endeudamiento a corto plazo = <math>\frac{\text{Pasivo Corriente}}{\text{Pasivo total}}</math></b>
<b>Estándar: 0,40 a 0,60.</b>

### ***Endeudamiento a largo plazo***

Este indicador muestra el porcentaje de deudas a largo plazo que son mayores a un año, el cual mientras más cercano a 1 este el resultado será mejor ya que, se interpreta que las deudas de la empresa en gran parte son a largo plazo.

$\text{Endeudamiento a largo plazo} = \frac{\text{Pasivo no Corriente}}{\text{Patrimonio}}$
<b>Estándar:</b> 0,40 a 0,60.

### ***Apalancamiento***

Se interpreta como el número de unidades monetarias de activos que se ha conseguido por cada unidad monetaria de patrimonio. Es decir, determina el grado de ayuda de los recursos internos de la empresa sobre los recursos de terceros. Entre más elevado la relación entre inversión y capital propio significa que el nivel de endeudamiento es más alto

$\text{Apalancamiento} = \frac{\text{activos totales}}{\text{patrimonio}}$
<b>Estándar:</b> Mayor o igual a 1.

### **Indicadores de Rentabilidad**

Los indicadores de rentabilidad son calculados con el fin de obtener una medida acerca de la efectividad que posee el departamento administrativo de la empresa analizada, para controlar el nivel de costos y gastos que se presentan durante su operación, mediante estos también es posible generar algunas ideas sobre el retorno adquirido por las inversiones que se han realizado sobre ésta. (Gómez et al , 2012)

Supercias (2022) la Superintendencia de Compañías Valores y Seguros en su portal de información aplica los siguientes indicadores de rentabilidad:

#### ***Rentabilidad neta del activo***

El indicador de rentabilidad neta del activo muestra la capacidad que tienen los activos de la empresa para generar valor, independiente de que tengan financiamiento con deuda o patrimonio. El resultado entre más alto mejor.

$\text{Rentabilidad neta del activo} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas}} * \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo total}}$
<b>Estándar:</b> mientras mayor sea mejor.

### ***Margen bruto***

Mide el porcentaje que queda de cada dólar de ventas después de que la empresa pagó sus bienes. Cuanto más alto es el margen de utilidad bruta, mejor, ya que es menor el costo relativo de la mercancía vendida. El indicador relaciona las ventas menos el costo de ventas con las ventas. Indica la cantidad que se obtiene de utilidad por cada UM de ventas, después de que la empresa ha cubierto el costo de los bienes que produce y/o vende.

<b>Margen bruto = <math>\frac{\text{venta} - \text{costo de venta}}{\text{ventas}}</math></b>
<b>Estándar: Mayor a 40%.</b>

### ***Margen operacional***

El margen operacional indica si la empresa es lucrativa o no, ya que para su cálculo no solo se toma en cuenta sólo los costos de las ventas, sino también los gastos operacionales de administración y ventas, el resultado puede ser negativo, ya que no se toma en cuenta los ingresos no operacionales. Para el indicador entre más alto mejor.

<b>Margen operacional = <math>\frac{\text{Utilidad operacional}}{\text{Ventas}}</math></b>
<b>Estándar: mientras mayor sea mejor.</b>

### ***Rendimiento sobre el patrimonio Roe***

Esta razón o indicador lo obtenemos dividiendo la utilidad neta entre el patrimonio neto de la empresa. Mide la rentabilidad de los fondos aportados por el inversionista. Este indicador permite determinar qué porcentaje del patrimonio es la utilidad de la empresa.

<b>Rendimiento sobre el patrimonio Roe = <math>\frac{\text{utilidad neta}}{\text{capital o patrimonio}}</math></b>
<b>Estándar: mientras mayor sea mejor.</b>

### **Informe**

El informe recoge información y hechos verificados y analizados por su autor. Información que, habiendo sido analizada, aporta una serie de respuestas, así como datos relevantes, a la organización de una institución o entidad. De esta forma, el objetivo es el uso de estos datos para, como recomendación del autor, resolver un determinado conflicto, o

situación indeseada, de la mejor forma posible. Un informe siempre se encuentra escrito en prosa informativa. Este recoge las recomendaciones, así como el análisis, del autor para solventar una determinada situación. (Morales, 2020)

### **Importancia**

El informe también sirve como base para acciones administrativas después de la investigación, permite al lector entender oportunamente lo que el investigador hizo, por qué lo hizo y los resultados de sus acciones. (Morales, 2020)

### **Objetivo de informe**

El objetivo de este informe puede ser informativo o resolutorio. Es decir, puede estar enfocado a informar sobre la situación financiera, o a expresar información sobre una serie de cambios que se consideran necesarios.

### **Características de un informe**

**Claro.** Se usa un lenguaje simple y directo para que sea comprendido por toda la audiencia a la que se dirige.

**Objetivo.** Se basa en hechos e información comprobable y no incluye las opiniones o punto de vista del redactor.

**Estructurado.** Responde a ciertos criterios y se expone siguiendo una estructura narrativa de: introducción, desarrollo y conclusión.

### **Tipos de informes**

Según Rojas (2021) existe diferentes tipos de informe entre ellos están:

**Informe inicial.** realizado algunos días después que la investigación fue abierta. Describe el progreso de la investigación y detalla las pistas, de haber alguna, de ser seguidas

**Informe de progreso.** En el sector privado una investigación puede durar meses y en el público permanecer abierta por años. Los informes de progreso o intermedios del estado del caso son entregados en intervalos fijos para detallar el progreso de la investigación y cualquier pista.

**Informe final.** Es el más importante y debe ser entregado de manera lógica bajo estas circunstancias: cuando la investigación es concluida satisfactoriamente, cuando todas las pistas han sido seguidas sin éxito y no se puede realizar alguna acción de investigación posterior o cuando su conclusión es autorizada por la persona que autorizó la apertura del caso.

## **Estructura de un informe**

Según Navarro (2022) la estructura de un informe son:

- Título
- Resumen
- Introducción
- Objetivos
- Materiales y método
- Resultados

## 5. Metodología

### Recolección de la información

Hace referencia a la información que será utilizada para aplicar los diferentes métodos y técnicas para el desarrollo del presente trabajo de integración curricular, en donde se analizó la información obtenida del instrumento de investigación y de los estados financieros de las empresas del sector comercio al por mayor y menor de alimentos bebidas y tabacos, ubicadas en la ciudad de Loja, basados en la información que se encuentran en la Superintendencia de Compañías Valores y Seguros, como lo son: el directorio de compañías y los estados financieros.

Para obtener la población se utilizó el directorio de compañías, el cual se basa en un directorio de todas las empresas que se encuentran bajo el control de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, en ellas se puede encontrar toda la información referente a la: fecha de creación, a su actividad económica, situación legal, ubicación, dirección, representantes legales, la presentación de su último balance y el capital de constitución.

La población que conformó la investigación son 37 empresas que realizan la actividad económica principal CIU, G4711 y G4630, a continuación, se presentan un cuadro correspondiente a las empresas que realizan la actividad del comercio al por mayor y menor de alimentos, bebida y tabacos, según el directorio de compañías de la Superintendencia de Compañías Valores y Seguros 2021.

**Tabla 1.**  
*Empresas encuestadas*

Nº	Empresas del sector comercio al por mayor y menor de alimentos bebidas y tabacos	Situación legal	Código CIU
1	Valltoagroindustria Cía. Ltda..	Activa	G4630.95
2	Comercializadora Cridis Cía. Ltda..	Activa	G4711.01
3	Distribimaxi S.A.	Activa	G4630.95
4	Comercializadora Dynans Cía.Ltda..	Activa	G4630.31
5	Comercializadora Ortegacom Cía.Ltda..	Activa	G4711.01
6	Imelda De Jaramillo Cía. Ltda..	Activa	G4711.01
7	Hoover Bermeo E Hijos Cía. Ltda..	Activa	G4711.01
8	Distribuidora Y Comercializadora De La Vega Cía. Ltda.	Activa	G4630.95

9	Importadora Loja Imporloja Cía. Ltda..	Activa	G4711.01
10	Amavi Liquor's Cía. Ltda..	Activa	G4630.95
11	I.M.C. Ruilova Cía. Ltda..	Activa	G4711.01
12	Comercializadora Ramirez Galvan Cía. Ltda..	Activa	G4711.01
13	Galtor Supermercado Galtorres & J.J Torres Cía.Ltda..	Activa	G4711.02
14	Corporacioncastel Cía.Ltda.	Activa	G4711.02
15	Dulcie S.A.	Activa	G4630.92
16	Distelia Comercializadora De Productos Cía.Ltda..	Activa	G4630.23
17	Importadora & Distribuidora Leiva Elizalde E Hijos Leh Cía.Ltda..	Activa	G4630.94
18	"La Casa Del Maestro Panificador" Lcmp S.A.S.	Activa	G4630.93
19	Aurelianatural S.A.S.	Activa	G4711.01
20	Tiendamas S.A.S.	Activa	G4711.02
21	Gaona & Rojas Internacional Grint S.A.S.	Activa	G4630.14
22	Lamanchadedonquijote S.A.S.	Activa	G4630.95
23	Alquimia Yato S.A.S.	Activa	G4630.14
24	Comercsur S.A.	Activa	G4630.31
25	Distribuidora Pineda Pineqvs C.L.	Activa	G4711.01
26	Amaviliquors Cía.Ltda..	Activa	G4630.95
27	Comercializadora Productos Masivos Copromacom S.A.	Activa	G4630.94
28	Idmas Importadora & Distribuidora Cía.Ltda..	Activa	G4630.92
29	Pinza & Gaona Comercializadora Pgcom S.A.S.	Activa	G4630.14
30	Corporación Amore Cielo Amorecielocorp S.A.S.	Activa	G4711.01
31	Alprocom S.A.S.	Activa	G4630.14
32	Balcazarcorp Cía.Ltda..	Activa	G4630.22
33	Industrias Allikana S.A.S.	Activa	G4630.21
34	Silicochem Cía.Ltda..	Activa	G4630.23
35	Arcosurloja Cía.Ltda..	Activa	G4711.01
36	Licoresdexter S.A.S.	Activa	G4630.95
37	Distriquip Quizhpe&Pineda Cía.Ltda.	Activa	G4630.92

**Nota:** Obtenido de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.

Para efectos de poder aplicar los indicadores financieros a las empresas del sector comercio al por mayor y menor de alimentos, bebidas y tabacos, se consideró solo las empresas que tengan su información financiera actualizada y disponible al 2021, ya que en algunos casos los datos financieros no se pueden observar, lo que dificulta la aplicación de los indicadores financieros al no tener los datos. Por lo que a continuación se muestra un cuadro de empresas que tiene la información actualizada y disponible.

**Tabla 2.**  
*Empresas con estados financieros 2021.*

N°	Empresas del sector comercio al por mayor y menor de alimentos bebidas y tabacos con información financiera 2021	Situación legal	Código CIU
1	Distribimaxi S.A.	Activa	G4630.95
2	Comercializadora Ortegacom Cía.Ltda..	Activa	G4711.01
3	Imelda De Jaramillo Cía. Ltda..	Activa	G4711.01
4	Hoover Bermeo E Hijos Cía. Ltda..	Activa	G4711.01
5	Distriquip Quizhpe&Pineda Cía.Ltda..	Activa	G4630.92
6	Comercializadora Ramirez Galvan Cía. Ltda..	Activa	G4711.01
7	Galtor Supermercado Galtorres & J.J Torres Cía.Ltda..	Activa	G4711.02
8	Corporacioncastel Cía. Ltda..	Activa	G4711.02
9	Dulcie S.A.	Activa	G4630.92
10	Amaviliquors Cía.Ltda..	Activa	G4630.95
11	Idmas Importadora & Distribuidora Cía.Ltda..	Activa	G4630.92
12	Arcosurloja Cía.Ltda..	Activa	G4711.01

**Nota:** obtenido de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.

### **Métodos de investigación**

#### ***Método científico***

La aplicación de este método, aportó la rigurosidad y pertinencia para recoger la información mediante la lectura de libros, artículos científicos, páginas de internet, etc., con el fin de identificar las bases teóricas en función a los factores internos financieros económico que influyen en el crecimiento del sector comercio, permitiendo que los resultados obtenidos estén relacionados con las bases teóricas expresadas por varios autores.

### ***Método deductivo***

Se lo aplicó para la recopilación y análisis de la información referente a los temas que se va utilizar como son: datos de las Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, referente a la información financiera de la empresas, crecimiento empresarial, factores internos, e indicadores financieros que permitirán medir la liquidez, solvencia, rentabilidad y endeudamiento, con la finalidad de llegar a conclusiones particulares respecto de la eficiencia económica y a los factores internos económico financieros que influyen en el crecimiento del sector comercio.

### ***Método inductivo***

Permitió analizar las generalidades del proyecto de integración curricular y así facilitar el estudio de sus diferentes componentes, con el fin aplicar indicadores financieros y con base en establecer conclusiones generales acerca de las condiciones financieras que se encuentran las empresas seleccionadas, de tal manera determinar los factores que influyen el crecimiento del sector comercio, y si estos inciden de forma positiva o negativa en el sector antes mencionado. Y para sustentar las predicciones realizadas con la aplicación de los indicadores; se realizó una encuesta a los gerentes y contadores de las empresas seleccionadas del sector comercio.

### ***Método analítico***

Se lo utilizó para el tratamiento de la información financiera de las empresas y el análisis de indicadores financieros aplicados, ya que de esta manera se pueden identificar las falencias que tiene este sector, para luego brindar recomendaciones a las empresas para que puedan alcanzar un crecimiento empresarial.

### ***Método sintético***

Ayudó a clasificar y resumir la información más relevante obtenida de la Superintendencia de Compañía Valores y Seguros sobre las empresas del sector comercio por mayor y menor de alimentos, bebidas y tabacos, de tal manera obtener información financiera exacta y aplicar indicadores financieros y así determinar los factores internos económico financieros, ya que dará a conocer la situación financiera de las empresas y se podrán plantear conclusiones y recomendaciones específicas.

### ***Método matemático***

Se lo utilizó para realizar los diferentes cálculos y operaciones, ya que hará posible la obtención de porcentajes y valores exactos, para llegar a medir la posición financiera de las

empresas seleccionadas al fin de sustentar con datos matemáticos y estadísticos los factores que influyen en el crecimiento empresarial del sector comercio.

### ***Método estadístico***

Fue útil para definir y cuantificar las relaciones entre diferentes variables que resultan de la recolección, recuento, presentación, síntesis y análisis de datos estadísticos obtenidos de la encuesta aplicada a los gerentes y contadores de las empresas del sector comercio al por mayor y menor de alimentos bebidas y tabaco, para conocer los factores internos económico financieros que ellos consideran que influyen en el crecimiento del sector comercio.

### **Técnicas de investigación**

#### ***Observación***

La observación permitió conocer de una forma directa la situación de las empresas del sector comercio mediante la constatación de hechos, sucesos y evidencias, para obtener información confiable sobre los factores que influyen en crecimiento empresarial, ya que esta información sustenta el proyecto de integración curricular.

#### ***Recopilación bibliográfica***

Esta técnica es fundamental para el desarrollo del proyecto de integración curricular, ya que, mediante la información de fuentes secundarias como libros, revistas, publicaciones, internet, bibliotecas virtuales, etc., Se obtuvo las bases teóricas confiables para el sustento y desarrollo del proceso de investigación.

### **Instrumento de investigación**

#### ***Encuesta***

La encuesta se aplicó a los gerentes y contadores de las empresas del sector comercio, al por mayor y menor de alimentos, bebidas y tabacos, de la ciudad de Loja para la recolección de información referente a los factores económico financiero que influyen en su crecimiento, el instrumento está basado en un cuestionario de 33 preguntas estructuradas con base en la problemática que enfrentan las empresas, de tal manera de obtener información fiable que pueda ser interpretada y sacar conclusiones.

## 6. Resultados

La provincia de Loja es una de las principales zonas en donde la comercialización al por mayor y menor de alimentos, bebidas y tabacos, es una de las principales actividades que se desarrolla; según el último censo económico realizado el 2010, la mayor parte de la economía de la provincia se basa en el comercio con un 53%, según datos de INEC en ciudad de Loja existen un total de 19.184 locales comerciales de los cuales dedicadas a la venta por mayor y menor de alimentos y bebidas, donde se incluyen tiendas de barrio, bodegas, distribuidoras, micromercados, supermercados, de manera que se puede observar que el sector comercio sobresale llegando a convertirse en una actividad primordial, ya que la comercialización de alimentos, bebidas y tabacos, aumentará proporcionalmente al crecimiento poblacional, al volumen de consumo y a los precios de los productos. Así mismo es un sector altamente atractivo para la inversión y con mucho potencial de crecimiento.

### **Análisis e interpretación de la encuesta**

En la ciudad de Loja existen 37 empresas que tienen como actividad económica principal el comercio al por mayor y menor de alimentos bebidas y tabacos, las cuales fueron objeto de estudio, según la base de datos de la Superintendencia de Compañías Valores y Seguros 2021, con base en la información proporcionada por medio de la encuesta se procedió al análisis e interpretar.

### **Dirigido al gerente**

#### **1. ¿Tiene conocimiento sobre la situación económica financiera actual de la empresa?**

**Tabla 3.**

*Situación financiera de la empresa.*

<b>Alternativas</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>a. Si</b>	37	100%
<b>b. No</b>	0	0%
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100%</b>

#### **Interpretación:**

De acuerdo al análisis de los resultados de las encuestas aplicadas a las 37 empresas de sector comercio al por mayor y menor de alimentos bebidas y tabacos, de la ciudad de Loja, el 100% de los gerentes encuestados conocen la situación económica financiera de las empresas. En la actualidad los administradores de las empresas deben mantenerse informados de todas actividades que se realizan en las empresas, de tal manera que les permita la correcta toma de decisiones basada en la información confiable.

**2. ¿Cuál de los siguientes estados financieros utiliza y analiza la empresa para controlar la situación económica- financiera?**

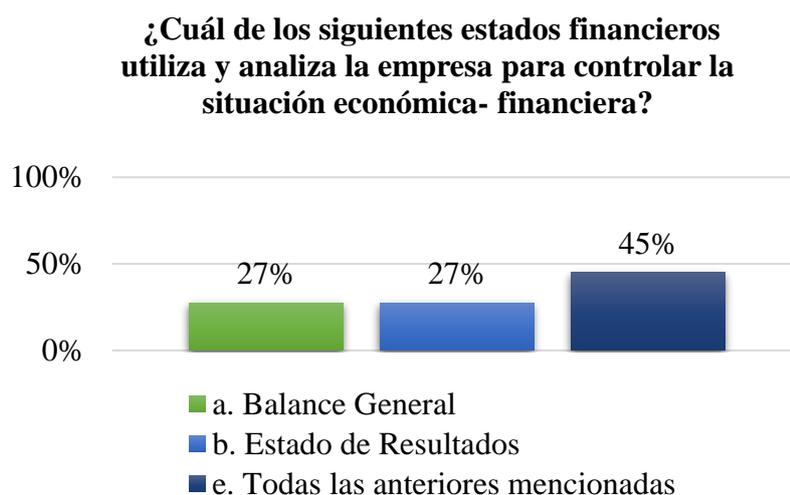
**Tabla 4.**

*Estados financieros para controlar la situación económico-financiera.*

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
a. Balance General	14	27%
b. Estado de Resultados	14	27%
c. Estado de Flujo de Efectivo	0	0%
d. Estado de Cambios en el Patrimonio	0	0%
e. Todas las anteriores mencionadas	23	45%
<b>Total</b>	<b>51</b>	<b>100%</b>

**Figura 1.**

*Estados financieros para controlar la situación económica-financiera.*



**Interpretación:**

De las encuestas realizadas a los gerentes de las empresas se determinó que utilizan y analizan el balance general con un porcentaje del 27% que representan 14 empresas, por tanto se interpreta que el análisis les ayuda a conocer la posición financiera que tiene la empresa en un determinado periodo, además el análisis de balance general lo utilizan por su fácil comprensión y los valores detallados de los activos, pasivos y patrimonio, así mismo señalaron estas empresas que también utilizan el estado de resultados, en donde se encuentran toda la información referente a los ingresos, gastos y costos, esto se debe a que ayuda a la toma de decisiones referente al control operativo de las empresas, con un porcentaje del 45% que

representan las 23 empresas utilizan los 4 estados financieros que son: balance general, estado de resultados, el estado de flujo del efectivo y el estado de cambios en el patrimonio, el análisis de todos los estados financieros dará mayor conocimiento de la situación económica-financiera de las empresas, la cual permite tomar decisiones basados en la capacidad administrativa y financiera.

### 3. ¿En qué nivel considera que se encuentra el proceso de gestión y toma de decisiones de la empresa?

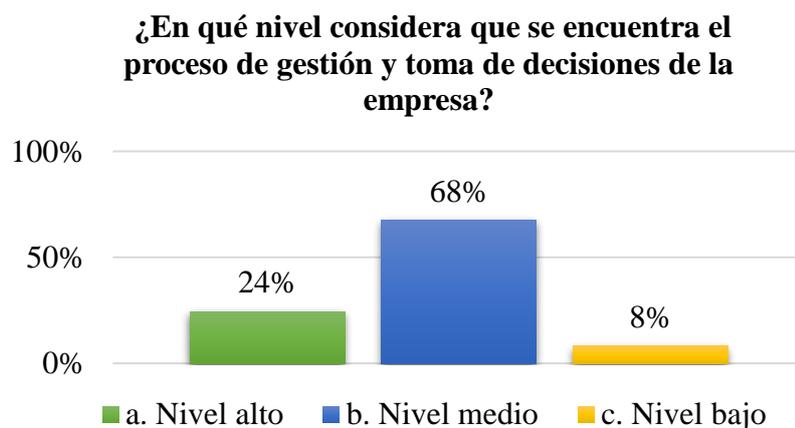
**Tabla 5.**

*Nivel del proceso de gestión.*

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
a. Nivel alto	9	24%
b. Nivel medio	25	68%
c. Nivel bajo	3	8%
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100%</b>

**Figura 2.**

*Nivel de proceso de gestión.*



#### **Interpretación:**

El 68% que representan 25 empresas señalaron que el proceso de gestión y toma de decisiones se mantienen en un nivel medio, esto se debe a que la implementación de procesos estructural e integral resulta muy complicado por una serie de problemas de comunicación y establecimiento de prioridades, ya que las empresas manejan procesos tradicionales, mientras que el 24% que representan 9 empresas señalaron el nivel alto, en donde existe un control más estructurado y estricto, y con un porcentaje reducido 8% que representan 3 empresas el control es de nivel bajo.

#### 4. ¿Cuál es la incidencia de la gerencia en las operaciones de la empresa?

**Tabla 6.**

*Incidencia en las operaciones.*

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
a. La gerencia se involucra en las operaciones empresariales	30	81%
b. La gerencia no interviene en la parte operativa de la empresa.	7	19%
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100%</b>

**Figura 3.**

*Incidencia en las operaciones.*



#### **Interpretación:**

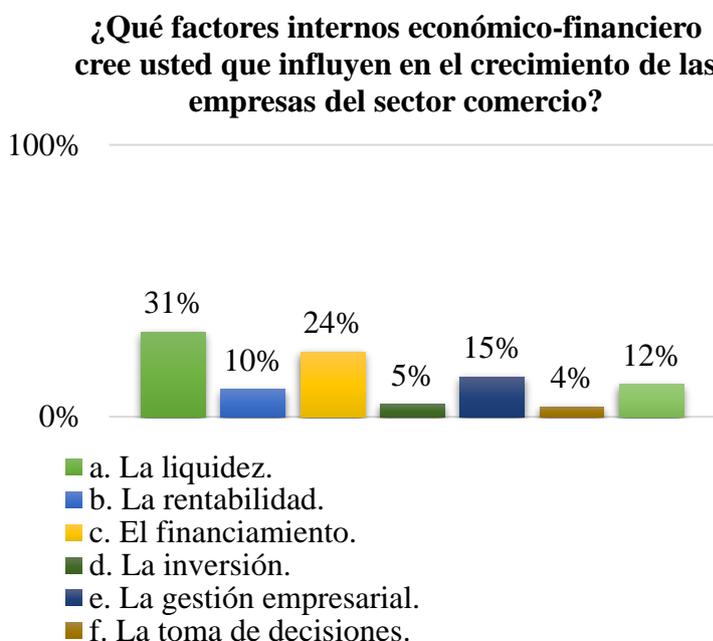
El 81% de las empresas señalaron que la gerencia se involucra en todas las actividades operativas de las empresas, lo cual se interpreta que la gerencia tiene un rol importante en la administración y control de los procesos empresariales, de modo que permita monitorear las actividades que realizan las diferentes áreas de las empresas a fin de aumentar la eficiencia y productividad, a diferencia del 19% que representan 7 empresas señalaron que la gerencia no interviene en todas las operaciones y actividades empresariales, en donde existe descoordinación de la gerencia con los procesos internos de las empresas, limitando su rendimiento y capacidad de ser más competitiva.

#### 5. ¿Qué factores internos económico-financieros cree usted que influyen en el crecimiento de las empresas del sector comercio? (Puede marcar más de una alternativa).

**Tabla 7.**  
*Factores internos económicos-financieros.*

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
a. La liquidez.	34	31%
b. La rentabilidad.	11	10%
c. El financiamiento.	26	24%
d. La inversión.	5	5%
e. La gestión empresarial.	16	15%
f. La toma de decisiones.	4	4%
g. Falta de aplicación de la planeación financiera.	13	12%
<b>Total</b>	<b>109</b>	<b>100%</b>

**Figura 4.**  
*Factores internos económicos-financieros.*



**Interpretación:**

De los datos obtenidos de las encuestas realizadas a los gerentes de las empresas se interpreta que los factores económico-financieros que influyen el crecimiento de las empresas son: la liquidez con un porcentaje del 31% esto se debe a que influye directamente en la capacidad económica- financiera de cumplir con sus obligaciones con terceros, con un 24% está el financiamiento, cuyo aporte contribuye al desarrollo y competitividad de las empresas, en donde el tipo y condiciones del financiamiento inciden de forma significativa en la sostenibilidad de las empresas, con un 15% y 12% están la gestión empresarial y la falta de planeación financiera en donde la ausencia de una adecuada gestión y planificación de los

recursos materiales, financieros y humanos a condicionado a las empresas en sus planes a corto y largo plazo, limitando su rendimiento y productividad.

**6. ¿Con la alta competencia en el sector comercio qué variables cree que ha tenido mejor desempeño la empresa?**

**Tabla 8.**  
*Desempeño de la empresa.*

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
a. Atención al cliente	8	22%
b. Calidad de producto	15	41%
c. Precios	7	19%
d. Gama de productos ofrecidos	5	14%
e. Tiempo de entrega	2	5%
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100%</b>

**Figura 5.**  
*Desempeño de la empresa.*



**Interpretación:**

De las encuestas realizadas a los gerentes consideran que la calidad del producto es una de las principales variables que ha tenido mejor desempeño las empresas, con un porcentaje del 41% que son 15 empresas, lo cual se interpreta que ayuda a incrementar las ventas y a mejorar la imagen y reputación de las empresas, por consiguiente, alcanzan sus metas u objetivos relacionados con el mejoramiento continuo que ayuden a añadir valor agregado a las empresas, de tal manera de anticiparse a competencia, con un 22% señalaron que la atención

al cliente, es decir que aspectos como amabilidad, calidad, eficacia, calidez y experiencia del servicio influyen en el desempeño de las empresas, con un 19% está el precio que en el sector comercio es la principal variable que algunos consumidores analizan al momento de realizar una compra, por lo que influye directamente en captar clientes, en donde por la competencia en el mercado muchas empresas buscan implementar estrategias para reducir costos para que los precios sean atractivos al consumidor.

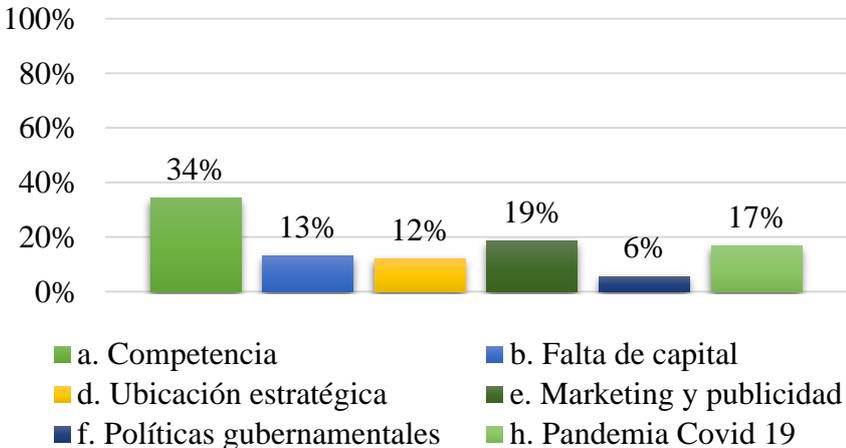
**7 ¿Cuáles considera que han sido los principales obstáculos que no han permitido lograr un crecimiento adecuado de la empresa?**

**Tabla 9.**  
*Obstáculos del crecimiento empresarial.*

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
a. Competencia	37	34%
b. Falta de capital	14	13%
c. Ubicación estratégica	13	12%
e. Marketing y publicidad	20	19%
f. Políticas gubernamentales	6	6%
g. Desastres naturales	0	0%
h. Pandemia COVID 19	18	17%
<b>Total</b>	<b>108</b>	<b>100%</b>

**Figura 6.**  
*Obstáculos del crecimiento empresarial.*

**¿Cuáles considera que han sido los principales obstáculos que no han permitido lograr un crecimiento adecuado de la empresa?**



## Interpretación:

De las encuestas realizadas a los gerentes de las empresas consideran que los principales obstáculos que no ha permitido un crecimiento adecuado son la competencia y el marketing y publicidad con un porcentaje del 34% y el 19%, Se puede apreciar que las empresas del sector comercio por la actividad que realizan y las condiciones del entorno, ha condicionado a implementar estrategias que ayuden a hacer frente sus competidores, en donde la alta competencia en el sector ha limitado su crecimiento, así mismo el marketing y publicidad es clave para atraer clientes e incrementar las ventas, ya que la comercialización es una cuestión de imagen y de cómo se presente los productos al consumidor, con un 17% señalaron que la pandemia COVID 19, que en el último año ha limitado su crecimiento por la situación mundial, lo que afectó severamente a los mercados laborales, las economías y las empresas interrumpiendo el comercio y las cadenas de suministro, y con un porcentaje del 13% y 12% está la falta de capital y ubicación estratégica, en donde estos dos factores tienen gran impacto e influencia en los ingresos, en su posición competitiva, y limitando su crecimiento.

## 8.- ¿Cómo se controla el sistema administrativo de la empresa?

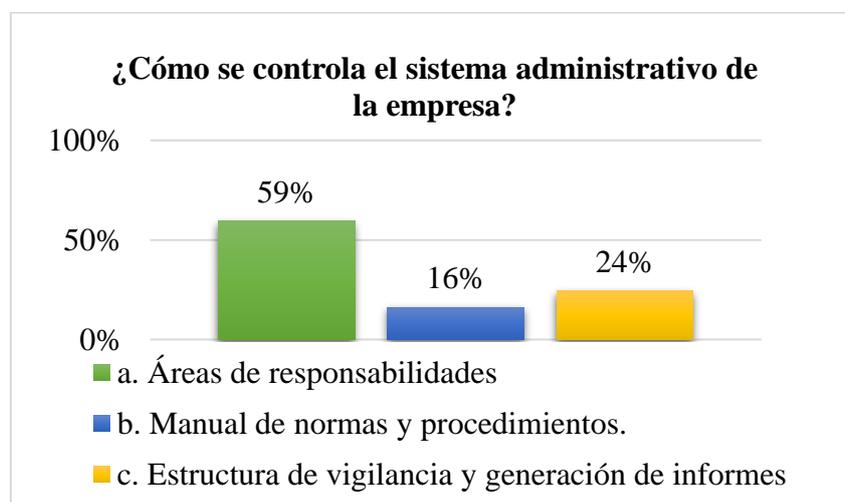
**Tabla 10.**

*Controlar del sistema administrativo.*

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
a. Áreas de responsabilidades	22	59%
b. Manual de normas y procedimientos.	6	16%
c. Estructura de vigilancia y generación de informes de informes	9	24%
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100%</b>

**Figura 7.**

*Controlar del sistema administrativo.*



## Interpretación:

Para conocer cómo se controla el sistema administrativo de la empresa se aplicó una encuesta a los gerentes en donde se obtuvo con un 59% que representan 22 empresas designan áreas de responsabilidades para cada departamento, ya que ayuda a verificar y controlar las acciones que realizan cada trabajador de las empresas, este proceso es clave para cumplir metas y objetivos, en donde el control de las actividades comprende, la planificación, organización, dirección y control, de tal manera que se maximice el rendimiento de los recursos económicos, materiales y humanos de la empresa a diferencia del 24% que son 9 empresas señalaron que se controla el sistema administrativo con la vigilancia y generación de informes, ya que ofrecen la ventaja de constituir archivos que puedan ser almacenados y analizados con la finalidad de ser utilizados para la correcta toma de decisiones.

## 9. ¿Considera usted que implementando estrategias financieras permitirá fortalecer las actividades de la empresa?

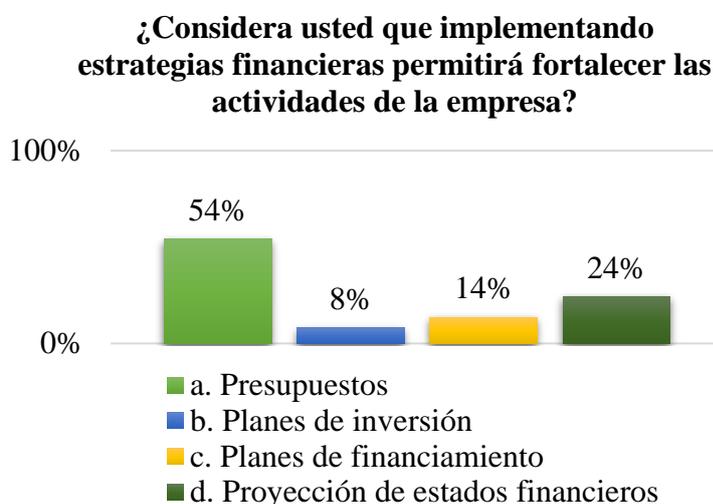
**Tabla 11.**

*Estrategias financieras.*

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
a. Presupuestos	20	54%
b. Planes de inversión	3	8%
c. Planes de financiamiento	5	14%
d. Proyección de estados financieros	9	24%
e. Otros	0	0%
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100%</b>

**Figura 8.**

*Estrategias financieras.*



## Interpretación:

De las encuestas realizadas a los gerentes de las empresas consideran que las principales estrategias financieras que permitan fortalecer las actividades de la empresa son la elaboración de presupuestos y la proyección de estados financieros con un porcentaje del 54% y el 24%, que representan 20 y 9 empresas, ya que les ayuda a controlar de mejor manera todas las actividades financieras, esto se interpreta que las empresas del sector comercio tiene que implementar y elaborar presupuestos, proyecciones y planes, que ayuden a determinar el desenvolvimiento que pueden tener las empresas en un futuro determinado, y de esta manera poder estimar las posibles utilidades o pérdidas, para así mejorar la gestión del riesgo y mitigar sus impactos en el rendimiento de las empresas.

### 10. ¿En qué grado de automatización se ha orientado la gestión para controlar los procesos empresariales?

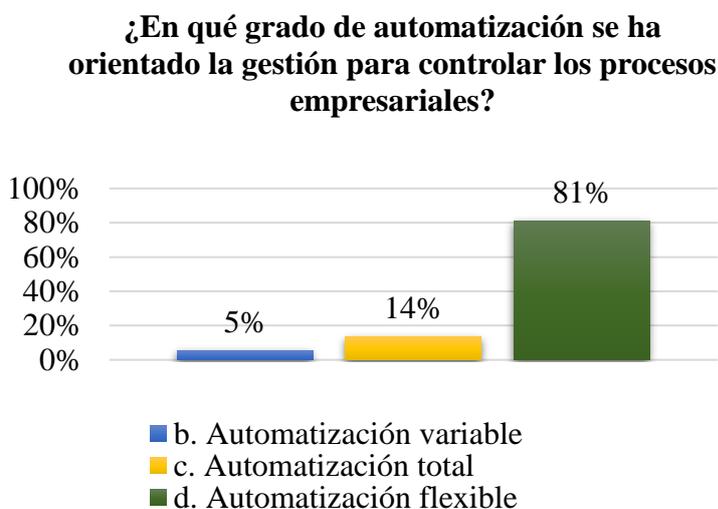
**Tabla 12.**

*Automatización de la gestión.*

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
a. Automatización fija	0	0%
b. Automatización variable	2	5%
c. Automatización total	5	14%
d. Automatización flexible	30	81%
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100%</b>

**Figura 9.**

*Automatización de la gestión.*



### Interpretación:

En el grado de automatización que se maneja para controlar la gestión de los procesos empresariales se obtuvo con un 81% que son 30 empresas que manejan una automatización flexible por lo tanto se controla de forma manual y computarizada, en la actualidad las empresas están expuestas a cambios constantes que surgen del entorno económico, es decir que cada vez se enfrentan a grandes cambios revolucionarios, por esta razón la implementación de tecnologías que permitan controlar, planificar, organizar y automatizar las actividades financieras y administrativas que realizan en las empresas, es clave para mejorar la eficiencia y facilitar la mejor toma de decisiones en todos los procesos empresariales.

### Dirigido al contador

#### 1- ¿La empresa realiza el análisis a los estados financieros presentados?

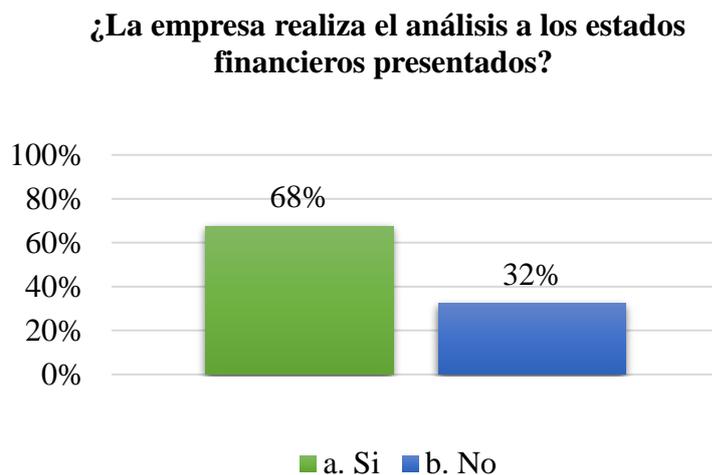
**Tabla 13.**

*Análisis de estados financieros.*

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
a. Si	25	68%
b. No	12	32%
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100%</b>

**Figura 10.**

*Análisis de estados financieros.*



### Interpretación:

El 68% de las empresas encuestadas que representan el 25 empresas, señalaron que si realizan el análisis de los estados financieros que presentan en cada periodo, ya que estos le facilitan el control y administración de todos los recursos de las empresas, de tal manera de

maximizar su rendimiento y crecimiento, el 32% de las empresas no realizan análisis de los estados financieros, debido a que no cuentan con el personal capacitada para realizar una análisis adecuado, en consecuencia genera no tener la información económica financiera adecuada y útil que permita conocer la capacidad de la administración para utilizar con eficacia los recursos de las empresas.

## 2. ¿Señale qué técnicas de análisis financiero se manejan en la empresa?

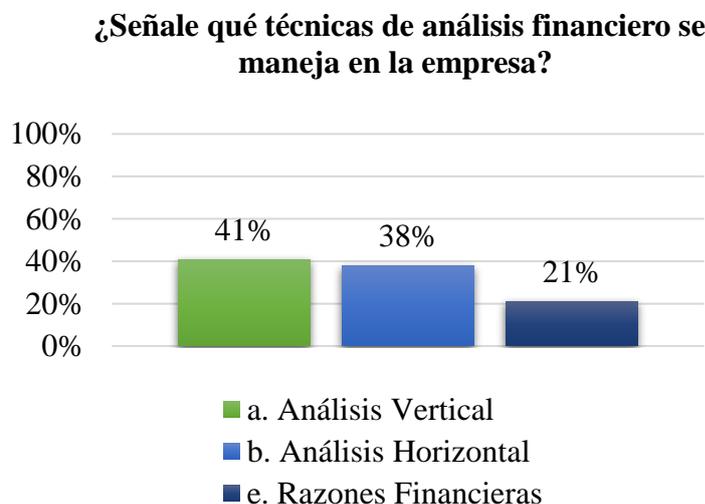
**Tabla 14.**

*Técnicas de análisis financiero.*

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
a. Análisis Vertical	29	41%
b. Análisis Horizontal	27	38%
c. Análisis de tendencias	0	0%
d. Comparación	0	0%
e. Razones Financieras	15	21%
f. Otros	0	0%
<b>Total</b>	<b>71</b>	<b>100%</b>

**Figura 2.**

*Técnicas de análisis financiero.*



### **Interpretación:**

Las técnicas de análisis financiero que aplican las empresas con un porcentaje de respuestas del 41% y 38% se encuentran el análisis vertical y horizontal, puesto que le ayudan a determinar la composición de la estructura financiera en un periodo determinado y a establecer los incrementos o disminuciones que ha sufrido una partida financiera, a diferencia del 21% de

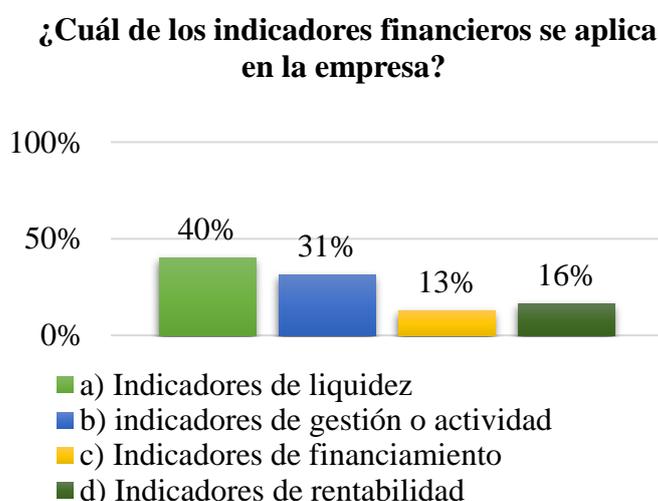
las respuestas señalaron que utilizan los indicadores financieros, ya que dan a conocer el desempeño de la empresa y comparar con estándares promedio del sector, además facilitar la administración de los recursos financieros y que todas las decisiones empresariales vayan encaminadas a maximizar su rendimiento y crecimiento de las empresas.

### 3. ¿Cuál de los indicadores financieros se aplica en la empresa?

**Tabla 15.**  
*Indicadores financieros.*

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
a) Indicadores de liquidez	32	.40%
b) Indicadores de gestión o actividad	25	31%
c) Indicadores de financiamiento	10	13%
d) Indicadores de rentabilidad	13	16%
e) Ninguno	0	0%
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

**Figura 12.**  
*Indicadores financieros.*



#### **Interpretación:**

El 40% y 31% de las respuestas obtenidas aplican indicadores financieros de liquidez y de gestión o actividad, debido a que estos ayudan a determinar si las empresas tienen niveles óptimos de liquidez y medir el nivel de eficiencia con la cual se administran los recursos, con un 16% y 13% de respuestas que mencionan que aplican indicadores de rentabilidad y financiamiento, los cuales determinan la capacidad de las empresas de ser sostenibles en el tiempo y el nivel de endeudamiento que puede asumir si comprometer su supervivencia y su patrimonio.

**4. ¿Qué factores internos económico-financieros cree usted que influyen en el crecimiento de las empresas del sector comercio? (Puede marcar más de una alternativa).**

**Tabla 16.**

*Factores internos económico-financieros.*

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
a. Liquidez	37	34%
b. Rentabilidad	16	15%
c. Financiamiento	31	28%
d. Inversión	0	0%
e. Gestión empresarial	14	13%
f. Toma de decisiones	0	0%
g. Falta de aplicación de la planeación financiera	11	10%
<b>Total</b>	<b>109</b>	<b>100%</b>

**Figura 13.**

*Factores internos económico-financieros.*



**Interpretación:**

De los datos obtenidos de las encuestas realizadas a los contadores de las empresas se interpreta que los factores económico-financieros que influyen el crecimiento de las empresas son: la liquidez con un porcentaje del 34% esto se debe a que influye directamente en la capacidad económica- financiera de cumplir con sus obligaciones con terceros, con un 28% está el financiamiento, el cual contribuye al desarrollo y competitividad de las empresas, en donde el tipo y condiciones del financiamiento inciden de forma significativa en la sostenibilidad, con un 13% están la gestión empresarial por tanto se interpreta que la falta de una adecuada gestión y planificación de los recursos materiales, financieros y humanos ha

condicionado a las empresas en sus planes a corto y largo plazo, limitando su rendimiento y productividad.

**Indicador: liquidez**

**5. ¿Qué tipo de registro lleva la empresa para el control de las cuentas por cobrar a fin de tener en cuenta el vencimiento de las fechas de cobranza?**

**Tabla 17.**  
*Control de cuentas por cobrar.*

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
a. Auxiliar de cuentas por cobrar	0	0%
b. registros computarizados	37	100%
c. otros indique cuales:	0	0%
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100%</b>

**Interpretación:**

El 100% de las encuestas realizadas a los contadores de las empresas llevan registros computarizados para el control de las cuentas por cobrar, de forma que se interpreta que manejan sistemas contables para el registro y control de las transacciones financieras. En las empresas los sistemas contables han cambiado la forma en que se controla las finanzas, lo que ha facilitado el registro y administración de las cuentas por contables.

**6. ¿Se considera fundamental conceder créditos para el crecimiento y desarrollo de la empresa?**

**Tabla 18.**  
*Otorgar créditos.*

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
a. Si	37	100%
b. No	0	0%
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100%</b>

**Interpretación:**

El 100% de las empresas encuestadas señalaron que, si consideran fundamental otorgar créditos, ya que, por la alta competitividad de sector, se requiere otorgar crédito y plazo de pago demasiado largos, por esta razón se debe crear políticas de crédito y cobranza, que eviten un riesgo de morosidad e incobrabilidad de las cuentas por cobrar, de tal manera de mantener niveles óptimos de liquidez y cumplir con las obligaciones financieras.

**7. ¿La empresa cuenta con ingresos suficientes que pueda cubrir sus obligaciones sin comprometer su liquidez?**

**Tabla 19.**

*Ingresos suficientes para cubrir sus obligaciones.*

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
a. Si	14	38%
b. No	23	62%
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100%</b>

**Figura 14.**

*Ingresos suficientes para cubrir sus obligaciones.*



**Interpretación:**

El 62% de las empresas encuestadas que representan 23 empresas, señalaron que no cuentan con los ingresos suficientes, lo cual se interpreta que no tienen los recursos para cubrir con sus obligaciones sin comprometer su liquidez, en consecuencia, es necesario tener estrategias para aumentar las ventas y generar mayor rentabilidad.

**8. ¿Cuáles de los siguientes procedimientos financieros aplica la empresa en las diferentes actividades empresariales?**

**Tabla 20.**

*Procedimientos financieros.*

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
a. Arqueos de caja	0	0%
b. Conciliaciones bancarias	0	0%
c. Gestión de cobros y pagos	0	0%
d. Control de inventario	0	0%
e. Todas las anteriores	37	100%
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100%</b>

**Interpretación:**

El 100% señalaron que aplican todos los procedimientos financieros como el arqueo de caja, conciliaciones, gestión de los cobros y pagos y el control de inventarios, en donde se interpreta que al trabajar con sistemas contables facilita la aplicación de estos procedimientos en las diferentes actividades diarias. Las empresas del sector comercio deben poner más atención a las operaciones de control que se realizan, ya que la ausencia de procedimientos financieros suele producir errores entre los documentos fuente y su registro contable, en consecuencia, puede llegar a afectar el rendimiento a corto y largo plazo.

### 9. ¿Qué factores considera que influyen en la liquidez de la empresa?

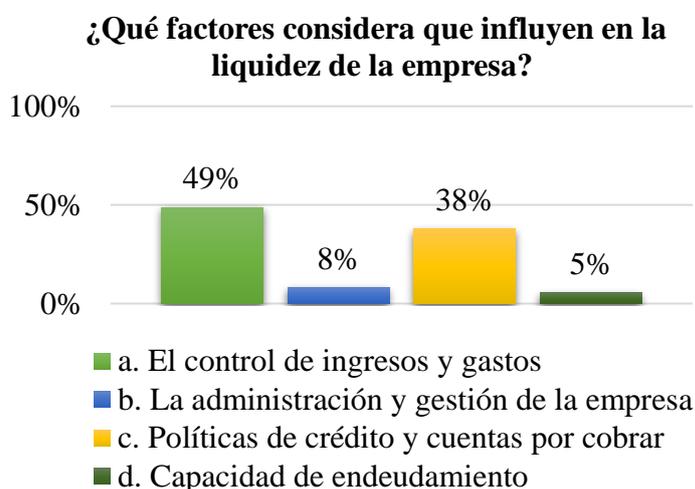
**Tabla 21.**

*Factores que influyen en la liquidez.*

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
a. El control de ingresos y gastos	18	49%
b. La administración y gestión de la empresa	3	8%
c. Políticas de crédito y cuentas por cobrar	14	38%
d. Capacidad de endeudamiento	2	5%
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100%</b>

**Figura 15.**

*Factores que influyen en la liquidez.*



#### **Interpretación:**

Dentro de los factores que influyen en la liquidez se encuentra con un porcentaje del 49% y 38% que representan 18 y 14 empresas, señalaron que el control de los ingresos y gastos, y las políticas de crédito y cuentas por cobrar, en donde se interpreta que la liquidez de una empresa es fundamental en especial en el sector comercio, puesto que por la naturaleza de la actividad es importante identificar los factores que influyen en la liquidez y como implementar

estrategias que permitan generar suficiente dinero en efectivo, y esto se logra con la implementación de políticas de crédito que ayuden a establecer estándares para el manejo adecuados de los ingresos y gastos, para así que las empresas puedan cumplir con su obligaciones a corto plazo, y así lograr niveles óptimos de liquidez.

### 10. ¿Señale que herramientas de gestión permiten controlar la liquidez?

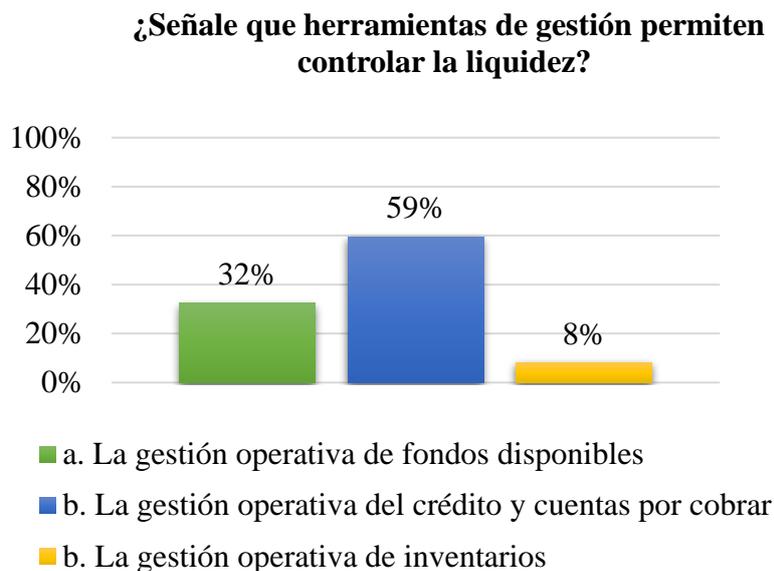
**Tabla 22.**

*Herramientas de gestión control la liquidez.*

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
a. La gestión operativa de fondos disponibles	12	32%
b. La gestión operativa del crédito y cuentas por cobrar	22	59%
b. La gestión operativa de inventarios	3	8%
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100%</b>

**Figura 16.**

*Herramientas de gestión control la liquidez.*



### Interpretación:

Las herramientas de gestión que aplican las empresas para controlar su liquidez con un porcentaje del 59% que representan 22 empresas es la gestión operativa del crédito y cuentas por cobrar, debido a que es la principal herramienta que permite conocer y controlar el nivel de crédito y liquidez, en donde se concentran gran parte del flujo del efectivo, en consecuencia es

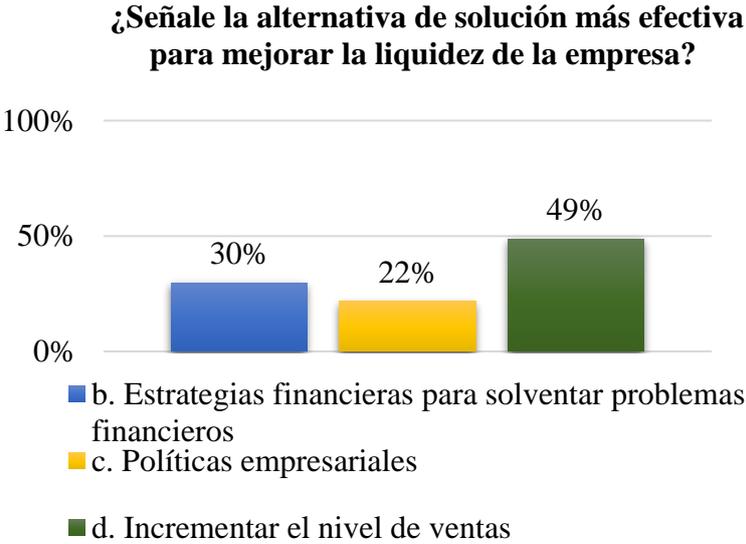
necesario gestionar y administrar los fondos, de tal manera que puedan cubrir sus obligaciones, sin recurrir al financiamiento.

**11. ¿Señale la alternativa de solución más efectiva para mejorar la liquidez de la empresa?**

**Tabla 23.**  
*Soluciones para mejorar la liquidez.*

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
a. Manual de procedimientos financieros	0	0%
b. Estrategias financieras para solventar problemas financieros	11	30%
c. Políticas empresariales	8	22%
d. Incrementar el nivel de ventas	18	49%
e. Toma de decisiones	0	0%
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100%</b>

**Figura 17.**  
*Soluciones para mejorar la liquidez.*



**Interpretación:**

El 49% de las empresas encuestadas que representan 18 empresas mencionaron que la alternativa más efectiva para mejorar la liquidez es incrementar el nivel de ventas, ya que esto ayuda a tener mayor liquidez, así mismo con un porcentaje de 30% que representan 11 empresas está la implementación de estrategias financieras para solventar problemas como mejorar la atención al cliente, reducir gastos innecesarios, utilizar herramientas de ventas, promociones, entre otros, para así incrementar las ventas y por ende los ingresos, y con un porcentaje reducido

del 22% que representan 8 empresas están las políticas empresariales que estén destinadas a mejorar la liquidez.

**Indicador: gestión o actividad**

**12. ¿Considera que la rotación de inventarios es un factor determinante que influyen en el crecimiento a futuro de la empresa?**

**Tabla 24.**  
*Rotación de inventarios.*

<b>Alternativas</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
a. Si	37	100%
b. No	0	0%
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100%</b>

**Interpretación:**

El 100% de las empresas encuestadas , señalaron que la rotación de inventarios está vinculada a su competitividad y rendimiento, puesto que se infiere a que es un factor determinante que influyen en el crecimiento a futuro de las empresas, en donde por la gran cantidad de mercadería que tiene para la venta, es fundamental que existe un adecuada rotación de inventario, de igual forma es importante gestionar la cadena de suministros de forma eficiente desde el proveedor hasta el cliente, de manera permita analizar la fijación de precios, la demanda de productos, la calidad y los costos.

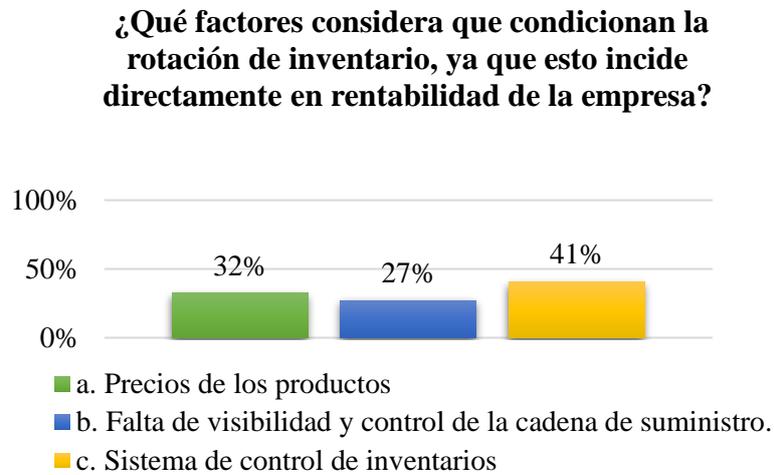
**13. ¿Qué factores considera que condicionan la rotación de inventario, ya que esto incide directamente en la rentabilidad de la empresa?**

**Tabla 25.**  
*Factores que influyen en la rotación de inventarios.*

<b>Alternativas</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
a. Precios de los productos	12	32%
b. Falta de visibilidad y control de la cadena de suministro.	10	27%
c. Sistema de control de inventarios	15	41%
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100%</b>

**Figura 18.**

*Factores que influyen en la rotación de inventarios.*



**Interpretación:**

15 empresas que representan el 41%, señalaron que los factores que condicionan la rotación de inventarios es el sistema de control de inventarios, ya que por la gran cantidad de inventario es un factor determinante que influyen en la rentabilidad de la empresa, con un porcentaje de 32% que representan 12 empresas está los precios de los productos, en donde los elevados precios a dificultado la venta de los productos, y con un porcentaje del 27% que representan 10 empresas esta la falta de visibilidad y control de la cadena de suministro.

**14. ¿Qué factores considera que influyen en la óptima rotación de cuentas por cobrar?**

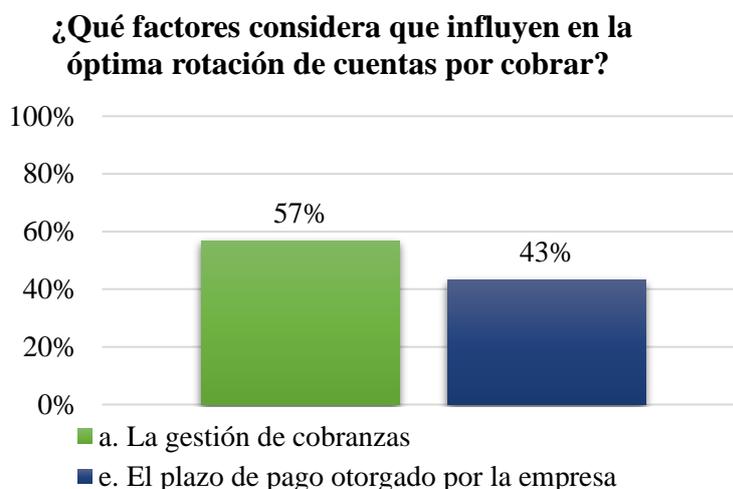
**Tabla 26.**

*Factores que influyen en la óptima rotación de inventarios.*

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
a. La gestión de cobranzas	21	57%
b. Alta capacidad de endeudamiento de los clientes	0	0%
c. Estándares de selección de clientes para facilitar créditos comerciales	0	0%
d. Las políticas e indicadores de control	0	0%
e. El plazo de pago otorgado por la empresa	16	43%
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100%</b>

**Figura 19.**

*Factores que influyen en la rotación de cuentas por cobrar.*



**Interpretación:**

El 57% de las empresas encuestadas que representan 21 empresas, señalaron que los factores que condicionan la rotación de cuentas por cobrar es la gestión de cobranzas, en donde se interpreta que el departamento encargado de cobranzas debe mantener un control adecuado y actualizado de las cuentas por cobrar, para así examinar el nivel de cuentas incobrables y cómo aplicar procedimientos para recuperar cartera sin condicionar la permanencia de los clientes, de tal manera de no dificultar su recuperación aplicando políticas demasiado agresivas en su gestión, y con un porcentaje de 43% que representan 16 empresas está el plazo de pago otorgado por las empresas consideran que al otorgar plazos de pago demasiados extensos las empresas no cuentan con liquidez para cumplir con sus obligaciones a tiempo, esto se debe a que se otorgan créditos considerando la competencia en donde la gestión de cobros es más flexible en condiciones y periodos de pago.

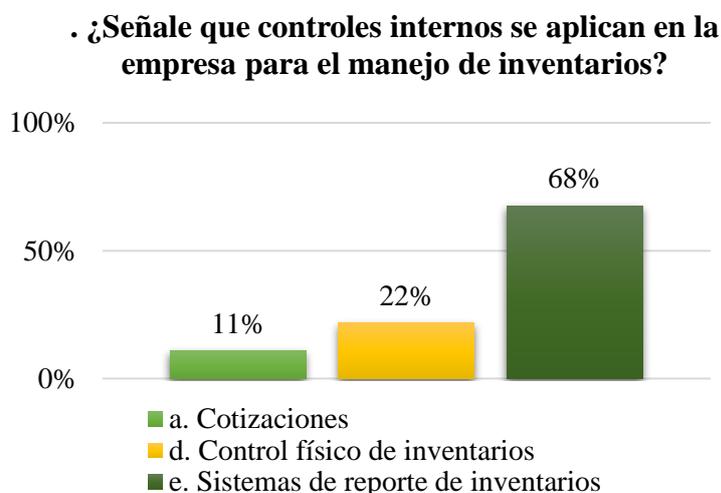
**15. ¿Señale que controles internos se aplican en la empresa para el manejo de inventarios?**

**Tabla 27.**

*Manejo de inventarios.*

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
a. Cotizaciones	4	11%
b. Stocks mínimos y máximos por productos	0	0%
c. Control físico de inventarios	8	22%
d. Sistemas de reporte de inventarios	25	68%
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100%</b>

**Figura 20.**  
*Manejo de inventarios.*



**Interpretación:**

El 68% de las empresas encuestadas que representan 25 empresas, señalaron que para el manejo de inventario utilizan el sistema de reporte de inventarios, en donde al tener sistemas contables, pueden sacar reportes de inventarios actualizados con las existencias, cantidad y precios, por esta razón es necesario controles internos más estrictos que garanticen el control claro y preciso de las entradas y salidas de mercancías, de tal manera que se puedan verificar con control operativo de las mercaderías, para así prevenir y corregir ineficiencias en la gestión de inventarios, a diferencia del 22% que representan 8 empresas que realizan el control físico de los inventarios.

**Indicador: solvencia**

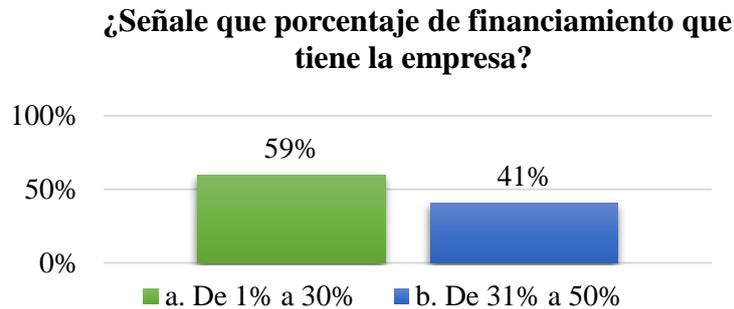
**16. ¿Señale qué porcentaje de financiamiento tiene la empresa?**

**Tabla 28.**  
*Porcentaje de financiamiento.*

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
a. De 1% a 30%	22	59%
b. De 31% a 50%	15	41%
c. De 51% a 100%	0	0%
d. De 100% a más	0	0%
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100%</b>

**Figura 21.**

*Porcentaje de financiamiento.*



**Interpretación:**

El 59% de las empresas encuestadas que representan 22 empresas, señalaron que tiene un porcentaje de financiamiento del 1% a 30%, lo cual se interpreta con un porcentaje adecuado si se sabe manejar el riesgo, con un porcentaje de 41% que representan 14 empresas tiene un porcentaje de financiamiento del 31% a 50% que es un nivel de financiamiento arriesgado que puede comprometer su patrimonio y supervivencia.

**17. ¿Qué factores han incidido directamente en la toma de decisiones de riesgo por financiamiento en la empresa?**

**Tabla 29.**

*Factores de la toma de decisiones.*

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
a. Condiciones macroeconómicas	14	38%
b. Condiciones microeconómicas	8	21%
c. Falta de financiamiento	15	41%
d. Inversiones	0	0%
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100%</b>

**Figura 22.**

*Factores de la toma de decisiones.*



### Interpretación:

Los factores que ha incidido en la toma de decisiones de riesgo de financiamiento con un porcentaje de 41% que representan 15 empresas es la falta de financiamiento esto se debe a las condiciones de país, y con el 38% y 22% que representan 14 y 8 empresas están las condiciones macroeconómicas y microeconómicas.

El entorno en que se encuentran las empresas del sector comercio marca la trayectoria de las decisiones empresariales con respecto a inversiones y financiamiento, ya que las condiciones macroeconómicas y microeconómicas como las políticas, la inflación, el desempleo, los precios, competencia, entre otros, estos marcan el comportamiento de los agentes económicos, y en consecuencia genera desconfianza al momento de tomar decisiones sino se analizan estas variables correctamente.

### 18. ¿Qué tipo de financiamiento por deuda a accedido la empresa para atender sus necesidades financieras?

**Tabla 30.**

*Financiamiento por deuda.*

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
a. Financiamiento por corto plazo	11	30%
b. Financiamiento por largo plazo	26	70%
c. Financiamiento con patrimonio	0	0%
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100%</b>

**Figura 23.**

*Financiamiento por deuda.*



### Interpretación:

El 70% de las empresas encuestadas que representan 26 empresas, señalaron que el tipo de financiamiento que ha accedido para atender sus necesidades es el financiamiento a largo

plazo, así mismo con un porcentaje de 30% que representan 11 empresas está el financiamiento a corto plazo.

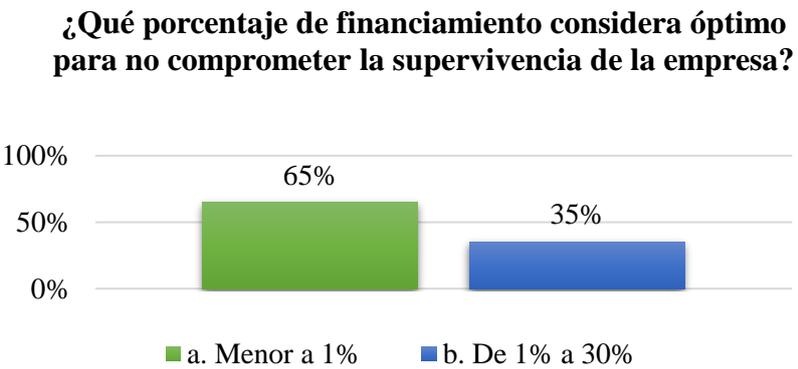
Con los resultados obtenidos se puede apreciar que el financiamiento a largo plazo es la mejor opción para las empresas del sector comercio que tienen planes de inversión y que requieren de capital suficiente, además el periodo de pago es más adecuado y esto se traduce en intereses fijos, pagos consistentes y de alta previsibilidad que pueden ser presupuestados, de tal manera de saber manejar el riesgo de combinar su capital propio con el ajeno, para no afrontar morosidad y el riesgo de la garantía ofrecida para la obtención de los recursos financiados.

**19. ¿Qué porcentaje de financiamiento considera óptimo para no comprometer la supervivencia de la empresa?**

**Tabla 31.**  
*Porcentaje de financiamiento óptimo.*

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
a. Menor a 1%	24	65%
b. De 1% a 30%	13	35%
c. De 31% a 50%	0	0%
d. De 51% a 100%	0	0%
e. De 100% a más	0	0%
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100%</b>

**Figura 24.**  
*Porcentaje de financiamiento óptimo.*



**Interpretación:**

El 65% de las empresas encuestadas que representan 24 empresas, señalaron que el porcentaje de financiamiento óptimo para no comprometer la supervivencia es que sea menor al 1%, ya

que es mejor no adquirir financiamiento con terceros sino se tiene una rentabilidad adecuada, el 35% que representan 13 empresas consideran que un porcentaje óptimo sería de 1% al 30%.

En la estructura financiera de las empresas del sector comercio el financiamiento es de gran importancia, ya que ayuda a aumentar capacidad operativa utilizando recursos de terceros, lo cuales si son utilizados de forma adecuada se maximizará el rendimiento de las empresas, por lo que es necesario mantener niveles óptimos de financiamiento que comprometan el patrimonio.

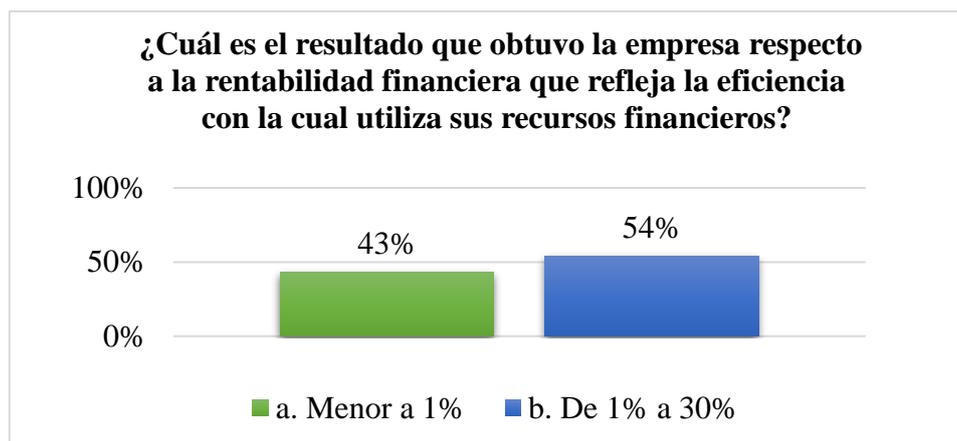
**Indicador: rentabilidad**

**20. ¿Cuál es el resultado que obtuvo la empresa respecto a la rentabilidad financiera que refleja la eficiencia con la cual utiliza sus recursos financieros?**

**Tabla 32.**  
*Porcentaje de Rentabilidad Financiera.*

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
a. Menor a 1%	16	43%
b. De 1% a 30%	20	54%
c. De 31% a 50%	1	3%
d. De 51% a 100%	0	0%
e. De 100% a más	0	0%
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100%</b>

**Figura 25.**  
*Porcentaje de Rentabilidad Financiera.*



**Interpretación:**

El 54% de las empresas encuestadas que representan 20 empresas, señalaron que el porcentaje que obtuvo la empresa respecto a la rentabilidad fue del 1% a 30%, así mismo con un 43% que representan 16 empresas obtuvieron una rentabilidad menor al 1%.

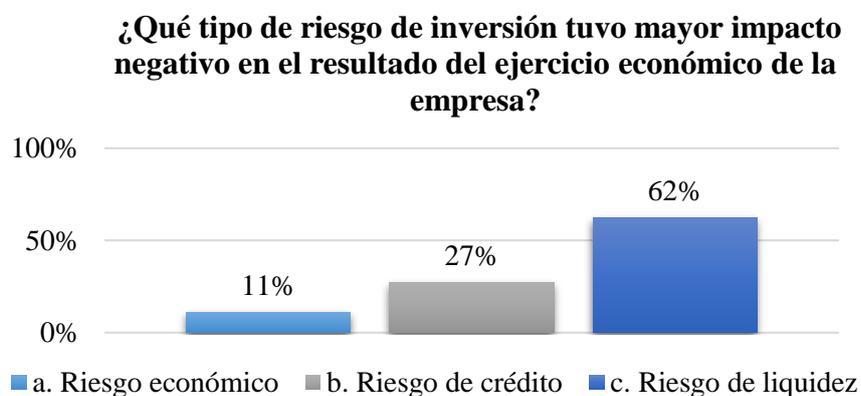
El nivel de rentabilidad que generan las empresas es muy importante, siendo que mide la capacidad de generar utilidad y como se están utilizando sus recursos financieros, en promedio las empresas mantienen niveles bajo de rentabilidad, esto se debe a la situación actual del entorno por el COVID 19, afectó de forma considerable a los ingresos de las empresas, lo cual limitó su capacidad de cubrir costos y gastos.

**21. ¿Qué tipo de riesgo de inversión tuvo mayor impacto negativo en el resultado del ejercicio económico de la empresa?**

**Tabla 33.**  
*Riesgo de inversión.*

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
a. Riesgo económico	4	11%
b. Riesgo de crédito	10	27%
c. Riesgo de liquidez	23	62%
d. Riesgo legal	0	0%
e. Riesgo financiero	0	0%
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100%</b>

**Figura 26.**  
*Riesgo de inversión.*



**Interpretación:**

El 62% de las empresas encuestadas que representan 23 empresas, señalaron que el riesgo de inversión que tuvo mayor impacto negativo en el resultado del ejercicio fue riesgo de liquidez, así mismo con un porcentaje del 27% que representan 10 empresas consideran que el riesgo de crédito tuvo mayor impacto en el resultado de ejercicio, y con un 11% que representan empresas está el riesgo económico.

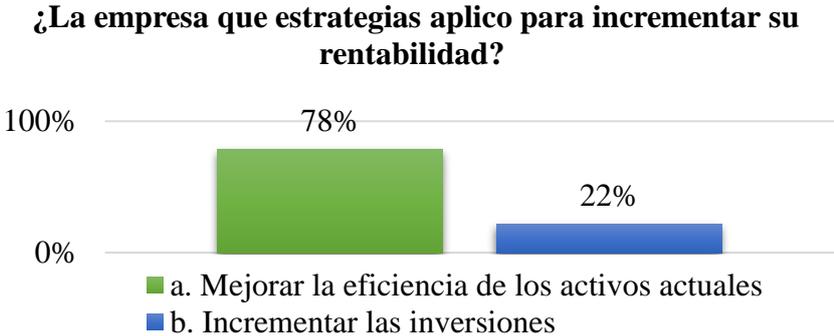
Las empresas del sector comercio en su gran mayoría tiene un riesgo de liquidez y esto se debe a su alto riesgo de crédito, lo que ocasiona el incumplimiento de sus obligaciones con terceros o entidades financieras, por eso las empresas deben implementar políticas y estrategias que logren reducir estos riesgos.

**22. ¿Qué estrategias aplicó la empresa para incrementar su rentabilidad?**

**Tabla 34.**  
*Estrategias para incrementar su rentabilidad.*

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
a. Mejorar la eficiencia de los activos actuales	29	78%
b. Incrementar las inversiones	8	22%
c. Reducción de activos		0%
d. Ninguno		0%
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100%</b>

**Figura 27.**  
*Estrategias para incrementar su rentabilidad.*



**Interpretación:**

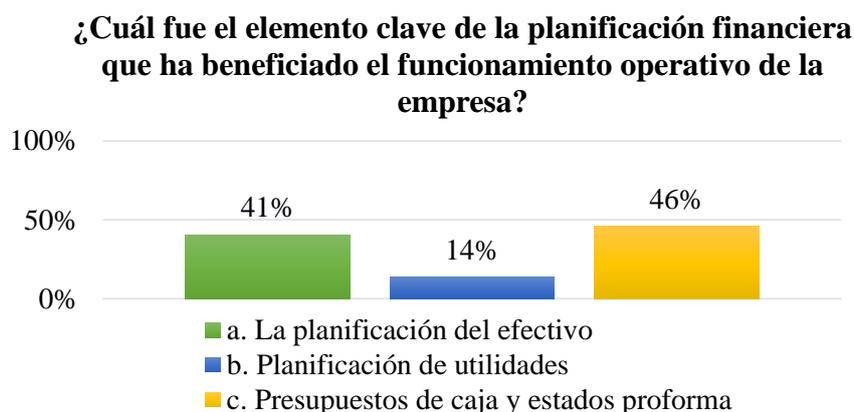
El 78% de las empresas encuestadas que representan 29 empresas, señalaron que las estrategias que aplicó para incrementar su rentabilidad, fue mejorar la eficiencia de los activos actuales, ya que no se están aprovechando los recursos a su máxima capacidad, lo cual limita su crecimiento y desarrollo a corto y largo plazo, y con un porcentaje del 22% que representan 8 empresas consideran que incrementar las inversiones, ya que ayuda a generar valor a la empresa y lograr un mayor posicionamiento en el mercado capaces de captar más clientes y nuevos mercados.

**23. Para la toma de decisiones ¿Cuál fue el elemento clave de la planificación financiera que ha beneficiado el funcionamiento operativo de la empresa?**

**Tabla 35.**  
Elementos clave de la planificación financiera.

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
a. La planificación del efectivo	15	41%
b. Planificación de utilidades	5	14%
c. Presupuestos de caja y estados proforma	17	46%
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100%</b>

**Figura 28.**  
Elemento clave de la planificación financiera.



**Interpretación:**

El elemento clave de la planificación financiera que consideran las empresas encuestadas con un porcentaje de 46% que representan 17 empresas es la elaboración de presupuesto de caja y estados proforma, con un 41% que representan 15 empresas consideran que la planificación de efectivo ha sido fundamental para el funcionamiento operativo y con un 14% que representan 5 empresas consideran que el elemento clave fue la planificación de las utilidades.

Se puede observar que las empresas de sector comercial al por mayor y menor, dentro de su planificación el elemento clave es la elaboración de presupuesto de caja y estados proforma, lo que es favorable para el desenvolvimiento y crecimiento, lo cual ayuda a canalizar correctamente los recursos financieros.

**Diagrama de Pareto**

Una vez aplicadas las encuestas y mediante la aplicación de Pareto conocido también con el 80/20, se determinó los factores internos económico financieros que influyen en el

crecimiento del sector comercio al por mayor y menor de alimentos bebidas y tabacos, obteniendo los siguientes resultados.

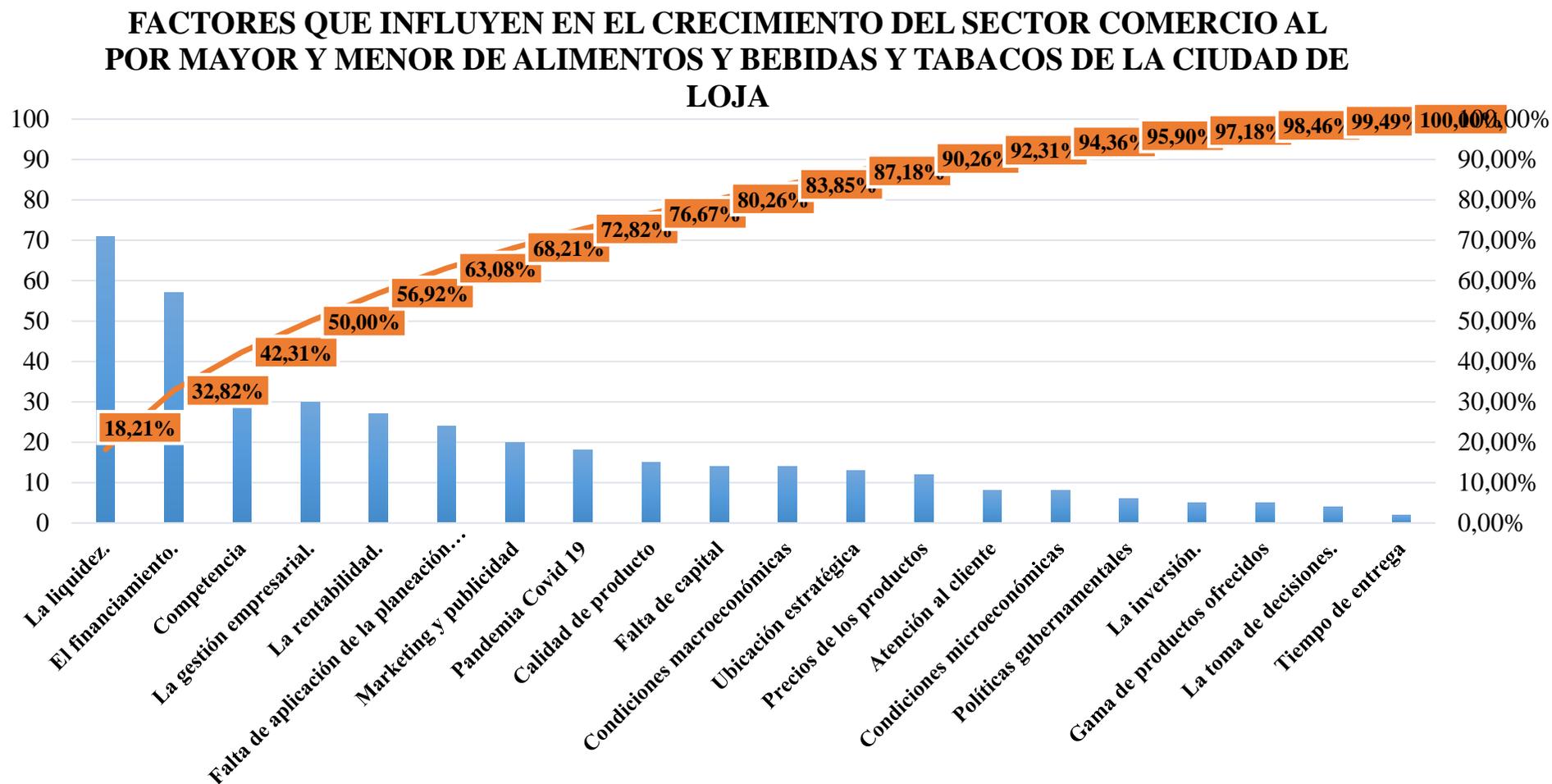
**Tabla 36.**  
*Diagrama de Pareto.*

<b>FACTORES QUE INFLUYEN EN EL CRECIMIENTO DEL SECTOR COMERCIO AL POR MAYOR Y MENOR DE ALIMENTOS Y BEBIDAS Y TABACOS DE LA CIUDAD DE LOJA</b>			
<b>Factores internos económico-financieros que influyen en el crecimiento de sector comercio</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>% de frecuencia porcentaje</b>	<b>Frecuencia acumulada</b>
La liquidez.	71	18,21%	71
El financiamiento	57	32,82%	128
Competencia	37	42,31%	165
La gestión empresarial.	30	50,00%	195
La rentabilidad.	27	56,92%	222
Falta de aplicación de la planeación financiera.	24	63,08%	246
Marketing y publicidad	20	68,21%	266
Pandemia Covid 19	18	72,82%	284
Calidad de producto	15	76,67%	299
Falta de capital	14	80,26%	313
Condiciones macroeconómicas	14	83,85%	327
Ubicación estratégica	13	87,18%	340
Precios de los productos	12	90,26%	352
Atención al cliente	8	92,31%	360
Condiciones microeconómicas	8	94,36%	368
Políticas gubernamentales	6	95,90%	374
La inversión.	5	97,18%	379
Gama de productos ofrecidos	5	98,46%	384
La toma de decisiones.	4	99,49%	388
Tiempo de entrega	2	100,00%	390

**Nota:** factores internos económico- financieros obtenidos de la encuesta aplicadas a las empresas del sector comercio.

**Figura 37.**

*Factores económico financieros internos que influyen en el crecimiento del sector comercio.*



*Nota:* Diagrama de Pareto factores internos económico- financieros obtenidos de la encuesta aplicadas a las empresas del sector comercio.

De los datos obtenidos de los gerentes y contadores de las empresas del sector comercio al por mayor y menor de alimentos bebidas y tabacos de la ciudad de Loja, mediante el instrumento de investigación se obtuvieron los siguientes factores internos económico financieros que influyen en el crecimiento del sector comercio que son más representativos, para ello se elaboró un diagrama de Pareto, en donde se ordena de mayor a menor frecuencia, de tal manera que se puede visualizar las causas principales que impiden el crecimiento del sector comercio, de esta forma se pueden analizar de mejor manera los factores.

### **Análisis de los factores que influyen en el crecimiento del sector comercio.**

#### **Liquidez**

Uno de los factores que influyen en el crecimiento del sector comercio es la liquidez con un 18,21% siendo uno de los principales factores que impide un crecimiento adecuado, ya que al no contar con una liquidez óptima las empresas tienen problemas en el desarrollo de sus actividades diarias y en el cumplimiento de sus obligaciones con terceros, la liquidez está relacionada directamente con la tasa de interés, ya que afecta la liquidez en efectivo en la economía, la inflación también es un punto a considerar dentro de la liquidez de una empresa, en donde al aumentar este indicador ocasiona un aumento de los precios, y en consecuencia los consumidores disminuyen la cantidad demanda, provocando una disminución de su ingresos y de capital de trabajo.

#### **El financiamiento**

El financiamiento también es un factor determinante en el crecimiento con un 32,82% cuyo aporte contribuye al desarrollo y competitividad de las empresas, en donde el tipo y condiciones del financiamiento inciden de forma significativa en la sostenibilidad, las empresas deben desarrollar estrategias de inversión que les permitan obtener tasas de interés accesibles sin poner en riesgo el patrimonio de la empresa, ya que para otorgar crédito es necesario garantizar.

#### **Competencia**

La competencia es otro factor a tener en consideración con un 42,31%, ya que el éxito competitivo de una empresa se enfoca en la capacidad generar un valor agregado, estrategias de venta, y aprovechamiento de los recursos internos, ya que en el sector comercio existe una demanda débil por la alta competencia, en donde el desarrollo de ventajas competitivas como marketing y publicidad, incorporación de tecnologías, innovación en procesos y nuevos canales

de distribución, estos factores determinaran la reputación e imagen de la empresa en el mercado y por ende en su crecimiento.

### **La gestión empresarial**

La gestión empresarial con un 50%, tiene un rol importante en el crecimiento empresarial, ya que la administración y control de los recursos materiales, financieros y humanos a condicionado a las empresas en sus planes a corto y largo plazo, además la gerencia debe considerar implementar estrategias como la gestión operativa de créditos y cuentas por cobrar, gestión del inventario, políticas de crédito; seguimiento y evaluación de operaciones internas, todo esto con el fin de mejorar el rendimiento, eficiencia y productividad de las empresas.

### **La rentabilidad**

La rentabilidad con un 56,92% es un factor muy importante en una empresa, y está asociada con la inflación y nivel de precios, en donde al aumentar estos, el poder adquisitivo del consumidor se ve afectado y por ende las ventas disminuyen ocasionando que las empresas no tengan ingresos suficientes para cubrir sus costos y gastos, por lo que al final del periodo contable muchas de estas terminan con pérdidas; dificultando el desarrollo de nuevas inversiones.

### **Otros factores que influyen en el crecimiento**

El Marketing y publicidad es un factor relevante con un 68,21% ya que en la actualidad el uso de estas herramientas se ha vuelto fundamental para la comercialización de productos, ya que las ofertas y promociones atraen al consumidor, incrementan las ventas y marca un reputación e imagen con el resto de competidores. Con 72,82% se encuentra la pandemia covid-19 que, en los últimos 2 años, afectó la economía de los países y, en consecuencia, los mercados laborales, las economías, el comercio y las cadenas de suministro se interrumpieron ocasionando una disminución considerable en los ingresos de las empresas. Con un 76,67% está la calidad de producto en donde en el sector comercio es clave, ya que ayuda a incrementar las ventas y a mejorar la imagen de las empresas ofreciendo productos de calidad. Con un 80,26% está la falta de capital, este factor tiene un gran impacto en la posición financiera y competitiva limitando su capacidad de inversión y de crecimiento a futuro.

## Análisis de indicadores financieros

Para la aplicación de indicadores financieros se utilizó los estados financieros del periodo 2021, obtenidos de la base de datos de la Superintendencia de Compañías Valores y Seguros, que se encuentren disponibles y actualizados de las empresas del sector comercio al por mayor y menor de alimentos bebidas y tabacos, que se realizan la actividad principal CIU, G4711 y G4630, a continuación, se presentan un resumen de la información financiera utilizada y de los indicadores financieros aplicadas.

**Tabla 38.**

*Datos para la aplicación de indicadores financieros.*

Datos para la aplicación de indicadores financieros	Imelda de Jaramillo Cía. Ltda.	Comercializadora Ramírez Galván Cía. Ltda.	Galton supermercado Galtorres & j Torres Cía.Ltda..	Distrimaxi S.A.
<b>Activo corriente</b>	<b>6.105.710,40</b>	<b>4.810.646,46</b>	<b>316.929,36</b>	<b>113.045,35</b>
Cuentas por cobrar	3.954.955,46	496.805,60	27.989,31	26.054,89
Inventario	<b>730.855,70</b>	<b>3.498.206,92</b>	<b>20.653,26</b>	0,00
<b>Activo no corriente</b>	1.692.925,36	2.756.316,45	179.063,74	33.818,39
Activos fijos	730.855,70	3.498.206,92	20.653,26	71.126,88
<b>Activo total</b>	<b>6.836.566,10</b>	<b>8.308.853,38</b>	<b>337.582,62</b>	<b>113.045,35</b>
<b>Pasivo corriente</b>	<b>4.603.913,19</b>	<b>5.996.880,76</b>	<b>318.783,92</b>	<b>75.709,82</b>
Cuentas por pagar	4.361.920,94	5.427.076,20	302.779,96	48.907,02
<b>Pasivo no corriente</b>	468.769,60	<b>1.034.272,97</b>	0,00	0,00
<b>Pasivo total</b>	<b>5.072.682,79</b>	<b>7.031.153,73</b>	<b>318.783,92</b>	<b>75.709,82</b>
<b>Patrimonio</b>	<b>1.763.883,31</b>	<b>1.277.699,65</b>	<b>18.798,70</b>	<b>37.335,53</b>
<b>utilidad neta</b>	<b>272.361,50</b>	<b>(1.349,57)</b>	<b>15.458,08</b>	<b>10.267,25</b>
Compras	18.395.970,40	17.733.422,71	1.303.148,66	220.043,49
Ventas	20.293.890,50	20.663.936,83	1.456.781,54	225.715,00
Costos de venta	18.098.600,99	17.471.864,38	1.237.786,68	203.276,08
Utilidad operacional	430.252,62	142.183,61	29.274,77	(203.276,08)
Utilidad bruta	2.195.289,46	3.104.841,11	218.994,86	(203.276,08)

**Nota:** Obtenido de los estados financieros del 2021, de las empresas que realizan la actividad principal CIU, G4711 y G4630.

**Tabla 39.***Datos para la aplicación de indicadores financieros.*

<b>Datos para la aplicación de indicadores financieros</b>	<b>Distriquip Quizhpe&amp;Pineda. Cía. Ltda.</b>	<b>Comercializadora Ortegacom.Cía Ltda.</b>	<b>Dulcie S.A.</b>	<b>Hoover Bermeo e Hijos Cía. Ltda..</b>
<b>Activo corriente</b>	895.234,66	152.195,84	5.543,32	375.556,22
Cuentas por cobrar	307.642,39	125.554,85	3.871,81	28.806,36
Inventario	0,00	18.850,74	0,00	527.252,55
<b>Activo no corriente</b>	515.477,31	11.799,77	464,81	290.860,02
Activos fijos	0,00	18.850,74	0,00	527.252,55
<b>Activo total</b>	<b>895.234,66</b>	<b>171.046,58</b>	<b>5.543,32</b>	<b>902.808,77</b>
<b>Pasivo corriente</b>	<b>871.208,12</b>	<b>161.326,16</b>	<b>5.039,41</b>	<b>198.164,20</b>
Cuentas por pagar	855.290,28	154.587,55	5.030,91	859.603,98
<b>Pasivo no corriente</b>	0,00	<b>10.114,78</b>	0,00	<b>668.109,05</b>
<b>Pasivo total</b>	<b>871.208,12</b>	<b>171.440,94</b>	<b>5.039,41</b>	<b>866.273,25</b>
<b>Patrimonio</b>	<b>24.026,54</b>	<b>(394,36)</b>	<b>503,91</b>	<b>36.535,52</b>
<b>utilidad neta</b>	<b>(1.239.261,10)</b>	<b>(1.777.038,00)</b>	<b>2.425,19</b>	<b>(655.163,51)</b>
Compras	1.742.455,97	1.756.060,60	2.890,00	653.530,77
Ventas	1.351.532,43	1.848.357,56	3.422,75	770.982,30
Costos de venta	1.226.978,66	1.773.444,73	2.425,19	655.163,51
Utilidad operacional	(1.226.978,70)	(1.773.444,70)	(2.425,19)	(655.163,51)
Utilidad bruta	(1.226.978,70)	(1.773.444,70)	(2.425,19)	(655.163,51)

**Nota:** Obtenido de los estados financieros del 2021, de las empresas que realizan la actividad principal CIU, G4711 y G4630.

**Tabla 40.***Datos para la aplicación de indicadores financieros.*

<b>Datos para la aplicación de indicadores financieros</b>	<b>Corporacioncastel Cía.Ltda.</b>	<b>Amavi liquor's Cía. Ltda.</b>	<b>Idmas Importadora &amp; Distribuidora Cía. Ltda.</b>	<b>Arcosurloja Cía.Ltda.</b>
<b>Activo corriente</b>	70.245,55	1.445.675,32	284.632,65	357.410,50
Cuentas por cobrar	41.042,97	637.558,28	103.455,65	202.643,98
Inventario	87.899,30	660.439,66	139.302,43	111.411,01
<b>Activo no corriente</b>	1.949,04	27.405,74	4.734,36	816,96
Activos fijos	87.899,30	27.405,74	4.734,36	816,96
<b>Activo total</b>	<b>158.144,85</b>	<b>1.473.081,06</b>	<b>289.367,01</b>	<b>358.227,46</b>
<b>Pasivo corriente</b>	<b>34.130,27</b>	<b>1.149.878,84</b>	<b>186.250,68</b>	<b>323.754,81</b>
Cuentas por pagar	31.499,08	1.125.371,68	71.656,62	305.791,03
<b>Pasivo no corriente</b>	0,00	<b>49.711,51</b>	<b>73.420,62</b>	<b>30.000,00</b>
<b>Pasivo total</b>	<b>34.130,27</b>	<b>1.199.590,35</b>	<b>259.671,30</b>	<b>353.754,81</b>
<b>Patrimonio</b>	<b>124.014,58</b>	<b>273.490,71</b>	<b>29.695,71</b>	<b>4.472,65</b>
<b>utilidad neta</b>	<b>8.582,18</b>	<b>271.990,71</b>	<b>37.514,53</b>	<b>(1.193.706,90)</b>
Compras	1.098,90	3.512.082,41	63.262,62	1.302.430,32
Ventas	57.318,18	3.400.033,11	449.513,94	1.399.916,94
Costos de venta	911,35	2.851.642,75	340.766,29	1.191.019,31
Utilidad operacional	10.079,20	293.077,87	40.701,81	(1.191.019,30)
Utilidad bruta	56.406,83	548.390,36	81.166,84	(1.191.019,30)

**Nota:** Obtenido de los estados financieros del 2021, de las empresas que realizan la actividad principal CIU, G4711 y G4630.

**Tabla 41.**  
*Indicadores financieros.*

<b>INDICADORES FINANCIEROS</b>	
<b>Indicadores de Liquidez</b>	
<b>Razón Corriente</b>	$\frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$
<b>Prueba Acida</b>	$\frac{\text{Activo corriente} - \text{Inventario}}{\text{Pasivo corriente}}$
<b>Indicadores de Gestión y actividad</b>	
<b>Rotación de Cartera</b>	$\frac{\text{Ventas}}{\text{Cuentas por cobrar}}$
<b>Rotación de los inventarios</b>	$\frac{\text{Costo de venta}}{\text{Inventario promedio}}$
<b>Rotación de ventas</b>	$\frac{\text{Ventas}}{\text{Activos totales}}$
<b>Periodo promedio de cobro</b>	$\frac{\text{Ctas y doc por cobrar} * 365}{\text{Ventas}}$
<b>Período promedio de pago</b>	$\frac{(\text{Cuentas por Pagar} * 365)}{\text{Compras}}$
<b>Indicadores endeudamiento</b>	
<b>Endeudamiento del Activo</b>	$\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo total}}$
<b>Endeudamiento Patrimonial</b>	$\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Patrimonio}}$
<b>Endeudamiento del activo fijo</b>	$\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo fijos}}$
<b>Endeudamiento a corto plazo</b>	$\frac{\text{Pasivo Corriente}}{\text{Pasivo total}}$
<b>Endeudamiento a largo plazo</b>	$\frac{\text{Pasivo no Corriente}}{\text{Patrimonio}}$
<b>Indicadores de Rentabilidad</b>	
<b>Rentabilidad neta del activo</b>	$\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas}} * \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo total}} = \%$
<b>Margen bruto</b>	$\frac{\text{venta} - \text{costo de venta}}{\text{ventas}} = \%$
<b>Margen operacional</b>	$\frac{\text{Utilidad operacional}}{\text{Ventas}} = \%$
<b>Rendimiento sobre el patrimonio Roe</b>	$\frac{\text{utilidad neta}}{\text{capital o patrimonio}} = \%$

*Nota:* Obtenido de la Superintendencia de Compañías Valores y Seguros.

## Aplicación de indicadores financieros

La aplicación de indicadores financieros a los estados financieros de las empresas del sector comercio del periodo 2021, obtenidos de la Superintendencia de Compañías Valores y Seguros, en donde se evaluó la liquidez, gestión o actividad, financiamiento y rentabilidad, de tal manera de analizar e interpretar la información obtenida con estándares adecuados del sector permitiendo conocer la situación económico financiera de las empresas, a continuación, se presenta los resultados obtenidos.

### Indicadores de liquidez

#### Liquidez corriente

**Tabla 42.**

*Liquidez corriente.*

Indicadores de liquidez		
Nº	Empresas del sector comercio al por mayor y menor de alimentos, bebidas y tabacos	Liquidez corriente
1	Imelda de Jaramillo Cía. Ltda.	1,33
2	Comercializadora Ramírez Galván Cía. Ltda.	0,80
3	Galton supermercado Galtores &j.j Torres Cía.Ltda.	0,99
4	Distrimaxi S.A.	1,49
5	Distriquip Quizhpe&Pineda.Cía Ltda.	1,03
6	Comercializadora Ortegaom.Cía Ltda.	0,94
7	Dulce S.A.	1,10
8	Hoover Bermeo e Hijos Cía. Ltda.	1,90
9	Corporacioncastel Cía.Ltda.	2,06
10	Amavi liquor's Cía. Ltda.	1,26
11	Idmas Importadora & Distribuidora Cía. Ltda..	1,53
12	Arcosurloja Cía.Ltda.	1,10
<b>PROMEDIO</b>		<b>1.29</b>

*Nota:* Liquidez corriente de las empresas del sector comercio del 2021.

#### Interpretación:

Al aplicar el indicador de liquidez corriente indica la capacidad que tienen las empresas del sector comercio al por mayor y menor de alimentos, bebidas y tabaco, para liquidar sus obligaciones en corto plazo, se observó que en promedio las empresas tienen 1,29 de liquidez corriente, lo que significa que por cada dólar que poseen tienen 1,29 dólares para respaldar estas obligaciones a corto plazo.

El índice obtenido está dentro del estándar considerando que debe haber una relación adecuada entre los activos y pasivos corrientes, la cual debe ser 1 a 1, pero el valor adecuado y recomendable es 1,5 y 2 para que, en el peor de los casos, al no contar con la realización en efectivo de los inventarios se puedan cubrir las obligaciones a corto plazo sin ninguna complicación, puesto que es necesario que exista un equilibrio entre el efectivo que se mantiene en la empresa para el funcionamiento diario de las operaciones y lo que se requiere para hacer frente a las obligaciones. Para así mantener una buena gestión y control de los activos corrientes y minimizar el riesgo de liquidez

### Prueba ácida

**Tabla 43.**

*Prueba ácida.*

<b>Indicadores de liquidez</b>		
<b>N°</b>	<b>Empresas del sector comercio al por mayor y menor de alimentos, bebidas y tabacos</b>	<b>Prueba acida</b>
1	<b>Imelda de Jaramillo Cía. Ltda.</b>	0,96
2	<b>Comercializadora Ramírez Galván Cía. Ltda.</b>	0,34
3	<b>Galtor supermercado Galtorres &amp; j.j Torres Cía.Ltda.</b>	0,43
4	<b>Distrimaxi S.A.</b>	1,05
5	<b>Distriquip Quizhpe&amp;Pineda.Cía Ltda.</b>	0,44
6	<b>Comercializadora Ortegacom.Cía Ltda.</b>	0,87
7	<b>Dulce S.A.</b>	1,01
8	<b>Hoover Bermeo e Hijos Cía. Ltda..</b>	0,43
9	<b>Corporacioncastel Cía. Ltda..</b>	2,00
10	<b>Amavi liquor's Cía. Ltda..</b>	0,68
11	<b>Idmas Importadora &amp; Distribuidora Cía. Ltda.</b>	0,78
12	<b>Arcosurloja Cía.Ltda.</b>	0,76
<b>PROMEDIO</b>		<b>0.65</b>

*Nota:* Prueba ácida de las empresas del sector comercio 2021.

### Interpretación:

El índice obtenido de prueba ácida en promedio en el sector comercio es 0,65 para el 2021, en donde es un valor inferior comparado con el estándar establecido de mayor a 1, lo cual indica que por cada dólar que se deba a corto plazo se cuenta para su cancelación con 0,65 centavos en activo corriente, los resultados obtenidos muestran que las empresas presentan problemas de liquidez, ya que por actividad misma requieren de la venta de sus inventarios para

poder cumplir con sus obligaciones a corto plazo. Una de las estrategias que se pueden utilizar para mejorar la liquidez, es renegociar deudas con mora y plazos de pagos más bajos, ya que por la pandemia covid-19 las ventas han disminuido, por lo cual poseen una acumulación de inventarios lo cual no es conveniente porque provoca problemas de liquidez esto se puede dar por una sobreestimación de ventas o por negociaciones realizadas y no concretadas, que es el reflejo de que existen problemas en la planificación de ventas para lo cual se deben tomar medidas correctivas que resuelvan esas falencias.

## Indicadores de gestión o actividad

### Rotación de cartera

**Tabla 44.**

*Rotación de cartera.*

Indicadores de gestión o actividad		
Nº	Empresas del sector comercio al por mayor y menor de alimentos, bebidas y tabacos	Rotación de cartera
1	Imelda de Jaramillo Cía. Ltda.	5,13
2	Comercializadora Ramírez Galván Cía. Ltda.	41,59
3	Galtor supermercado Galtorres & j,j Torres Cía.Ltda.	52,05
4	Distribimaxi S.A.	8,66
5	Distribimaxi Quizhpe&Pineda.Cía Ltda.	4,39
6	Comercializadora Ortega.com.Cía Ltda.	14,72
7	Dulcie S.A.	0,88
8	Hoover Bermeo e Hijos Cía. Ltda.	26,76
9	Corporacioncastel Cía. Ltda.	1,40
10	Amavi liquor's Cía. Ltda.	5,33
11	Idmas Importadora & Distribuidora Cía. Ltda.	4,34
12	Arcosurloja Cía.Ltda..	6,91
<b>PROMEDIO</b>		<b>5,75</b>

*Nota:* Rotación de cartera de las empresas del sector comercio del 2021.

### Interpretación:

Gran parte de las empresas tiene una rotación de cartera baja en comparación con el estándar establecido mayor a 6 y 12 veces, obteniendo 5,75 veces al año, que el pago de sus clientes se convierte en dinero en efectivo, lo que se interpreta que las empresas tienen un nivel inadecuado de cobranza, por lo cual deben mantener un control más estricto, para así que las empresas no reflejen en sus balances niveles altos de cuentas incobrables, y así mejorar su

rotación de cartera aplicando estrategias de cobranza. Para el promedio no se consideró las empresas; Comercializadora Ramírez Galván Cía. Ltda, Galtor supermercado Galtorres, &j.j Torres Cía.Ltda., y Hoover Bermeo e Hijos Cía. Ltda., ya que estas empresas tienen una rotación de cartera adecuada a diferencia de resto de empresas que tiene niveles bajos, superando el estándar establecido mayor a 6 y 12 veces.

### Rotación de inventarios

**Tabla 45.**

*Rotación de inventarios.*

<b>Indicadores de gestión o actividad</b>			
<b>Nº</b>	<b>Empresas del sector comercio al por mayor y menor de alimentos, bebidas y tabacos</b>	<b>Rotación de inventarios (veces)</b>	<b>Rotación de inventarios (días)</b>
1	<b>Imelda de Jaramillo Cía. Ltda.</b>	11,99	30,45
2	<b>Comercializadora Ramírez Galván Cía. Ltda.</b>	7,50	48,69
3	<b>supermercado Galtorres &amp;j.j Torres Cía.Ltda.</b>	8,14	44,86
4	<b>Distrimaxi S.A.</b>	6,67	54,69
5	<b>Distriquip Quizhpe&amp;Pineda.Cía Ltda.</b>	2,62	139,21
6	<b>Comercializadora Ortegaacom.Cía Ltda.</b>	156,64	2,33
7	<b>Dulcie S.A.</b>	7,36	49,57
8	<b>Hoover Bermeo e Hijos Cía. Ltda.</b>	2,65	137,70
9	<b>Corporacioncastel Cía. Ltda.</b>	29,41	261,36
10	<b>Amavi liquor's Cía. Ltda.</b>	5,15	70,90
11	<b>Idmas Importadora &amp; Distribuidora Cía. Ltda.</b>	3,23	113,11
12	<b>Arcosurloja Cía.Ltda.</b>	12,57	29,05
<b>PROMEDIO</b>		<b>8.84</b>	<b>81,83</b>

*Nota:* Rotación de inventarios de las empresas del sector comercio del 2021.

### Interpretación:

En promedio las empresas de comercio al por mayor y menor rotan 8.84 veces al año, lo que demuestra que el inventario permanece aproximadamente 81 días, los resultados demuestran un tiempo de rotación de inventarios bajos en, poniendo en riesgo la liquidez por una acumulación de inventario en bodega; y comparándolo con el estándar establecido estos valores superan los 30 días a 60 días, por esta razón se determinó que no existe una administración y control adecuada de los inventarios, además los inventarios fueron afectados por la pandemia covid-19 que causo una disminución de las ventas y estancamiento de algunos

productos, lo que genera una rentabilidad baja. Una de las claves para mejorar la rotación de inventarios es implementar estrategias de ventas como promociones, ofertas que ayuden a incrementar y mejorar las ventas, para así rotar y suministrar el inventario. Para el promedio de rotación de inventario (veces) no se consideró la empresa; Comercializadora Ortega.com.Cía. Ltda, ya que esta empresa tiene una rotación de inventario adecuada a diferencia de resto de empresas que tiene niveles bajos.

### Rotación de ventas

**Tabla 46.**

*Rotación de ventas.*

<b>Indicadores de gestión o actividad</b>		
<b>Nº</b>	<b>Empresas del sector comercio al por mayor y menor de alimentos, bebidas y tabacos</b>	<b>Rotación de ventas</b>
1	<b>Imelda de Jaramillo Cía. Ltda.</b>	2,97
2	<b>Comercializadora Ramírez Galván Cía. Ltda.</b>	2,49
3	<b>Galtor supermercado Galtorres &amp; j.j Torres Cía.Ltda.</b>	4,32
4	<b>Distrimaxi S.A.</b>	2,00
5	<b>Distriquip Quizhpe&amp;Pineda.Cía Ltda.</b>	1,51
6	<b>Comercializadora Ortega.com.Cía Ltda.</b>	10,81
7	<b>Dulcie S.A.</b>	0,62
8	<b>Hoover Bermeo e Hijos Cía. Ltda.</b>	0,85
9	<b>Corporacioncastel Cía. Ltda.</b>	0,36
10	<b>Amavi liquor's Cía. Ltda.</b>	2,31
11	<b>Idmas Importadora &amp; Distribuidora Cía. Ltda.</b>	1,55
12	<b>Arcosurloja Cía.Ltda.</b>	3,91
<b>PROMEDIO</b>		<b>2,08</b>

*Nota:* Rotación de ventas de las empresas del sector comercio del 2021.

### Interpretación:

El indicador mide en veces la efectividad en la utilización del activo en un determinado nivel de ventas, resume el desempeño global del negocio y la efectividad de la administración, desde el punto de que tan eficiente han sido las operaciones de la empresa. El resultado que se obtuvo en promedio del sector comercio es de 2,08 veces, lo cual entre más sea el volumen de ventas, más eficiente será la rotación de ventas, de tal manera que se interpreta que las empresas se encuentran con niveles regulares de ventas, en donde se deben incrementar sus ventas para aprovechar mejor sus recursos activos. Una de las estrategias a implementar es mejorar la

atención al cliente, ofrecer promociones y descuentos, capacitar e informar al personal. Para el promedio de rotación de ventas (veces) no se consideró la empresa; Comercializadora Ortega.com.Cía. Ltda, ya que esta empresa tiene una rotación de ventas superior a diferencia de resto de empresas que tiene niveles regulares de ventas.

### Periodo medio de cobranza

**Tabla 47.**

*Periodo medio de cobranza.*

<b>Indicadores de gestión o actividad</b>		
<b>Nº</b>	<b>Empresas del sector comercio al por mayor y menor de alimentos, bebidas y tabacos</b>	<b>Periodo medio de cobranza</b>
1	<b>Imelda de Jaramillo Cía. Ltda.</b>	71,13
2	<b>Comercializadora Ramírez Galván Cía. Ltda.</b>	8,78
3	<b>Galtor supermercado Galtorres &amp;j Torres Cía.Ltda.</b>	7,01
4	<b>Distrimaxi S.A.</b>	42,13
5	<b>Distriquip Quizhpe&amp;Pineda.Cía Ltda.</b>	83,08
6	<b>Comercializadora Ortega.com.Cía Ltda.</b>	24,79
7	<b>Dulcie S.A.</b>	412,89
8	<b>Hoover Bermeo e Hijos Cía. Ltda.</b>	13,64
9	<b>Corporacioncastel Cía. Ltda.</b>	261,36
10	<b>Amavi liquor's Cía. Ltda.</b>	68,44
11	<b>Idmas Importadora &amp; Distribuidora Cía. Ltda.</b>	84,00
12	<b>Arcosurloja Cía.Ltda.</b>	52,84
<b>PROMEDIO</b>		<b>45,59</b>

*Nota:* Periodo medio de cobranza de las empresas del sector comercio del 2021.

### Interpretación:

El periodo promedio de cobro se obtuvo un promedio de 45,59 días para el sector comercio al por mayor y menor de alimentos bebida y tabacos, tal valor se encuentra dentro del estándar establecido de 30 a 60 días, por lo que se interpreta que las empresas tienen un tiempo de cobrar moderado, por lo cual es necesario mantener mecanismos de gestión de cobranza adecuados y políticas claras, para así evitar un riesgo de incobrabilidad y que no afecte a la liquidez y el capital de trabajo de las empresas, es preciso cerciorarse con frecuencia de que los pagos se realizan según las condiciones acordadas y en los periodos establecidos, para así poder gestionar los cobros de manera adecuada para optimizar beneficios, llevando un control de

forma activa no esperando a la fecha de vencimiento de las facturas, también es importante contar con sistemas de cobro que faciliten estos procesos y la toma de decisiones. Para el promedio no se consideró las empresas; Dulcie S.A. y Corporacioncastel Cía. Ltda., ya que estas empresas tienen un periodo de cobranza demasiado alto, fuera del estándar establecido de 30 a 60 días, generando un riesgo de incobrabilidad y comprometiendo la solvencia de las empresas.

### Periodo medio de pago

**Tabla 48.**

*Periodo medio de pago.*

<b>Indicadores de gestión o actividad</b>		
<b>Nº</b>	<b>Empresas del sector comercio al por mayor y menor de alimentos, bebidas y tabacos</b>	<b>Periodo medio de pago</b>
1	<b>Imelda de Jaramillo Cía. Ltda.</b>	86,55
2	<b>Comercializadora Ramírez Galván Cía. Ltda.</b>	111,70
3	<b>Galtor supermercado Galtorres &amp;j Torres Cía.Ltda.</b>	84,81
4	<b>Distrimaxi S.A.</b>	81,13
5	<b>Distriquip Quizhpe&amp;Pineda.Cía Ltda.</b>	179,16
6	<b>Comercializadora Ortega.com.Cía Ltda.</b>	32,13
7	<b>Dulcie S.A.</b>	635,39
8	<b>Hoover Bermeo e Hijos Cía. Ltda.</b>	90,12
9	<b>Corporacioncastel Cía. Ltda.</b>	200,58
10	<b>Amavi liquor's Cía. Ltda.</b>	116,96
11	<b>Idmas Importadora &amp; Distribuidora Cía. Ltda.</b>	70,54
12	<b>Arcosurloja Cía.Ltda.</b>	85,70
<b>PROMEDIO</b>		<b>84,40</b>

*Nota:* Periodo medio de pago de las empresas del sector comercio del 2021.

### Interpretación:

El periodo promedio de pago obtenido en promedio de las empresas del sector comercio es de 93,88 días que las empresas pagan a sus proveedores por la adquisición de inventarios, ya que al contar con gran cantidad de inventarios se incrementa su crédito, los datos obtenidos reflejan que el pago a proveedores es de corto plazo, es decir que el plazo de pago es aceptable y puede aprovechar por más tiempo el efectivo. Sin embargo, es importante que las empresas mantengan un seguimiento y registro de las obligaciones con terceros, debido a que mantiene valores altos de endeudamiento a corto plazo. Para el promedio no se consideró las empresas; Distriquip Quizhpe&Pineda.Cía Ltda, Dulcie S.A. y Corporacioncastel Cía. Ltda., ya que estas

empresas tienen un periodo de pago demasiado alto a diferencia de resto de empresas que tiene tiempos de pago más bajos.

## Indicadores endeudamiento

### Endeudamiento en activo

**Tabla 49.**

*Endeudamiento en activo.*

<b>Indicadores de endeudamiento</b>		
<b>Nº</b>	<b>Empresas del sector comercio al por mayor y menor de alimentos, bebidas y tabacos</b>	<b>Endeudamiento en activo</b>
1	<b>Imelda de Jaramillo Cía. Ltda.</b>	0,74
2	<b>Comercializadora Ramírez Galván Cía. Ltda.</b>	0,85
3	<b>Galtor supermercado Galtorres &amp; j,j Torres Cía.Ltda.</b>	0,94
4	<b>Distribimaxi S.A.</b>	0,67
5	<b>Distriquip Quizhpe&amp;Pineda.Cía Ltda.</b>	0,97
6	<b>Comercializadora Ortega.com.Cía Ltda.</b>	1,00
7	<b>Dulcie S.A.</b>	0,91
8	<b>Hoover Bermeo e Hijos Cía. Ltda.</b>	0,96
9	<b>Corporacioncastel Cía. Ltda.</b>	0,22
10	<b>Amavi liquor's Cía. Ltda.</b>	0,81
11	<b>Idmas Importadora &amp; Distribuidora Cía. Ltda.</b>	0,90
12	<b>Arcosurloja Cía.Ltda.</b>	0,99
<b>PROMEDIO</b>		<b>0,83</b>

*Nota:* Endeudamiento en activo de las empresas del sector comercio del 2021.

### Interpretación:

El índice obtenido muestra el grado de participación de terceros en la integración de los activos totales, en donde se obtuvo en promedio de endeudamiento del 83%, lo cual es un valor demasiado alto superando el estándar establecido del 50%, esto se debe a que las empresas mantienen niveles elevados de pasivos, por lo que se interpreta que más de la mitad de los activos son financiados por terceros, de tal manera que se deben elaborar políticas empresariales que permitan controlar y disminuir las cuentas por pagar, también se puede considerar reducir el volumen de inventario, para así reducir el impacto de mantener un nivel alto de endeudamiento y no comprometer su situación financiera.

Cuando el índice es elevado indica también “que la empresa depende mucho de sus acreedores y que dispone de una limitada capacidad de endeudamiento, o lo que es lo mismo, se está descapitalizando y funciona con una estructura financiera más arriesgada. Por esta razón es importante mejora la capacidad operativa, reducir costes y elevar el margen de maniobra para evitar financiación innecesaria, controlar la tesorería y los derechos de cobro que otorgan liquidez inmediata.

### **Endeudamiento patrimonial**

**Tabla 50.**  
*Endeudamiento patrimonial.*

<b>Indicadores de endeudamiento</b>		
<b>Nº</b>	<b>Empresas del sector comercio al por mayor y menor de alimentos, bebidas y tabacos</b>	<b>Endeudamiento patrimonial</b>
1	<b>Imelda de Jaramillo Cía. Ltda.</b>	2,88
2	<b>Comercializadora Ramírez Galván Cía. Ltda.</b>	5,50
3	<b>Galtor supermercado Galtorres &amp; j.j Torres Cía.Ltda.</b>	16,96
4	<b>Distribimaxi S.A.</b>	2,03
5	<b>Distriquip Quizhpe&amp;Pineda.Cía Ltda.</b>	36,26
6	<b>Comercializadora Ortega.com.Cía Ltda.</b>	-434,73
7	<b>Dulcie S.A.</b>	10,00
8	<b>Hoover Bermeo e Hijos Cía. Ltda.</b>	23,71
9	<b>Corporacioncastel Cía. Ltda.</b>	0,28
10	<b>Amavi liquor's Cía. Ltda.</b>	4,39
11	<b>Idmas Importadora &amp; Distribuidora Cía. Ltda.</b>	8,74
12	<b>Arcosurloja Cía.Ltda.</b>	79,09
<b>PROMEDIO</b>		<b>11,07</b>

*Nota:* Endeudamiento patrimonial de las empresas del sector comercio del 2021.

### **Interpretación:**

El endeudamiento patrimonial de las empresas dedicadas a la actividad del comercio de alimentos, bebidas y tabacos, en general se encuentran con un grado de compromiso del patrimonio para con los acreedores alto, esto se debe a que mantienen niveles elevados de obligaciones con terceros, quienes financian mayormente a las empresas lo que genera un alto riesgo en el patrimonio, ya que comparándolo con el estándar establecido es de \$ 0,50.

Se interpreta que existe un elevado endeudamiento en el sector comercio, puesto que en sus estados financieros se reflejan alta concentración de pasivo, lo cual limita su capacidad de

generar utilidad, en donde todos sus ingresos y utilidades son destinados a cubrir sus obligaciones, por lo que se sugiere implementar estrategias y planes de financiamientos que reduzcan el riesgo patrimonial. Además, es importante entender que la gestión adecuada de los activos facilita el flujo de efectivo, alimenta la tesorería y elimina riesgos innecesarios. Para el promedio no se consideró la empresa; Comercializadora Ortega.com.Cía Ltda y Arcosurloja Cía.Ltda, ya que estas empresas tienen un patrimonio negativo, esto implica que no cuenta con financiación propia, por lo que su nivel de endeudamiento siempre va a ser excesivo a diferencia de resto de empresas que tienen un endeudamiento patrimonial más bajo.

### **Endeudamiento activo fijo**

**Tabla 51.**

*Endeudamiento activo fijo.*

<b>Indicadores de endeudamiento</b>		
<b>Nº</b>	<b>Empresas del sector comercio al por mayor y menor de alimentos, bebidas y tabacos</b>	<b>Endeudamiento activo fijo</b>
1	<b>Imelda de Jaramillo Cía. Ltda.</b>	2,41
2	<b>Comercializadora Ramírez Galván Cía. Ltda.</b>	0,37
3	<b>Galtor supermercado Gal torres &amp; j.j Torres Cía.Ltda.</b>	0,94
4	<b>Distrimaxi S.A.</b>	-0,52
5	<b>Distriquip Quizhpe&amp;Pineda.Cía Ltda.</b>	0,00
6	<b>Comercializadora Ortega.com.Cía Ltda.</b>	-0,02
7	<b>Dulcie S.A.</b>	0,00
8	<b>Hoover Bermeo e Hijos Cía. Ltda.</b>	0,07
9	<b>Corporacioncastel Cía. Ltda.</b>	1,41
10	<b>Amavi liquor's Cía. Ltda.</b>	9,98
11	<b>Idmas Importadora &amp; Distribuidora Cía. Ltda.</b>	6,27
12	<b>Arcosurloja Cía.Ltda.</b>	5,47
<b>PROMEDIO</b>		<b>2,20</b>

*Nota:* Endeudamiento en activo fijo de las empresas del sector comercio del 2021.

### **Interpretación:**

Los valores obtenidos sacando un promedio el nivel de endeudamiento de los activos fijos para el 2021 en el sector comercio es de 2,20 en donde se interpreta que se encuentra por encima del rango de aceptabilidad, ya que comparado con el estándar establecido es mayor a 1,

lo que expresa que los activos fijos son financiados con recursos del patrimonio, es decir que las empresas no han requerido un financiamiento elevado para adquirir sus activos fijos.

### Endeudamiento a corto plazo

**Tabla 52.**

*Endeudamiento a corto plazo.*

<b>Indicadores de endeudamiento</b>		
<b>N°</b>	<b>Empresas del sector comercio al por mayor y menor de alimentos, bebidas y tabacos</b>	<b>Endeudamiento a corto plazo</b>
1	<b>Imelda de Jaramillo Cía. Ltda.</b>	0,91
2	<b>Comercializadora Ramírez Galván Cía. Ltda.</b>	0,85
3	<b>Galtor supermercado Galtorres &amp; j.j Torres Cía.Ltda.</b>	1,00
4	<b>Distribimaxi S.A.</b>	1,00
5	<b>Distriquip Quizhpe&amp;Pineda.Cía Ltda.</b>	1,00
6	<b>Comercializadora Ortega.com.Cía Ltda.</b>	0,94
7	<b>Dulcie S.A.</b>	1,00
8	<b>Hoover Bermeo e Hijos Cía. Ltda.</b>	0,23
9	<b>Corporacioncastel Cía. Ltda.</b>	1,00
10	<b>Amavi liquor's Cía. Ltda.</b>	0,96
11	<b>Idmas Importadora &amp; Distribuidora Cía. Ltda.</b>	0,72
12	<b>Arcosurloja Cía.Ltda.</b>	0,92
<b>PROMEDIO</b>		<b>0.88</b>

*Nota:* Endeudamiento a corto plazo de las empresas del sector comercio.

### Interpretación:

El promedio obtenido del endeudamiento a corto plazo con un valor de 0.88 el cual es un resultado desfavorable, en donde entre más cerca del valor 1 se tiene problemas de liquidez, ya que las empresas no tienen la capacidad de cubrir sus obligaciones a corto plazo, las cuales son menores a 1 año, esto se debe a que mantienen nivel elevados de cuentas por cobrar, el valor óptimo en el sector debe mantener en 0,40 y 0,60, por lo que las empresas se encuentran con un exceso de endeudamiento, el cual si no es puntual y productivo puede llegar a sufrir un riesgo elevado de liquidez, la situación ideal para una compañía es no tener “ni mucha deuda que le impida seguir creciendo, ni tan poca que no le permita apalancarse y crecer con base en

capitales ajenos”, ya que no endeudarse puede suponer desprestigiar una herramienta para crear mayor valor.

### Endeudamiento a largo plazo

**Tabla 53.**

*Endeudamiento a largo plazo.*

<b>Indicadores de endeudamiento</b>		
<b>Nº</b>	<b>Empresas del sector comercio al por mayor y menor de alimentos, bebidas y tabacos</b>	<b>Endeudamiento a largo plazo</b>
1	<b>Imelda de Jaramillo Cía. Ltda.</b>	0,09
2	<b>Comercializadora Ramírez Galván Cía. Ltda.</b>	0,15
3	<b>Galtor supermercado Galtorres &amp; j.j Torres Cía.Ltda.</b>	0,00
4	<b>Distribimaxi S.A.</b>	0,00
5	<b>Distribimaxi Quizhpe&amp;Pineda.Cía Ltda.</b>	0,00
6	<b>Comercializadora Ortegacom.Cía Ltda.</b>	0,06
7	<b>Dulce S.A.</b>	0,00
8	<b>Hoover Bermeo e Hijos Cía. Ltda.</b>	0,77
9	<b>Corporacioncastel Cía. Ltda.</b>	0,00
10	<b>Amavi liquor's Cía. Ltda.</b>	0,04
11	<b>Idmas Importadora &amp; Distribuidora Cía. Ltda.</b>	0,28
12	<b>Arcosurloja Cía.Ltda.</b>	0,08
<b>PROMEDIO</b>		<b>0,12</b>

*Nota:* Endeudamiento a largo plazo de las empresas del sector comercio del 2021.

### Interpretación:

El promedio obtenido del endeudamiento a largo plazo con un valor de 0.12 el cual es un resultado favorable, ya que se encuentra dentro del estándar que es de 0,40 y 0,60, por lo que las empresas tienen un porcentaje reducido de deudas a largo plazo, lo ideal es mantener un ratio de endeudamiento a largo plazo que permita seguir creciendo y no tener recursos desaprovechados, la cual se pueda gestionar el riesgo sin tener que comprometer su capacidad de pago, ya que interesa tener deuda con vencimientos más lejanos en el tiempo, para así que el coste de la deuda a largo plazo sea menor y reducir la carga financiera de la deuda, ya que los intereses elevados pueden lastrar el crecimiento de la compañía.

### Indicadores de rentabilidad

#### Rentabilidad neta del activo

*Tabla 54.*

*Rentabilidad neta del activo ROA.*

<b>Indicadores de rentabilidad</b>		
<b>N°</b>	<b>Empresas del sector comercio al por mayor y menor de alimentos, bebidas y tabacos</b>	<b>Rentabilidad neta del activo</b>
1	<b>Imelda de Jaramillo Cía. Ltda.</b>	0,04
2	<b>Comercializadora Ramírez Galván Cía. Ltda.</b>	2,49
3	<b>Galtor supermercado Galtorres &amp; j.j Torres Cía.Ltda.</b>	4,32
4	<b>Distrimaxi S.A.</b>	0,09
5	<b>Distriquip Quizhpe&amp;Pineda.Cía Ltda.</b>	-1,38
6	<b>Comercializadora Ortega.com.Cía Ltda.</b>	-10,39
7	<b>Dulcie S.A.</b>	0,44
8	<b>Hoover Bermeo e Hijos Cía. Ltda.</b>	-0,73
9	<b>Corporacioncastel Cía. Ltda.</b>	0,05
10	<b>Amavi liquor's Cía. Ltda.</b>	0,18
11	<b>Idmas Importadora &amp; Distribuidora Cía. Ltda.</b>	0,13
12	<b>Arcosurloja Cía.Ltda.</b>	-3,33
<b>PROMEDIO 2021</b>		<b>0,56</b>
<b>PROMEDIO 2020</b>		<b>-0,04</b>

**Nota:** Rentabilidad neta del activo de las empresas del sector comercio del 2021.

**Interpretación:**

Al aplicar el indicador de rentabilidad neta de activo en promedio obtenido es un valor 0,56 esto se debe a que la utilidad del ejercicio se ve afectado por la conciliación tributaria, en la cual, si existe un monto muy alto de gastos no deducibles, puede salir negativo el resultado, de igual forma el resultado no es el más adecuado, ya que entre mayor sea el valor mejor rentabilidad se tendrá, por ende, es necesario implementar estrategias para incrementar la rentabilidad como maximizar las ganancias utilizando la menor cantidad de activos e inversión posible, así mismo el minimizar los costos y gastos que no sean relevantes y que estén generando pérdida de recursos. Para el promedio no se consideró la empresa; Comercializadora Ortega.com.Cía Ltda y Arcosurloja Cía.Ltda, ya que estas empresas tienen una rentabilidad neta del activo negativo, lo cual indica que no se están utilizando eficientemente sus activos, por esta razón afecta en gran parte al promedio del resto de empresas que tienen un valor positivo.

Tomando como referencia datos de la Superintendencia de Compañías Valores y Seguro, de la aplicación de indicadores financieros del 2020, la rentabilidad neta de activo en promedio del 2020 es de -0,04 por lo cual existió un incremento para el 2021, ya que esto se

debe a que las actividades económicas se van reactivando incrementando el comercio y las ventas.

## Margen bruto

**Tabla 55.**

*Margen bruto.*

<b>Indicadores de rentabilidad</b>		
<b>N°</b>	<b>Empresas del sector comercio al por mayor y menor de alimentos, bebidas y tabacos</b>	<b>Margen bruto</b>
1	<b>Imelda de Jaramillo Cía. Ltda.</b>	0,11
2	<b>Comercializadora Ramírez Galván Cía. Ltda.</b>	0,15
3	<b>Galtor supermercado Galtorres &amp;j Torres Cía.Ltda.</b>	0,15
4	<b>Distrimaxi S.A.</b>	0,10
5	<b>Distriquip Quizhpe&amp;Pineda.Cía Ltda.</b>	0,09
6	<b>Comercializadora Ortega.com.Cía Ltda.</b>	0,04
7	<b>Dulcie S.A.</b>	0,29
8	<b>Hoover Bermeo e Hijos Cía. Ltda.</b>	0,15
9	<b>Corporacioncastel Cía. Ltda.</b>	0,98
10	<b>Amavi liquor's Cía. Ltda.</b>	0,16
11	<b>Idmas Importadora &amp; Distribuidora Cía. Ltda.</b>	0,24
12	<b>Arcosurloja Cía.Ltda.</b>	0,15
<b>PROMEDIO 2021</b>		<b>0,22</b>
<b>PROMEDIO 2020</b>		<b>0,21</b>

*Nota:* Margen bruto de las empresas del sector comercio del 2021.

## Interpretación:

El margen bruto obtenido para las empresas que se dedican al sector comercio al por mayor y menor de alimentos bebidas y tabacos es de 22%, es decir que por cada dólar vendido se obtuvo 0,22 centavos de utilidad bruta, este valor muestra la rentabilidad de las ventas frente a los costos, lo cual se observa que se encuentran por debajo del estándar establecido mayor a 40%, esto se debe a que las empresas tienen niveles bajos de ingresos que comparados con sus costos de venta, son muy elevados reduciendo la utilidad, por lo cual es necesario gestionar y administrar los costos, las ventas, los inventarios, los precios, calidad y ofertas, de forma que se pueda atraer más clientes, para así aumentar las ventas y los márgenes de beneficio.

## Margen operacional

**Tabla 56.**

*Margen operacional.*

<b>Indicadores de rentabilidad</b>		
<b>Nº</b>	<b>Empresas del sector comercio al por mayor y menor de alimentos, bebidas y tabacos</b>	<b>Margen operacional</b>
1	<b>Imelda de Jaramillo Cía. Ltda.</b>	0,02
2	<b>Comercializadora Ramírez Galván Cía. Ltda.</b>	0,01
3	<b>Galtor supermercado Galtorres &amp; j.j Torres Cía.Ltda.</b>	0,02
4	<b>Distribimaxi S.A.</b>	-0,90
5	<b>Distriquip Quizhpe&amp;Pineda.Cía Ltda.</b>	-0,91
6	<b>Comercializadora Ortega.com.Cía Ltda.</b>	-0,96
7	<b>Dulcie S.A.</b>	0,71
8	<b>Hoover Bermeo e Hijos Cía. Ltda.</b>	-0,85
9	<b>Corporacioncastel Cía. Ltda.</b>	0,18
10	<b>Amavi liquor's Cía. Ltda.</b>	0,09
11	<b>Idmas Importadora &amp; Distribuidora Cía. Ltda.</b>	0,09
12	<b>Arcosurloja Cía.Ltda.</b>	-0,85
<b>PROMEDIO 2021</b>		<b>-0,28</b>
<b>PROMEDIO 2020</b>		<b>0,02</b>

**Nota:** Margen operacional de las empresas del sector comercio del 2021.

### **Interpretación:**

Se puede apreciar que el margen operacional de la actividad económica del comercio al por mayor y menor de alimentos bebidas y tabacos, presentan tendencia a la baja con un resultado promedio negativo de -28%, esto muestra que las empresas dependen de financiamiento, lo cual se interpreta que para el 2021 no han generado una utilidad positiva, ya que sus costos operacionales son elevados o que ha tenido que disminuir precios para hacerle frente a una competencia más agresiva o que algo está incrementándose en los gastos de administración y ventas, en donde comparados con su ingreso no tiene margen de utilidad.

Tomando como referencia datos de la Superintendencia de Compañías Valores y Seguro, de la aplicación de indicadores financieros del 2020, el margen operacional en promedio del 2020 es de -0,02 por lo cual existió una disminución para el 2021, esto se debe a que las actividades económicas se van reactivando incrementando el comercio, aumentando los costos y gastos. Las empresas con mayores márgenes tendrán mayor utilidad, podrán invertir y crecer más, incluso sacrificando el precio de venta. Las empresas con márgenes apretados o muy bajos sentirían presión por parte de la competencia y terminarían cediendo participación de mercado.

### **ROE Rentabilidad sobre el Patrimonio**

**Tabla 57.**  
ROE Rentabilidad sobre el Patrimonio.

<b>Indicadores de rentabilidad</b>		<b>Rentabilidad sobre el Patrimonio</b>
<b>Nº</b>	<b>Empresas del sector comercio al por mayor y menor de alimentos, bebidas y tabacos</b>	<b>roe</b>
1	<b>Imelda de Jaramillo Cía. Ltda.</b>	0,15
2	<b>Comercializadora Ramírez Galván Cía. Ltda.</b>	0,00
3	<b>Galtor supermercado Galtorres &amp; j Torres Cía.Ltda.</b>	0,82
4	<b>Distrimaxi S.A.</b>	0,27
5	<b>Distriquip Quizhpe&amp;Pineda.Cía Ltda.</b>	-51,58
6	<b>Comercializadora Ortegaom.Cía Ltda.</b>	-17,13
7	<b>Dulcie S.A.</b>	4,81
8	<b>Hoover Bermeo e Hijos Cía. Ltda.</b>	-17,93
9	<b>Corporacioncastel Cía. Ltda.</b>	0,07
10	<b>Amavi liquor's Cía. Ltda.</b>	0,99
11	<b>Idmas Importadora &amp; Distribuidora Cía. Ltda.</b>	1,26
12	<b>Arcosurloja Cía.Ltda.</b>	-26,89
<b>PROMEDIO 2021</b>		<b>1,05</b>
<b>PROMEDIO 2020</b>		<b>0,29</b>

**Nota:** Rentabilidad sobre el patrimonio de las empresas del sector comercio del 2021.

### **Interpretación:**

Respecto al indicador de rentabilidad sobre el Patrimonio indica el rendimiento del patrimonio, en donde al aplicar el indicador se obtuvo que en general las empresas mantienen un rendimiento sobre su inversión de 1,05, Es recomendable que la compañía mejore su eficiencia por medio de la optimización de recursos y buscando nuevas inversiones que beneficien a las empresas. Tomando como referencia datos de la Superintendencia de Compañías Valores y Seguro, de la aplicación de indicadores financieros del 2020, el rendimiento sobre el patrimonio en promedio del 2020 es de 0,29 por lo cual existió un incremento para el 2021, ya que esto se debe a que las actividades económicas se van reactivando incrementando el comercio.

Para el promedio no se consideró las empresas; Distriquip Quizhpe&Pineda.Cía Ltda, Comercializadora Ortegaom.Cía Ltda, Hoover Bermeo e Hijos Cia. Ltda, y Arcosurloja Cía.Ltda, ya que estas empresas tienen una rentabilidad sobre el patrimonio negativo y con valores demasiado elevados, debido a sus altos costos operacionales limitando su capacidad de generar utilidad, una de las estrategias para mejorar su rentabilidad es generando mayores ventas, reduciendo los activos y aumentar el apalancamiento.

## **Informe de los resultados**

### **Título**

Factores internos económico financieros que influyen en el crecimiento de las empresas bajo el control de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. Sector comercio al por mayor y menor de alimentos, bebidas y tabaco de la ciudad de Loja. Periodo 2021.

### **Resumen**

El informe presenta los resultados del trabajo realizado para determinar los factores internos económico financiero que influyen en el crecimiento de las empresas bajo el control de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. Sector comercio al por mayor y menor de alimentos, bebidas y tabaco de la ciudad de Loja. Periodo 2021. Análisis se centró en determinar la liquidez, gestión empresarial, solvencia o endeudamiento y rentabilidad. Para obtener la información general sobre las empresas respecto a la administración y control de los recursos económicos financieros se aplicó una encuesta a 37 empresas que realizan la actividad del comercio, para a su vez aplicar indicadores financieros al balance general y al estado de resultados obtenidos de la Superintendencia de Compañías Valores y Seguros, del periodo 2021, al fin de conocer de forma cuantitativa la situación económico financiera de las empresas.

### **Introducción**

Actualmente las empresas atraviesan varias etapas de crecimiento, en las que tiene que enfrentar distintos problemas que las podrían llevar a afrontar crisis financiera; es así como estos empiezan por desajustes entre la empresa y el entorno que lleva a cabo sus actividades (Flint , 2017). En donde es importante realizar un análisis de la situación económica financiera, de manera de identificar factores internos que influyan en el crecimiento, es por esto que Valverde (2019) menciona que el análisis en los últimos años y ha levantado gran interés en las empresas, muchos actores importantes de la economía global han visto la necesidad de implementar sistemas que sean capaces de identificar variables que lleven a la insolvencia.

Para qué existe un crecimiento en el sector comercio se debe identificar los factores internos económico-financiero que limitan su rendimiento, de manera de implementar controles, estrategias, planes y herramientas que permitan fortalecer los puntos débiles y que se adapten a las necesidades de las empresas, permitiendo mayor control sobre las actividades y asegurando la consistencia de estas, facilitando la comunicación y coordinación, que con el pasar del tiempo sea más sostenibles y rentables.

## **Objetivo:**

Determinar los factores internos económico-financieros más representativos que influyen en el crecimiento de las empresas del sector comercio al por mayor y menor de alimentos bebidas y tabacos.

## **Materiales y métodos**

**Encuesta.** Se utilizó un instrumento de recolección de información basado en los factores económico-financieros que influyen en el crecimiento empresarial, expuesto en la teoría.

**Estados financieros.** Para la aplicación de indicadores financieros a las empresas se utilizaron los estados financieros que se encuentran en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, con el fin de contrastar la información obtenida mediante la encuesta con la situación económico- financiera actual de las empresas.

## **Unidad de estudio**

Las empresas que fueron objeto de estudio son 37 que realizan la actividad de comercio al por mayor y menor de alimentos bebidas y tabacos en la ciudad de Loja, en donde fueron la fuente principal de información, por medio del instrumento de investigación aplicado a los gerentes y contadores de las empresas, y con ello obtener la información relevante para el estudio, también es preciso mencionar que para la aplicación de la encuesta se trabajó con toda la población que fue filtrada del directorio de compañías de la Superintendencia de Compañías Valores y Seguros, y para la aplicación de indicadores financieros se utilizó los estados financieros de las empresas que tengan la información financiera del 2021, que se puede observar y analizar.

## **Limitaciones de estudio**

Para el cumplimiento del segundo objetivo únicamente se aplicaron indicadores financieros a las empresas que tengan sus estados financieros disponibles y actualizado del periodo 2021, y que se encuentren en la página de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, ya que en algunas empresas su información financiera no está disponible, lo cual limita la aplicación de indicadores para su respectivo análisis.

## **Resultados**

**Factores internos económico financieros que influyen en el crecimiento del sector comercio al por mayor y menor de alimentos bebidas y tabacos.**

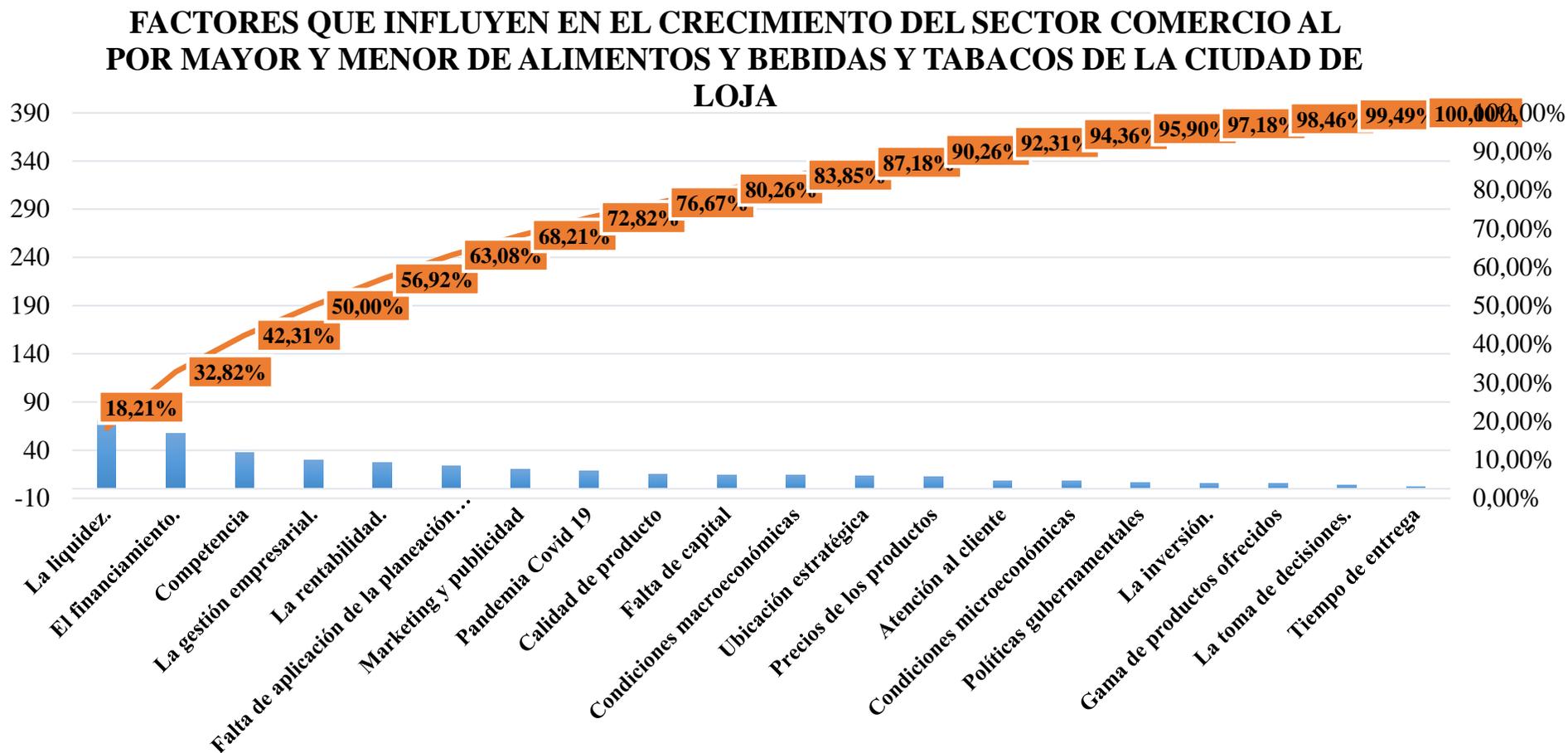
**Tabla 58.***Factores internos económico financieros que influyen en el crecimiento*

<b>FACTORES QUE INFLUYEN EN EL CRECIMIENTO DEL SECTOR COMERCIO AL POR MAYOR Y MENOR DE ALIMENTOS Y BEBIDAS Y TABACOS DE LA CIUDAD DE LOJA</b>			
<b>Factores internos económico-financieros que influyen en el crecimiento de sector comercio</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>% de frecuencia porcentaje</b>	<b>Frecuencia acumulada</b>
La liquidez.	71	18,21%	71
El financiamiento	57	32,82%	128
Competencia	37	42,31%	165
La gestión empresarial.	30	50,00%	195
La rentabilidad.	27	56,92%	222
Falta de aplicación de la planeación financiera.	24	63,08%	246
Marketing y publicidad	20	68,21%	266
Pandemia Covid 19	18	72,82%	284
Calidad de producto	15	76,67%	299
Falta de capital	14	80,26%	313
Condiciones macroeconómicas	14	83,85%	327
Ubicación estratégica	13	87,18%	340
Precios de los productos	12	90,26%	352
Atención al cliente	8	92,31%	360
Condiciones microeconómicas	8	94,36%	368
Políticas gubernamentales	6	95,90%	374
La inversión.	5	97,18%	379
Gama de productos ofrecidos	5	98,46%	384
La toma de decisiones.	4	99,49%	388
Tiempo de entrega	2	100,00%	390

**Nota:** Factores internos económico-financieros que influyen en el crecimiento de sector comercio.

**Figura 3.**

*Factores internos económico financieros que influyen en el crecimiento.*



**Nota:** Diagrama de Pareto factores internos económico- financieros obtenidos de la encuesta aplicadas a las empresas del sector comercio.

De los datos obtenidos de los gerentes y contadores de las empresas del sector comercio al por mayor y menor de alimentos bebidas y tabacos de la ciudad de Loja, mediante el instrumento de investigación se obtuvieron los siguientes factores internos económico financieros que influyen en el crecimiento del sector comercio que son más representativos, para ello se elaboró un diagrama de Pareto, en donde se ordena de mayor a menor frecuencia, de tal manera que se puede visualizar las causas principales que impiden el crecimiento del sector comercio, de esta forma se pueden analizar de mejor manera los factores.

### **Análisis de los factores que influyen en el crecimiento del sector comercio.**

#### **Liquidez**

Uno de los factores que influyen en el crecimiento del sector comercio es la liquidez con un 18,21% siendo uno de los principales factores que impide un crecimiento adecuado, ya que al no contar con una liquidez óptima las empresas tienen problemas en el desarrollo de sus actividades diarias y en el cumplimiento de sus obligaciones con terceros, la liquidez está relacionada directamente con la tasa de interés, puesto que afecta la liquidez en efectivo en la economía, la inflación también es un punto a considerar dentro de la liquidez de una empresa, en donde al aumentar este indicador ocasiona un aumento de los precios, y en consecuencia los consumidores disminuyen la cantidad demanda, provocando una disminución de sus ingresos y de capital de trabajo.

#### **El financiamiento**

El financiamiento también es un factor determinante en el crecimiento, con un 32,82% cuyo aporte contribuye al desarrollo y competitividad de las empresas, en donde el tipo y condiciones del financiamiento inciden de forma significativa en la sostenibilidad, las empresas deben desarrollar estrategias de inversión que les permitan obtener tasas de interés accesibles sin poner en riesgo el patrimonio de la empresa, ya que para otorgar crédito es necesario garantizar.

#### **Competencia**

La competencia es otro factor a tener en consideración con un 42,31%, ya que el éxito competitivo de una empresa se enfoca en la capacidad, generar un valor agregado, estrategias de venta, y aprovechamiento de los recursos internos, ya que en el sector comercio existe una demanda débil por la alta competencia, en donde el desarrollo de ventajas competitivas como marketing y publicidad, incorporación de tecnologías, innovación en procesos y nuevos canales

de distribución, estos factores determinaran la reputación e imagen de la empresa en el mercado y por ende en su crecimiento.

### **La gestión empresarial**

La gestión empresarial con un 50%, tiene un rol importante en el crecimiento empresarial, ya que la administración y control de los recursos materiales, financieros y humanos ha condicionado a las empresas en sus planes a corto y largo plazo, además la gerencia debe considerar implementar estrategias como la gestión operativa de créditos y cuentas por cobrar, gestión del inventario, políticas de crédito; seguimiento y evaluación de operaciones internas, todo esto con el fin de mejorar el rendimiento, eficiencia y productividad de las empresas.

### **La rentabilidad**

La rentabilidad con un 56,92% es un factor muy importante en una empresa, y está asociada con la inflación y nivel de precios, en donde al aumentar estos, el poder adquisitivo del consumidor se ve afectado y por ende las ventas disminuyen ocasionando que las empresas no tengan ingresos suficientes para cubrir sus costos y gastos, por lo que al final del periodo contable muchas de estas terminan con pérdidas; dificultando el desarrollo de nuevas inversiones.

### **Otros factores que influyen en el crecimiento**

El marketing y publicidad es un factor relevante con un 68,21% porque en la actualidad el uso de estas herramientas se ha vuelto fundamental para la comercialización de productos, puesto que las ofertas y promociones atraen al consumidor, incrementan las ventas y marca una reputación e imagen con el resto de competidores. Con 72,82% se encuentra la pandemia covid-19 que, en los últimos 2 años, afectó la economía de los países y, en consecuencia, los mercados laborales, las economías, el comercio y las cadenas de suministro se interrumpieron ocasionando una disminución considerable en los ingresos de las empresas. Con un 76,67% está la calidad de producto en donde en el sector comercio es clave, ya que ayuda a incrementar las ventas y a mejorar la imagen de las empresas ofreciendo productos de calidad. Con un 80,26% está la falta de capital, este factor tiene un gran impacto en la posición financiera y competitiva, limitando su capacidad de inversión y de crecimiento a futuro.

## Aplicación de indicadores financieros a los estados financieros de las empresas del sector comercio al por mayor y menor de alimentos bebidas y tabacos.

Luego de haber realizado un diagnóstico de las empresas por medio de las encuestas aplicadas a los gerentes y contadores, se aplicó indicadores financieros a los estados financieros, de manera de conocer los factores internos que influyen en el rendimiento de las empresas y determinar la situación económica financiera del periodo 2021.

### Indicadores de liquidez

**Tabla 59.**  
*Índices de liquidez.*

Empresas del sector comercio al por mayor y menor de alimentos, bebidas y tabacos	Indicadores de liquidez	
	Liquidez Corriente	Prueba Acida
<b>Imelda de Jaramillo Cía. Ltda.</b>	1,33	0,96
<b>Comercializadora Ramírez Galván Cía. Ltda.</b>	0,80	0,34
<b>Galtor supermercado Galtorres &amp; j.j Torres Cía.Ltda.</b>	0,99	0,43
<b>Distrimaxi S.A.</b>	1,49	1,05
<b>Distriquip Quizhpe&amp;Pineda.Cía Ltda.</b>	1,03	0,44
<b>Comercializadora Ortega.com.Cía Ltda.</b>	0,94	0,87
<b>Dulcie S.A.</b>	1,10	1,01
<b>Hoover Bermeo e Hijos Cía. Ltda.</b>	1,90	0,43
<b>Corporacioncastel Cía. Ltda.</b>	2,06	2,00
<b>Amavi liquor's Cía. Ltda.</b>	1,26	0,68
<b>Idmas Importadora &amp; Distribuidora Cía. Ltda.</b>	1,53	0,78
<b>Arcosurloja Cía.Ltda.</b>	1,10	0,76
<b>PROMEDIO</b>	<b>1,29</b>	<b>0,65</b>

*Nota:* Resumen de los indicadores de liquidez aplicados a los estados financieros de las empresas del sector comercio.

### Liquidez corriente

Al aplicar el indicador de liquidez corriente indica la capacidad que tienen las empresas del sector comercio al por mayor y menor de alimentos, bebidas y tabaco, para liquidar sus obligaciones en corto plazo, se observó que en promedio las empresas tienen 1,29 de liquidez corriente, lo que significa que por cada dólar que poseen tienen 1,29 dólares para respaldar estas obligaciones a corto plazo.

El índice obtenido está dentro del estándar considerando que debe haber una relación adecuada entre los activos y pasivos corrientes, la cual debe ser 1 a 1, pero el valor adecuado y recomendable es 1.5 y 2 para que en el peor de los casos, al no contar con la realización en efectivo de los inventarios se puedan cubrir las obligaciones a corto plazo sin ninguna complicación, puesto que es necesario que exista un equilibrio entre el efectivo que se mantiene en la empresa para el funcionamiento diario de las operaciones y lo que se requiere para hacer frente a las obligaciones. Para así mantener una buena gestión y control de los activos corrientes y minimizar el riesgo de liquidez.

### **Prueba ácida**

El índice obtenido de prueba ácida en promedio en el sector comercio es 0,65 para el 2021, en donde es un valor inferior comparado con el estándar establecido de mayor a 1, lo cual indica que por cada dólar que se deba a corto plazo se cuenta para su cancelación con 0,65 centavos en activo corriente, los resultados obtenidos muestran que las empresas presentan problemas de liquidez, ya que por actividad misma requieren de la venta de sus inventarios para poder cumplir con sus obligaciones a corto plazo. Una de las estrategias que se pueden utilizar para mejorar la liquidez, es renegociar deudas con mora y plazos de pagos más bajos, ya que por la pandemia covid-19 las ventas han disminuido, por lo cual poseen una acumulación de inventarios lo cual no es conveniente porque provoca problemas de liquidez esto se puede dar por una sobreestimación de ventas o por negociaciones realizadas y no concretadas, que es el reflejo de que existen problemas en la planificación de ventas para lo cual se deben tomar medidas correctivas que resuelvan esas falencias.

## Indicadores de gestión o actividad

**Tabla 60.**

*Índices de gestión o actividad.*

Empresas del sector comercio al por mayor y menor de alimentos, bebidas y tabacos	Indicadores de gestión o actividad				
	Rotación de cartera	Rotación de inventarios	Rotación de ventas	Periodo medio de cobranza	Periodo medio de pago
Imelda de Jaramillo Cía. Ltda.	5,13	11,99	2,97	71,13	86,55
Comercializadora Ramírez Galván Cía. Ltda.	41,59	7,50	2,49	8,78	111,70
Galtor supermercado Galtorres & j.j Torres Cía.Ltda.	52,05	8,14	4,32	7,01	84,81
Distrimaxi S.A.	8,66	6,67	2,00	42,13	81,13
Distriquip Quizhpe&Pineda.Cía Ltda.	4,39	2,62	1,51	83,08	179,16
Comercializadora Ortogacom.Cía Ltda.	14,72	156,64	10,81	24,79	32,13
Dulcie S.A.	0,88	7,36	0,62	412,89	635,39
Hoover Bermeo e Hijos Cía. Ltda.	26,76	2,65	0,85	13,64	90,12
Corporacioncastel Cía. Ltda.	1,40	29,41	0,36	261,36	200,58
Amavi liquor's Cía. Ltda.	5,33	5,15	2,31	68,44	116,96
Idmas Importadora & Distribuidora Cía. Ltda.	4,34	3,23	1,55	84,00	70,54
Arcosurloja Cía.Ltda.	6,91	12,57	3,91	52,84	85,70
<b>PROMEDIO</b>	<b>5,75</b>	<b>8.84</b>	<b>2,08</b>	<b>45,59</b>	<b>84,40</b>

*Nota:* Resumen de los indicadores de gestión o actividad aplicados a los estados financieros de las empresas del sector comercio.

### Rotación de cartera

Gran parte de las empresas tiene una rotación de cartera baja en comparación con el estándar establecido mayor a 6 y 12 veces, obteniendo 5,75 veces al año, que el pago de sus clientes se convierte en dinero en efectivo, lo que se interpreta que las empresas tiene un nivel inadecuado de cobranza, por lo cual deben mantener un control más estricto, para así que las empresas no reflejen en sus balances niveles altos de cuentas incobrables, y así mejorar su rotación de cartera aplicando estrategias de cobranza. Para el promedio no se consideró las empresas; Comercializadora Ramírez Galván Cía. Ltda, Galtor supermercado Galtorres, &j.j Torres Cía.Ltda., y Hoover Bermeo e Hijos Cía. Ltda, ya que estas empresas tienen una rotación

de cartera adecuada a diferencia de resto de empresas que tiene niveles bajos, superando el estándar establecido mayor a 6 y 12 veces.

### **Rotación de inventarios**

En promedio las empresas de comercio al por mayor y menor rotan 8.84 veces al año, lo que demuestra que el inventario permanece aproximadamente 81 días, los resultados demuestran un tiempo de rotación de inventarios bajos en, poniendo en riesgo la liquidez por una acumulación de inventario en bodega; y comparándolo con el estándar establecido estos valores superan los 30 días a 60 días, por esta razón se determinó que no existe una administración y control adecuada de los inventarios, además los inventarios fueron afectados por la pandemia covid-19 que causo una disminución de las ventas y estancamiento de algunos productos, lo que genera una rentabilidad baja. Una de las claves para mejorar la rotación de inventarios es implementar estrategias de ventas como promociones, ofertas que ayuden a incrementar y mejorar las ventas, para así rotar y suministrar el inventario. Para el promedio de rotación de inventario (veces) no se consideró la empresa; Comercializadora Ortega.com.Cía. Ltda, ya que esta empresa tiene una rotación de inventario adecuada a diferencia de resto de empresas que tiene niveles bajos.

### **Rotación de ventas**

El indicador mide en veces la efectividad en la utilización del activo en un determinado nivel de ventas, resume el desempeño global del negocio y la efectividad de la administración, desde el punto de que tan eficiente han sido las operaciones de la empresa. El resultado que se obtuvo en promedio del sector comercio es de 2,08 veces, lo cual entre más sea el volumen de ventas, más eficiente será la rotación de ventas, de tal manera que se interpreta que las empresas se encuentran con niveles regulares de ventas, en donde se deben incrementar sus ventas para aprovechar mejor sus recursos activos. Una de las estrategias a implementar es mejorar la atención al cliente, ofrecer promociones y descuentos, capacitar e informar al personal. Para el promedio de rotación de ventas (veces) no se consideró la empresa; Comercializadora Ortega.com.Cía. Ltda, ya que esta empresa tiene una rotación de ventas superior a diferencia de resto de empresas que tiene niveles regulares de ventas.

### **Periodo medio de cobranza**

El periodo promedio de cobro se obtuvo un promedio de 45,59 días para el sector comercio al por mayor y menor de alimentos bebidas y tabacos, tal valor se encuentra dentro del estándar establecido de 30 a 60 días, por lo que se interpreta que las empresas tienen un

tiempo de cobrar moderado, por lo cual es necesario mantener mecanismos de gestión de cobranza adecuados y políticas claras, para así evitar un riesgo de incobrabilidad y que no afecte a la liquidez y el capital de trabajo de las empresas, es preciso cerciorarse con frecuencia de que los pagos se realizan según las condiciones acordadas y en los periodos establecidos, para así poder gestionar los cobros de manera adecuada para optimizar beneficios, llevando un control de forma activa no esperando a la fecha de vencimiento de las facturas, también es importante contar con sistemas de cobro que faciliten estos procesos y la toma de decisiones. Para el promedio no se consideró las empresas; Dulcie S.A. y Corporacioncastel Cía. Ltda., ya que estas empresas tienen un periodo de cobranza demasiado alto, fuera del estándar establecido de 30 a 60 días, generando un riesgo de incobrabilidad y comprometiendo la solvencia de las empresas.

### **Periodo medio de pago**

El periodo promedio de pago obtenido en promedio de las empresas del sector comercio es de 93,88 días que las empresas pagan a sus proveedores por la adquisición de inventarios, ya que al contar con gran cantidad de inventarios se incrementa su crédito, los datos obtenidos reflejan que el pago a proveedores es de corto plazo, es decir que el plazo de pago es aceptable y puede aprovechar por más tiempo el efectivo. Sin embargo, es importante que las empresas mantengan un seguimiento y registro de las obligaciones con terceros, debido a que mantiene valores altos de endeudamiento a corto plazo. Para el promedio no se consideró las empresas; Distriquip Quizhpe&Pineda.Cía Ltda, Dulcie S.A. y Corporacioncastel Cía. Ltda., ya que estas empresas tienen un periodo de pago demasiado alto a diferencia de resto de empresas que tiene tiempos de pago más bajos.

## Indicadores endeudamiento

**Tabla 61.**

*Índices de endeudamiento.*

Empresas del sector comercio al por mayor y menor de alimentos, bebidas y tabacos	Indicadores de endeudamiento				
	Endeudamiento activo	Endeudamiento patrimonial	Endeudamiento activo fijo	Endeudamiento a corto plazo	endeudamiento a largo plazo
<b>Imelda de Jaramillo Cía. Ltda.</b>	0,74	2,88	2,41	0,91	0,09
<b>Comercializadora Ramírez Galván Cía. Ltda.</b>	0,85	5,50	0,37	0,85	0,15
<b>Galtor supermercado Galtorres &amp;j,j Torres Cía.Ltda.</b>	0,94	16,96	0,94	1,00	0,00
<b>Distrimaxi S.A.</b>	0,67	2,03	-0,52	1,00	0,00
<b>Distriquip Quizhpe&amp;Pineda.Cía Ltda.</b>	0,97	36,26	0,00	1,00	0,00
<b>Comercializadora Ortega.com.Cía Ltda.</b>	1,00	-434,73	-0,02	0,94	0,06
<b>Dulcie S.A.</b>	0,91	10,00	0,00	1,00	0,00
<b>Hoover Bermeo e Hijos Cía. Ltda.</b>	0,96	23,71	0,07	0,23	0,77
<b>Corporacioncastel Cía. Ltda.</b>	0,22	0,28	1,41	1,00	0,00
<b>Amavi liquor's Cía. Ltda.</b>	0,81	4,39	9,98	0,96	0,04
<b>Idmas Importadora &amp; Distribuidora Cía. Ltda.</b>	0,90	8,74	6,27	0,72	0,28
<b>Arcosurloja Cía.Ltda.</b>	0,99	79,09	5,47	0,92	0,08
<b>PROMEDIO</b>	<b>0,83</b>	<b>11,07</b>	<b>2,20</b>	<b>0,88</b>	<b>0,12</b>

*Nota:* Resumen de los indicadores de endeudamiento aplicados a los estados financieros de las empresas del sector comercio.

### Endeudamiento activo

El índice obtenido muestra el grado de participación de terceros en la integración de los activos totales, en donde se obtuvo en promedio de endeudamiento del 83%, lo cual es un valor demasiado alto superando el estándar establecido del 50%, esto se debe a que las empresas mantienen niveles elevados de pasivos, por lo que se interpreta que más de la mitad de los activos son financiados por terceros, de tal manera que se deben elaborar políticas empresariales que permitan controlar y disminuir las cuentas por pagar, también se puede considerar reducir el volumen de inventario, para así reducir el impacto de mantener un nivel alto de endeudamiento y no comprometer su situación financiera.

Cuando el índice es elevado indica también “que la empresa depende mucho de sus acreedores y que dispone de una limitada capacidad de endeudamiento, o lo que es lo mismo, se está descapitalizando y funciona con una estructura financiera más arriesgada. Por esta razón es

importante mejora la capacidad operativa, reducir costes y elevar el margen de maniobra para evitar financiación innecesaria, controlar la tesorería y los derechos de cobro que otorgan liquidez inmediata.

### **Endeudamiento patrimonial**

El endeudamiento patrimonial de las empresas dedicadas a la actividad del comercio de alimentos bebidas y tabacos, en general se encuentran con un grado de compromiso del patrimonio para con los acreedores alto, esto se debe a que mantienen niveles elevados de obligaciones con terceros, quienes financian mayormente a las empresas lo que genera un alto riesgo en el patrimonio, ya que comparándolo con el estándar establecido es de \$ 0,50.

Se interpreta que existe un elevado endeudamiento en el sector comercio, ya que en sus estados financieros se reflejan alta concentración de pasivo, lo cual limita su capacidad de generar utilidad, en donde todos sus ingresos y utilidades son destinados a cubrir sus obligaciones, por lo que se sugiere implementar estrategias y planes de financiamientos que reduzcan el riesgo patrimonial. Además, es importante entender que la gestión adecuada de los activos facilita el flujo de efectivo, alimenta la tesorería y elimina riesgos innecesarios. Para el promedio no se consideró la empresa; Comercializadora Ortegacom.Cía Ltda y Arcosurloja Cía.Ltda, ya que estas empresas tienen un patrimonio negativo, esto implica que no cuenta con financiación propia, por lo que su nivel de endeudamiento siempre va a ser excesivo a diferencia de resto de empresas que tienen un endeudamiento patrimonial más bajo.

### **Endeudamiento activo fijo**

Los valores obtenidos sacando un promedio el nivel de endeudamiento de los activos fijos para el 2021 en el sector comercio es de 2,20 en donde se interpreta que se encuentra por encima del rango de aceptabilidad, ya que comparado con el estándar establecido es mayor a 1, lo que expresa que los activos fijos son financiados con recursos del patrimonio, es decir que las empresas no han requerido un financiamiento elevado para adquirir sus activos fijos.

### **Endeudamiento a corto plazo**

El promedio obtenido del endeudamiento a corto plazo con un valor de 0.88 el cual es un resultado desfavorable, en donde entre más cerca del valor 1 se tiene problemas de liquidez, ya que las empresas no tienen la capacidad de cubrir sus obligaciones a corto plazo, las cuales son menores a 1 año, esto se debe a que mantienen nivel elevados de cuentas por cobrar, el valor óptimo en el sector debe mantener en 0,40 y 0,60, por lo que las empresas se encuentran

con un exceso de endeudamiento, el cual si no es puntual y productivo puede llegar a sufrir un riesgo elevado de liquidez, la situación ideal para una compañía es no tener “ni mucha deuda que le impida seguir creciendo, ni tan poca que no le permita apalancarse y crecer con base en capitales ajenos”, ya que no endeudarse puede suponer desprestigiar una herramienta para crear mayor valor.

### Endeudamiento a largo plazo

El promedio obtenido del endeudamiento a largo plazo con un valor de 0,12 el cual es un resultado favorable, ya que se encuentra dentro del estándar que es de 0,40 y 0,60, por lo que las empresas tienen un porcentaje reducido de deudas a largo plazo, lo ideal es mantener un ratio de endeudamiento a largo plazo que permita seguir creciendo y no tener recursos desaprovechados, la cual se pueda gestionar el riesgo sin tener que comprometer su capacidad de pago, ya que interesa tener deuda con vencimientos más lejanos en el tiempo, para así que el coste de la deuda a largo plazo sea menor y reducir la carga financiera de la deuda, puesto que los intereses elevados pueden lastrar el crecimiento de la compañía.

### Indicadores de rentabilidad

**Tabla 62.**

*Índices de Rentabilidad.*

Empresas del sector comercio al por mayor y menor de alimentos, bebidas y tabacos	Indicadores de rentabilidad			
	Rentabilidad neta del activo	Margen bruto	Margen operacional	Rendimiento del patrimonio ROE
<b>Imelda de Jaramillo Cía. Ltda.</b>	0,04	0,11	0,02	0,15
<b>Comercializadora Ramírez Galván Cía. Ltda.</b>	2,49	0,15	0,01	0,00
<b>Galtor supermercado Galtorres &amp; j.j Torres Cía.Ltda.</b>	4,32	0,15	0,02	0,82
<b>Distrimaxi S.A.</b>	0,09	0,10	-0,90	0,27
<b>Distriquip Quizhpe&amp;Pineda.Cía Ltda.</b>	-1,38	0,09	-0,91	-51,58
<b>Comercializadora Ortegacom.Cía Ltda.</b>	-10,39	0,04	-0,96	-17,13
<b>Dulcie S.A.</b>	0,44	0,29	0,71	4,81
<b>Hoover Bermeo e Hijos Cía. Ltda.</b>	-0,73	0,15	-0,85	-17,93
<b>Corporacioncastel Cía. Ltda.</b>	0,05	0,98	0,18	0,07
<b>Amavi liquor's Cía. Ltda.</b>	0,18	0,16	0,09	0,99
<b>Idmas Importadora &amp; Distribuidora Cía. Ltda.</b>	0,13	0,24	0,09	1,26
<b>Arcosurloja Cía.Ltda.</b>	-3,33	0,15	-0,85	-26,89
<b>PROMEDIO 2021</b>	<b>0,56</b>	<b>0,22</b>	<b>-0,28</b>	<b>1,05</b>
<b>PROMEDIO 2020</b>	<b>-0,04</b>	<b>0,21</b>	<b>0,02</b>	<b>0,29</b>

**Nota:** Resumen de los indicadores de rentabilidad aplicados a los estados financieros de las empresas del sector comercio.

### **Rentabilidad neta del activo**

Al aplicar el indicador de rentabilidad neta de activo en promedio obtenido es un valor 0,56 esto se debe a que la utilidad del ejercicio se ve afectado por la conciliación tributaria, en la cual, si existe un monto muy alto de gastos no deducibles, puede salir negativo el resultado, de igual forma el resultado no es el más adecuado, ya que entre mayor sea el valor mejor rentabilidad se tendrá, por ende, es necesario implementar estrategias para incrementar la rentabilidad como maximizar las ganancias utilizando la menor cantidad de activos e inversión posible, así mismo el minimizar los costos y gastos que no sean relevantes y que estén generando pérdida de recursos. Para el promedio no se consideró la empresa; Comercializadora Ortegacom.Cía Ltda y Arcosurloja Cía.Ltda, ya que estas empresas tienen una rentabilidad neta del activo negativo, lo cual indica que no se están utilizando eficientemente sus activos, por esta razón afecta en gran parte al promedio del resto de empresas que tienen un valor positivo.

Tomando como referencia datos de la Superintendencia de Compañías Valores y Seguro, de la aplicación de indicadores financieros del 2020, la rentabilidad neta de activo en promedio del 2020 es de -0,04 por lo cual existió un incremento para el 2021, ya que esto se debe a que las actividades económicas se van reactivando incrementando el comercio y las ventas.

### **Margen bruto**

El margen bruto obtenido para las empresas que se dedican al sector comercio al por mayor y menor de alimentos, bebida y tabacos es de 22%, es decir que por cada dólar vendido se obtuvo 0,22 centavos de utilidad bruta, este valor muestra la rentabilidad de las ventas frente a los costos, lo cual se observa que se encuentran por debajo del estándar establecido mayor a 40%, esto se debe a que las empresas tienen niveles bajos de ingresos que comparados con sus costos de venta, son muy elevados reduciendo la utilidad, por lo cual es necesario gestionar y administrar los costos, las ventas, los inventarios, los precios, calidad y ofertas, de forma que se pueda atraer más clientes, para así aumentar las ventas y los márgenes de beneficio.

### **Margen operacional**

Se puede apreciar que el margen operacional de la actividad económica del comercio al por mayor y menor de alimentos bebidas y tabacos, presentan tendencia a la baja con un resultado promedio negativo de -28%, esto muestra que las empresas dependen de financiamiento, lo cual se interpreta que para el 2021 no han generado una utilidad positiva, ya

que sus costos operacionales son elevados o que ha tenido que disminuir precios para hacerle frente a una competencia más agresiva o que algo está incrementándose en los gastos de administración y ventas, en donde comparados con su ingreso no tiene margen de utilidad.

Tomando como referencia datos de la Superintendencia de Compañías Valores y Seguro, de la aplicación de indicadores financieros del 2020, el margen operacional en promedio del 2020 es de -0,02 por lo cual existió una disminución para el 2021, esto se debe a que las actividades económicas se van reactivando incrementando el comercio, aumentando los costos y gastos. Las empresas con mayores márgenes tendrán mayor utilidad, podrán invertir y crecer más, incluso sacrificando el precio de venta. Las empresas con márgenes apretados o muy bajos sentirían presión por parte de la competencia y terminarían cediendo participación de mercado.

### **Rentabilidad sobre el Patrimonio**

Respecto al indicador de rentabilidad sobre el Patrimonio indica el rendimiento del patrimonio, en donde al aplicar el indicador se obtuvo que en general las empresas mantienen un rendimiento sobre su inversión de 1,05, Es recomendable que la compañía mejore su eficiencia por medio de la optimización de recursos y buscando nuevas inversiones que beneficien a las empresas. Tomando como referencia datos de la Superintendencia de Compañías Valores y Seguro, de la aplicación de indicadores financieros del 2020, el rendimiento sobre el patrimonio en promedio del 2020 es de 0,29 por lo cual existió un incremento para el 2021, ya que esto se debe a que las actividades económicas se van reactivando incrementando el comercio.

Para el promedio no se consideró las empresas; Distriquip Quizhpe&Pineda.Cía Ltda, Comercializadora Ortegacom.Cía Ltda, Hoover Bermeo e Hijos Cia. Ltda, y Arcosurloja Cía.Ltda, ya que estas empresas tienen una rentabilidad sobre el patrimonio negativo y con valores demasiado elevados, debido a sus altos costos operacionales limitando su capacidad de generar utilidad, una de las estrategias para mejorar su rentabilidad es generando mayores ventas, reduciendo los activos y aumentar el apalancamiento.

## 7. Discusión

En correspondencia a los resultados estadísticos alcanzados en la aplicación de las encuestas a los gerentes y contadores, ha demostrado a nivel general que las empresas no realizan un análisis de la situación económica-financiera y del entorno, de igual forma no aplican indicadores financieros para determinar los valores óptimos impidiendo un análisis íntegro de la estructura económica financiera relacionada con la liquidez, actividad, rentabilidad y endeudamiento, lo cual limita el rendimiento y la toma de decisiones, ya que no se cuenta con información financiera confiable para la correcta administración de los recursos.

Ante lo indicado fue necesario realizar un diagnóstico del entorno y de la administración y gestión de los recursos, para luego aplicar indicadores financieros a los estados financieros del periodo 2021, con el fin de conocer de forma cualitativa y cuantitativa la situación económica financiera de las empresas, ya que los resultados obtenidos son de gran importancia para conocer e identificar los factores internos que influyen en el crecimiento empresarial, siendo importante y esencial para la supervivencia, estabilidad y el rendimiento de los recursos.

Se determinaron los factores internos económico financiero más representativos que influyen en el crecimiento de sector comercio, de los cuales representan el 18,21% la liquidez, con un 32,82% el financiamiento, con un 42,31% la competencia, con un 50% la gestión empresarial y la rentabilidad con un 56,92%; con la aplicación de indicadores financieros se evidenció las falencias que existen en las empresas concluyendo que en general el control, la organización y administración de los recursos es deficiente, ya que mantienen niveles bajos de liquidez, la gestión de cobranzas y de inventarios son inadecuados manteniendo tiempos de recuperación demasiado altos en relación con los estándares establecidos, de manera que se encuentran con índices de endeudamiento a corto plazo, generando problemas de liquidez y comprometiendo la rentabilidad de las empresas. Es necesario saber combinar las fuentes de financiamiento tanto internas como externas, que permitan maximizar la rentabilidad, ya que los datos obtenidos reflejan tendencias negativas, pues sus costos y gastos son elevados en comparación con sus ingresos, lo cual refleja que no se están utilizando adecuadamente sus activos, limitando la capacidad de generar utilidad.

## 8. Conclusiones

- Se concluye que el análisis de la situación actual del sector comercial en la ciudad de Loja es inestable debido al impacto que genera las condiciones de la pandemia covid-19; pues la capacidad de generar utilidad, depende de la gestión y utilización eficiente de sus activos, y de condiciones de entorno, con lo son la inflación, tasas de interés, el nivel de precios, la competencia, impuestos, la oferta y la demanda en el mercado, estos factores determinaran el desempeño y crecimiento de las empresas.
- Los resultados obtenidos de los indicadores financieros en las empresas permitieron medir la gestión administrativa y financiera, determinando la liquidez, gestión, solvencia y rentabilidad, identificando el comportamiento económico financiero, dentro del periodo de estudio; para así ayude a que exista un control adecuado de las operaciones, y que la toma de decisiones sea la más correcta y oportuna, los cuales constituyen factores clave para el crecimiento empresarial.
- Se determinó que las empresas no tienen un nivel óptimo de liquidez que permita gestionar y afrontar sus obligaciones con terceros sin complicaciones en el caso de no contar con la realización en efectivo de los inventarios, también se debe considerar y gestionar los tiempos de cobro, para que no exista un riesgo de incobrabilidad, así mismo existe una acumulación de inventario, ya que se tiene un tiempo de rotación bajo, originando principalmente por el covid-19, puesto que las ventas disminuyeron provocando estancamiento de algunos productos, limitando sus ingresos y capacidad de generar utilidad.
- Se concluye que las empresas mantienen niveles altos de endeudamiento a corto plazo, lo cual puede causar insolvencias, limitando su capital de trabajo ya que el margen de beneficio va destinados a cubrir deudas.
- El desempeño y rentabilidad de las empresas del sector comercio para el 2021, se ha incrementado, tomando como referencia los datos de Superintendencia de Compañías Valores y Seguros del año 2020, en donde por la pandemia estuvieron expuestos a unas restricciones que limitaban el comercio con normalidad, ubicando en una de sus peores etapas a los propietarios de los establecimientos comerciales.

## **9. Recomendaciones**

- Considerar los factores internos económico financiero determinados que inciden en el crecimiento empresarial a fin de elaborar políticas internas, disposiciones, reglamentos y correctivos, encaminados a mejorar el tratamiento de las variables que influyen de manera directa o indirecta en el desempeño de las empresas en un determinado periodo.
- Hacer uso del informe del análisis realizado de la aplicación de indicadores financieros a los estados financieros, de manera que sea una guía para medir y controlar la estabilidad y crecimiento de las empresas, que permita detectar posibles falencias y tomar medidas correctivas para mantener una posición estable en el mercado.
- Mantener niveles óptimos de liquidez y de gestión con la aplicación de herramientas y estrategias que ayuden al control y seguimiento de las operaciones financieras relacionadas con el efectivo, inventarios, gestión de cobranzas y los activos fijos, para así medir la productividad y eficiencia de los recursos.
- Mejorar el nivel de endeudamiento que tienen las empresas, ya que esto influye directamente en la rentabilidad, de manera que exista un margen de maniobra en donde sus activos no se vean afectados, asegurando la operatividad de las mismas, haciendo énfasis en maximizar el rendimiento de los recursos disponibles, generando utilidades y mejorar el desempeño de las empresas.

## 10. Bibliografía

- Rimarachin, M., & Quispe, W. (2019). *Análisis e interpretación de los estados financieros para la toma de decisiones en la Empresa Rectificaciones y Repuestos Tarapoto SAC.* <https://tesis.unsm.edu.pe/handle/11458/3466>
- Rojas, V. M. (2021). *Metodología de la Investigación Diseño y ejecución.* Bogotá: Ediciones de la U.
- Alonso. (2013). *Factores económicos de una empresa.* <https://www.gestion.org/economia-empresa/3359/factores-economicos-en-la-empresa/>
- Amaya, J. (2010). *Toma de Decisiones Gerenciales (2º Edición).* Bogotá: EcoPublicaciones.
- Arnoletto, E. J. (2012). *Decisiones Operativas.* <https://www.eumed.net/libros-gratis/2007b/299/33.htm>
- Barreto Granda, N. B. (2020). Análisis financiero: factor sustancial para la toma de decisiones en una empresa del sector comercial. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(3), 129-134. <https://doi.org/http://orcid.org/0000-0001-7232-7131>
- Bejarano, I., Espinoza, Y., y Arroba, I. (2017). Indicadores financieros y su relación en los estados financieros. *Revista Observatorio de la Economía.* <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2017/indicadores-estados-financieros.html>
- Briones, W. M. (14 de junio de 2004). *Análisis de la toma de decisiones gerenciales en la empresa.* gestiopolis: <https://www.gestiopolis.com/analisis-de-la-toma-de-decisiones-gerenciales-en-la-empresa/>
- Briozzo, A., Vigier, H., Natalia , C., Pesce, G., & Speroni, C. (2016). Decisiones de financiamiento en pymes: ¿existen diferencias en función del tamaño y la forma legal?. *Estudios Gerenciales*, 32(138), 71-81. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.estger.2015.11.003>.
- Canós , D., Morera, P., y Herrero, V. (2012). toma de decisiones en la empresa: proceso y clasificación. <http://hdl.handle.net/10251/16502>
- Catacora, F. (2012). *Contabilidad. La Base para las Decisiones Gerenciales.* Venezuela: RedContable.
- Caurin, J. (2017). *emprendepyme.* Tipos de empresas: <https://www.emprendepyme.net/tipos-de-empresas>
- Chávez, L. V. (2015). *Gestión del talento humano.* Ecuador: La Caracola Editores.
- Correa , S. E. (2017). Incidencia de la Gestión por Competencias en el Crecimiento Empresarial. *INNOVA Research Journal*, 2, 2(1), 88-98. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5920542>
- Díaz , G., Quintana , M., y Fierro, D. (2021). La competitividad como factor de crecimiento para las organizaciones. *INNOVA Research Journal*, 6, 6(1), 145-161. <https://doi.org/https://doi.org/10.33890/innova.v6.n1.2021.1465>

- Dorta, J., Santana, F., y Verona, M. (2006). Factores del crecimiento empresarial. *Especial referencia a las pequeñas y medianas empresas*. <https://doi.org/0121-5051>
- Elizalde, L. (2019). Los estados financieros y las políticas contables. *593 Digital Publisher CEIT*, 4(5), 217-226. <https://doi.org/>: <https://doi.org/10.33386/593dp.2019.5-1.159>
- Flint, P. (2017). Por qué fracasan las empresas? reatrincheramiento, reflotamiento. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, II.
- Flores, J., y Barrera, H. (2018). La Contabilidad de Gestión: una Herramienta para la Toma de Decisiones Empresariales. *Revista Científica Hallazgos*, 3, 21, 3(3), 338-351. <https://doi.org/> ISSN-e 2528-7915
- García, P. (2013). *Factor financiero*. <https://factorfinanciero.com/que-es-el-factor-financiero/>
- Gomez, C. G. (2013). *Análisis e interpretación de estados financieros: herramienta clave para la toma de decisiones en las empresas de la industria metalmecánica del distrito de ate vitarte.*, La Universidad de San Martín de Porres, Lima.
- Gómez, J., Granadillo, E., y Herrera, j. (2012). Análisis de los indicadores financieros en las sociedades portuarias de Colombia. *Entramado*, 8, 8(1), 14-26. <https://doi.org/ISSN1900-3803>
- Guerrero, E. C. (2013). Factores claves en la gestión de mercadeo que inciden en la competitividad del sector de comunicaciones gráficas de la ciudad de Barranquilla,. *Revista escuela de administración de negocios*, (75), 142-151. <https://doi.org/ISSN0120-8160>
- guzmán, M. (2018). *Toma decisiones en la gestión financiera para el sistema empresarial*. Guayaquil, Ecuador: Ediciones Grupo Compás. <https://doi.org/978-9942-33-079-6>
- Hernández Fernández, L. (2016). Entorno y empresa. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 2, 22(2), 6-7. <https://doi.org/ISSN2477-9431>
- Herrera Fontalvo, T., y Morelos, J. G. (2012). Evaluación de la gestión financiera: empresas del sector automotriz y actividades conexas en el Atlántico. *Dimensión empresarial*, 10(2), 11-20. <https://doi.org/https://doi.org/10.15665/rde.v10i2.206>
- Herrera, T., Granadillo, E., y Gómez, J. (2018). La productividad y sus factores: incidencia en el mejoramiento organizaciona. *Dimensión Empresarial*, 16(1), 47-60. <https://doi.org/https://doi.org/10.15665/dem.v16i1.1375>
- Imaicela, R., Curimilma, O., y López, K. (2019). Los indicadores financieros y el impacto en la insolvencia de las empresas. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*. <https://www.eumed.net/rev/oel/2019/11/indicadores-financieros.html>
- INEC. (2015). *Resumen ejecutivo Encuesta de Comercio 2015*. [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Economicas/Encuesta\\_Comercio/Comercio\\_2015/2015\\_EC\\_Resumen%20Ejecutivo.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Encuesta_Comercio/Comercio_2015/2015_EC_Resumen%20Ejecutivo.pdf)

- Ley de compañías.* (23 de octubre de 2018). Registro Oficial 312: <https://portal.supercias.gob.ec/wps/wcm/connect/77091929-52ad-4c36-9b16-64c2d8dc1318/LEY+DE+COMPAÑIAS+act.+Mayo+20+2014.pd>
- Martín, A. (28 de 07 de 2017). *Factores económicos en la empresa*". Gestion.org.: <https://www.gestion.org/economia-empresa/3359/factores-economicos-en-la-empresa/>
- Martínez, A. M. (2015). *Análisis horizontal y vertical de estados.* Actualidad Empresarial.
- Mero Vélez, J. (2018). Empresa, administración y proceso administrativo. *Revista Científica FIPCAEC*, 3(8), 84-102. <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v3i8.59>
- Metcalf, T. (2018). *Six Steps of Decision-Making in Financial Management.* Part of the USA today network.: <https://yourbusiness-azcentral-com.translate.google.com/six-steps-decisionmaking>
- Molina , L., Oña, J., Tipán, M., y Topa, S. (2018). Análisis financiero en las empresas comerciales. *Revista de investigación Sigma*, 5(01), 8-28.
- Monelos, P., Sánchez, C., y Rodríguez, M. (2016). Predicción del fracaso empresarial. Una contribución a la síntesis de una teoría mediante el análisis comparativo de distintas técnicas de predicción. *Predicción del fracaso*, 43(163–198.).
- Morales, F. C. (09 de 10 de 2020). *Informe financiero.* economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/informe-financiero.html>
- Morales, F. C. (2021). *Qué tipos de empresas existen?* . economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/ejemplos-de-empresas.html>
- Nava Rosillón, M. A. (2009). Análisis financiero: una herramienta clave para una gestión financiera eficiente. *Revista venezolana de Gerencia*, 14(48), 606-628.
- Navarro, F. (2022). *Esquemas de la estructura de un informe/artículo.* Universidad de Valencia., España. <https://doi.org/Doi: 10.17605/OSF.IO/Y93GJ>
- Ortega, C., Vásquez, S., y Vásquez, S. (2021). Crecimiento Empresarial y su Influencia Sobre la Rentabilidad en las Empresas de la Cámara de Industria de Huaycán Peru. *Diagnóstico Fácil Empresarial.*
- Oscar, G. (2016). *Fundamentos de administración de empresas.* Madrid: Ediciones Pirámided.
- Pacheco, J. (13 de Mayo de 2022). *webyempresas.* Indicadores Financieros (Características, Finalidad, Tipos): <https://www.webyempresas.com/indicadores-financieros-caracteristicas-finalidad-tipos/>
- Palomino, C. (2013). *Estados Financieros.* Lima: Ediciones CALPA.
- Párraga , S., Pinargote , N., García , C., y Zamora , J. (2021). Indicadores de gestión financiera en pequeñas y medianas empresas en Iberoamérica: una revisión sistemática. *Dilemas contemporáneos: educación, política y valores*, 8. <https://doi.org/https://doi.org/10.46377/dilemas.v8i.2610>
- Pedrosa, S. J. (03 de junio de 2017). *Sociedad mercantil.* economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/sociedad-mercantil>

- Porter, M. (2015). *Estrategia competitiva: técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. México: Grupo Editorial Patria.
- Reglamento de Inversiones del Código Orgánico de la Producción*. (20 de diciembre de 2018). <https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2019/05/Literal-3.-Reglamento-del-Codigo-Organico-de-la-Produccion-Comercio-e-Inversiones-COPCI.pdf>
- Ricardo, O. D., y Emilio, A. R. (2010). Un Enfoque de mercadeo de servicios educativos para la gestión de las organizaciones de educación superior en Colombia. *Revista Facultad de Ciencias Económicas*, 8(2), 107-136.
- Rodríguez, C. A. (2000). Factores determinantes del crecimiento empresarial. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 257-262.
- Rubio, L., y Baz, V. (2015). *El Poder de la Competitividad*. Fondo de cultura económica.
- Ruiz, R. V. (2017). *LA GESTIÓN EN LA PRODUCCIÓN*.
- Saldivia, M. (2022). *Evaluación de factores económicos y financieros en la empresa de transporte maurat transmau sa en el año 2021*. Universidad técnica Babahoyo, Babahoyo.
- Sánchez, J. I. (2017). *SOCIEDADES MERCANTILES EN COLOMBIA. desarrollo y tendencias actuales*.
- Sánchez, L. (26 de 04 de 2010). *Qué criterios miden la situación financiera de una empresa*. emprendepyme: <https://www.emprendepyme.net/que-criterios-miden-la-situacion-financiera-de-una-empresa.html>
- SCIAN. (2018). *Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte*. <http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/19276/capitulo1.pdf>
- Solano, A. I. (2013). Toma de decisiones gerenciales. *Tecnología en marcha*, 16(3), 44-51.
- Solís Tirado, M., Méndez Hernández, S., Moctezuma Hernández, A., Novela Joya, R., Martínez Lucero, E., y Amaya Parra, G. (2014). ez, A. M., Joya, R. N., Lucero, E. O. M., & Parra, G. A. (2014). La importancia de la liquidez, rentabilidad, inversión y toma de decisiones en la gestión financiera empresarial para la obtención de recursos en la industria de la pesca de pelágicos menor. Universidad Autónoma de Baja California.
- Supercias*. (20 de 05 de 2022). Tabla de indicadores: [https://reporteria.supercias.gob.ec/portal/samples/images/docs/tabla\\_indicadores\\_new.pdf](https://reporteria.supercias.gob.ec/portal/samples/images/docs/tabla_indicadores_new.pdf)
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros*. (2021). [supercias.gob: https://portal.supercias.gob.ec/wps/portal/Inicio/Institucion#gsc.tab=0](https://portal.supercias.gob.ec/wps/portal/Inicio/Institucion#gsc.tab=0)
- Tamayo, A., y Escobar, P. (2018). *Análisis de estados financieros. Fundamentos y aplicación*. Barcelona España: Ediciones.
- Thompson, I. (2007). *Concepto de organización*. Portal de Mercadotecnia con Artículos, Directorios y Foros: <https://www.promonegocios.net/empresa/concepto-organizacion.html>.

- Valdez, R. S. (21 de enero de 2020). *SOCIEDADES MERCANTILES DE BENEFICIO E INTERES COLECTIVO ACTUALIZADO*. derechoecuador: <https://derechoecuador.com/sociedades-mercantiles-de-beneficio-e-interes-colectivo-actualizado/>
- Valle , J., Veloz , J., y Jiménez , J. (2021). La gestión administrativa y financiera y su influencia en el desarrollo empresaria. *Revista Científica FIPCAEC*, 6(4), 242-256. <https://doi.org/https://doi.org/10.23857/fipcaec.v6i4.480>
- Vallejos, C., y chavez, j. (2017). Gestión de la información financiera y su relación con la toma de decisiones gerenciales en las organizaciones de la Unión Peruana del Norte. Lima,. *Revista muro de la investigación*, 2(1).
- Valverde. (2019). *Predicción de quiebras empresariales mediante {Tesis de doble*. Universidad Carlos III de Madrid, España. <https://core.ac.uk/download/pdf/44311657.pdf>
- Zeballos, E. (2013). *Contabilidad General*. Lima: Editorial ERLY.

## 11. Anexos

### Anexo 1: Imelda de Jaramillo Cía.

<b>LIQUIDEZ</b>	liquidez corriente	activo corriente	6.105.710,40	<b>1,33</b>
		pasivo corriente	4.603.913,19	
	prueba acida	activo corriente - inventarios	6.105.710,40- 1.692.925,36	<b>0,96</b>
		pasivo corriente	4.603.913,19	
<b>GESTIÓN</b>	Rotación de cartera	Ventas	20.293.890,50	<b>5,13</b>
		Cuentas y doc por cobrar	3.954.955,46	
	Rotación de inventarios	Ventas	20.293.890,50	<b>11,99</b>
		Inventarios	1.692.925,36	
	Rotación de activo fijo	Ventas	20.293.890,50	<b>27,77</b>
		Activos fijos	730.855,70	
	Rotación de ventas	Ventas	20.293.890,50	<b>2,97</b>
		Activo total	6.836.566,10	
	Periodo medio de cobranza=	Cuentas y doc. por cobrar*365	3.954.955,46 *365	<b>71,13</b>
		Ventas	20.293.890,50	
Periodo medio de pago=	Ctas y doc. por pagar*365	4.361.920,94 *365	<b>86,55</b>	
	Compras	18.395.970,40		
<b>SOLVENCIA</b>	Endeudamiento del activo	Pasivo total	5.072.682,79	<b>0,74</b>
		Activo total	6.836.566,10	
	Endeudamiento patrimonial	Pasivo total	5.072.682,79	<b>2,88</b>
		Patrimonio	1.763.883,31	
	Endeudamiento del activo fijo	Patrimonio	1.763.883,31	<b>2,41</b>
		Activo fijo	730.855,70	
	Endeudamiento a corto plazo	Pasivo corriente	4.603.913,19	<b>0,91</b>
		Pasivo total	5.072.682,79	
	endeudamiento a largo plazo	Pasivo no corriente	468.769,60	<b>0,09</b>
		Pasivo total	5.072.682,79	
Apalancamiento	Activo total	6.836.566,10	<b>3,88</b>	
	Patrimonio	1.763.883,31		

<b>RENTABILIDAD</b>	Rentabilidad neta del activo	Utilidad neta	*	Ventas	272.361,50*20.293.890,50	<b>0,04</b>
		Ventas		Activo total	20.293.890,50*6.836.566,10	
	Margen bruto	Ventas- Costo de ventas			20.293.890,50-18.098.600,99	<b>0,11</b>
		Ventas			20.293.890,50	
	Margen operacional	Utilidad operacional			430.252,62	<b>0,02</b>
		Ventas			20.293.890,50	
	ROE	Utilidad neta			272.361,50	<b>0,15</b>
		Patrimonio			1.763.883,31	

**Anexo 2 :Comercializadora Ramírez Galván Cía. Ltda.**

<b>LIQUIDEZ</b>	liquidez corriente	activo corriente	4.810.646,46	<b>0,80</b>
		pasivo corriente	5.996.880,76	
	prueba acida	activo corriente - inventarios	4.810.646,46-2.756.316,45	<b>0,34</b>
		pasivo corriente	5.996.880,76	

<b>GESTIÓN</b>	Rotación de cartera	Ventas	20.663.936,83	<b>41,59</b>
		Cuentas y doc. por cobrar	496.805,60	
	Rotación de inventarios	Ventas	20.663.936,83	<b>7,50</b>
		Inventarios	2.756.316,45	
	Rotación de activo fijo	Ventas	20.663.936,83	<b>5,91</b>
		Activos fijos	3.498.206,92	
	Rotación de ventas	Ventas	20.663.936,83	<b>2,49</b>
		Activo total	8.308.853,38	
	Periodo medio de cobranza=	Cuentas y doc. por cobrar*365	496.805,60*365	<b>8,78</b>
		Ventas	20.663.936,83	
Periodo medio de pago=	Ctas y doc. por pagar*365	5.427.076,20*365	<b>111,70</b>	
	Compras	17.733.422,71		

<b>SOLVENCIA</b>	Endeudamiento del activo	Pasivo total	7.031.153,73	<b>0,85</b>
		Activo total	8.308.853,38	
	Endeudamiento patrimonial	Pasivo total	7.031.153,73	<b>5,50</b>
		Patrimonio	1.277.699,65	
	Endeudamiento del activo fijo	Patrimonio	1.277.699,65	<b>0,37</b>
		Activo fijo	3.498.206,92	
	Endeudamiento a corto plazo	Pasivo corriente	5.996.880,76	<b>0,85</b>
		Pasivo total	7.031.153,73	
	endeudamiento a largo plazo	Pasivo no corriente	1.034.272,97	<b>0,15</b>
		Pasivo total	7.031.153,73	
Apalancamiento	Activo total	8.308.853,38	<b>6,50</b>	
	Patrimonio	1.277.699,65		

<b>RENTABILIDAD</b>	Rentabilidad neta del activo	Utilidad neta	*	Ventas	(1.349,57) * 20.663.936,83	<b>2,49</b>
		Ventas		Activo total	20.663.936,83 *8.308.853,38	
	Margen bruto	Ventas- Costo de ventas		20.663.936,83 - 17.471.864,38		<b>0,15</b>
		Ventas		20.663.936,83		
	Margen operacional	Utilidad operacional	142.183,61		<b>0,01</b>	
		Ventas	20.663.936,83			
ROE	Utilidad neta	(1.349,57)	<b>0,00</b>			
	Patrimonio	1.277.699,65				

**Anexo 3** :Galtor Supermercado Galtorres &J. J Torres Cía.Ltda.

<b>LIQUIDEZ</b>	liquidez corriente	activo corriente	316.929,36	<b>0,99</b>
		pasivo corriente	318.783,92	
	prueba acida	activo corriente - inventarios	316.929,36-179.063,74	<b>0,43</b>
		pasivo corriente	318.783,92	

<b>GESTIÓN</b>	Rotación de cartera	Ventas	1.456.781,5 4	<b>52,05</b>
		Cuentas y doc. por cobrar	27.989,31	
	Rotación de inventarios	Ventas	1.456.781,5 4	<b>8,14</b>
		Inventarios	179.063,74	
	Rotación de activo fijo	Ventas	1.456.781,5 4	<b>70,54</b>
		Activos fijos	20.653,26	
	Rotación de ventas	Ventas	1.456.781,5 4	<b>4,32</b>
		Activo total	337.582,62	
	Periodo medio de cobranza=	Cuentas y doc. por cobrar*365	27.989,31*3 65	<b>7,01</b>
		Ventas	1.456.781,5 4	
	Periodo medio de pago=	Ctas y doc. por pagar*365	1.303.148,6 6	<b>326,51</b>
		Compras	1.456.781,5 4	

<b>SOLVENCIA</b>	Endeudamiento del activo	Pasivo total	318.783,92	<b>0,94</b>
		Activo total	337.582,62	
	Endeudamiento patrimonial	Pasivo total	318.783,92	<b>16,96</b>
		Patrimonio	18.798,70	
	Endeudamiento del activo fijo	Patrimonio	18.798,70	<b>0,91</b>
		Activo fijo	20.653,26	
	Endeudamiento a corto plazo	Pasivo corriente	318.783,92	<b>1,00</b>
		Pasivo total	318.783,92	
	endeudamiento a largo plazo	Pasivo no corriente	0,00	<b>0,00</b>
		Pasivo total	318.783,92	
Apalancamiento	Activo total	337.582,62	<b>17,96</b>	
	Patrimonio			

<b>RENTABILIDAD</b>	Rentabilidad neta del activo	Utilidad neta	*	Ventas	15.458,08 * 1.456.781,54	<b>4,32</b>
		Ventas		Activo total	1.456.781,54 * 337.582,62	

	Margen bruto	Ventas- Costo de ventas	1.237.786,68 - 17.471.864,38	<b>0,15</b>
		Ventas	1.456.781,54	
	Margen operacional	Utilidad operacional	29.274,77	<b>0,02</b>
		Ventas	1.456.781,54	
	ROE	Utilidad neta	15.458,08	<b>0,82</b>
		Patrimonio	18.798,70	

#### Anexo 4: Distrimaxi S.A

<b>LIQUIDEZ</b>	liquidez corriente	activo corriente	113.045,35	<b>1,49</b>
		pasivo corriente	75.709,82	
	prueba acida	activo corriente - inventarios	113.045,35- 33.818,39	<b>1,05</b>
		pasivo corriente	75.709,82	

<b>GESTIÓN</b>	Rotación de cartera	Ventas	225.715,00	<b>8,66</b>
		Cuentas y doc. por cobrar	26.054,89	
	Rotación de inventarios	Ventas	225.715,00	<b>6,67</b>
		Inventarios	33.818,39	
	Rotación de activo fijo	Ventas	225.715,00	<b>(3,17)</b>
		Activos fijos		
	Rotación de ventas	Ventas	225.715,00	<b>2,00</b>
		Activo total	113.045,35	
	Periodo medio de cobranza=	Cuentas y doc. por cobrar*365	26.054,89*3 65	<b>42,13</b>
		Ventas	225.715,00	
Periodo medio de pago=	Ctas y doc. por pagar*365	48.907,02 *365	<b>79,09</b>	
	Compras	225.715,00		

<b>SOLVENCIA</b>	Endeudamiento del activo	Pasivo total	75.709,82	<b>0,67</b>
		Activo total	113.045,35	

	Endeudamiento patrimonial	Pasivo total	75.709,82	<b>2,03</b>
		Patrimonio	37.335,53	
	Endeudamiento del activo fijo	Patrimonio	37.335,53	<b>(0,52)</b>
		Activo fijo	(71.126,88 )	
	Endeudamiento a corto plazo	Pasivo corriente	75.709,82	<b>1,00</b>
		Pasivo total	75.709,82	
	endeudamiento a largo plazo	Pasivo no corriente	0,00	<b>0,00</b>
		Pasivo total	75.709,82	
Apalancamiento	Activo total	113.045,35	<b>3,03</b>	
	Patrimonio	37.335,53		

<b>RENTABILIDAD</b>	Rentabilidad neta del activo	Utilidad neta	*	Ventas	10.267,25 * 225.715,00	<b>0,09</b>
		Ventas		Activo total	225.715,00* 113.045,35	
	Margen bruto	Ventas- Costo de ventas		225.715,00 - 203.276,08		<b>0,10</b>
		Ventas		225.715,00		
	Margen operacional	Utilidad operacional	(203.276,08)		<b>(0,90)</b>	
		Ventas	225.715,00			
	ROE	Utilidad neta	10.267,25		<b>0,27</b>	
		Patrimonio	37.335,53			

**Anexo 5:Distriquip Quizhpe &Pineda.Cía Ltda.**

<b>LIQUIDEZ</b>	liquidez corriente	activo corriente	895.234,66	<b>1,03</b>
		pasivo corriente	871.208,12	
	prueba acida	activo corriente - inventarios	895.234,66- 515.477,31	<b>0,44</b>
		pasivo corriente	871.208,12	

<b>GESTIÓN</b>	Rotación de cartera	Ventas	1.351.532,43	<b>4,39</b>
		Cuentas y doc. por cobrar	307.642,39	
	Rotación de inventarios	Ventas	1.351.532,43	<b>2,62</b>
		Inventarios	515.477,31	
	Rotación de activo fijo	Ventas	1.351.532,43	<b>0,00</b>
		Activos fijos	0,00	
	Rotación de ventas	Ventas	1.351.532,43	<b>1,51</b>
		Activo total	895.234,66	
	Periodo medio de cobranza=	Cuentas y doc. por cobrar*365	$307.642,39 \times 365$	<b>83,08</b>
		Ventas	1.351.532,43	
Periodo medio de pago=	Ctas y doc. por pagar*365	$855.290,28 \times 365$	<b>179,1</b>	
	Compras	1.742.455,97		

<b>SOLVENCIA</b>	Endeudamiento del activo	Pasivo total	871.208,12	<b>0,97</b>
		Activo total	895.234,66	
	Endeudamiento patrimonial	Pasivo total	871.208,12	<b>36,26</b>
		Patrimonio	24.026,54	
	Endeudamiento del activo fijo	Patrimonio	24.026,54	<b>0,00</b>
		Activo fijo	0,00	
	Endeudamiento a corto plazo	Pasivo corriente	871.208,12	<b>1,00</b>
		Pasivo total	871.208,12	
	endeudamiento a largo plazo	Pasivo no corriente	0,00	<b>0,00</b>
		Pasivo total	871.208,12	
Apalancamiento	Activo total	895.234,66	<b>37,26</b>	
	Patrimonio			

<b>RENTABILIDAD</b>	Rentabilidad neta del activo	Utilidad neta	*	Ventas	$(1.239.261,10) \times \frac{1.351.532,43}{1.351.532,43}$	<b>(1,38)</b>
		Ventas		Activo total	$1.351.532,43 \times 895.234,66$	
	Margen bruto	Ventas- Costo de ventas		$1.351.532,43 - 1.226.978,66$	<b>0,09</b>	

		Ventas	1.351.532,43	
	Margen operacional	Utilidad operacional	(1.226.978,70)	<b>(0,91)</b>
		Ventas	1.351.532,43	
ROE	Utilidad neta	(1.239.261,10)	<b>(51,58)</b>	
	Patrimonio	24.026,54		

**Anexo 6:** Comercializadora Ortegacom Cía. Ltda.

<b>LIQUIDEZ</b>	liquidez corriente	activo corriente	152.195,84	<b>98,05</b>
		pasivo corriente	161.326,16	
	prueba acida	activo corriente - inventarios	152.195,84- 11.799,77	<b>0,87</b>
		pasivo corriente	161.326,16	

<b>GESTIÓN</b>	Rotación de cartera	Ventas	1.848.357,56	<b>14,72</b>
		Cuentas y doc. por cobrar	125.554,85	
	Rotación de inventarios	Ventas	1.848.357,56	<b>156,64</b>
		Inventarios	11.799,77	
	Rotación de activo fijo	Ventas	1.848.357,56	<b>98,05</b>
		Activos fijos	18.850,74	
	Rotación de ventas	Ventas	1.848.357,56	<b>10,81</b>
		Activo total	171.046,58	
	Periodo medio de cobranza=	Cuentas y doc. por cobrar*365	125.554,85*365	<b>24,79</b>
		Ventas	1.848.357,56	
Periodo medio de pago=	Ctas y doc. por pagar*365	154.587,55*365	<b>32,13</b>	
	Compras	1.756.060,60		

<b>SOLVENCIA</b>	Endeudamiento del activo	Pasivo total	171.440,94	<b>1,00</b>
		Activo total	171.046,58	
	Endeudamiento patrimonial	Pasivo total	171.440,94	<b>-434,73</b>
		Patrimonio	(394,36)	

	Endeudamiento del activo fijo	Patrimonio	(394,36)	<b>(0,02)</b>
		Activo fijo	18.850,74	
	Endeudamiento a corto plazo	Pasivo corriente	161.326,16	<b>0,94</b>
		Pasivo total	171.440,94	
	endeudamiento a largo plazo	Pasivo no corriente	10.114,78	<b>0,06</b>
		Pasivo total	171.440,94	
	Apalancamiento	Activo total	171.046,58	<b>-433,73</b>
		Patrimonio	(394,36)	

<b>RENTABILIDAD</b>	Rentabilidad neta del activo	Utilidad neta	*	Ventas	(1.777.038,00) *1.848.357,56	<b>(10,39)</b>	
		Ventas		Activo total	1.848.357,56 * 171.046,58		
	Margen bruto	Ventas- Costo de ventas		1.848.357,56- 1.773.444,73		<b>0,04</b>	
		Ventas		1.848.357,56			
Margen operacional	Utilidad operacional		(1.773.444,7 0)		<b>(0,96)</b>		
	Ventas		1.848.357,56				
ROE	Utilidad neta		(1.777.038,0 0)		<b>4.506,13</b>		
	Patrimonio		(394,36)				

#### Anexo 7: Dulcie S.A.

<b>LIQUIDEZ</b>	liquidez corriente	activo corriente	5.543,32	<b>1,10</b>	
		pasivo corriente	5.039,41		
	prueba acida	activo corriente -inventarios	5.543,32- 464,81	<b>1,01</b>	
pasivo corriente		5.039,41			

<b>GESTIÓN</b>	Rotación de cartera	Ventas	3.422,75	<b>0,88</b>	
		Cuentas y doc. por cobrar	3.871,81		
	Rotación de inventarios	Ventas	3.422,75	<b>7,36</b>	
Inventarios		464,81			

	Rotación de activo fijo	Ventas	3.422,75	<b>0,00</b>
		Activos fijos	0	
	Rotación de ventas	Ventas	3.422,75	<b>0,62</b>
		Activo total	5.543,32	
	Periodo medio de cobranza=	Cuentas y doc. por cobrar*365	3.871,81*365	<b>412,89</b>
		Ventas	3.422,75	
	Periodo medio de pago=	Ctas y doc. por pagar*365	5.030,91*365	<b>635,3</b>
		Compras	2.890,00	

	Endeudamiento del activo	Pasivo total	5.039,41	<b>0,91</b>
		Activo total	5.543,32	
	Endeudamiento patrimonial	Pasivo total	5.039,41	<b>10,00</b>
		Patrimonio	503,91	
	Endeudamiento del activo fijo	Patrimonio	503,91	<b>0,00</b>
		Activo fijo	0,00	
	Endeudamiento a corto plazo	Pasivo corriente	5.039,41	<b>1,00</b>
		Pasivo total	5.039,41	
	endeudamiento a largo plazo	Pasivo no corriente	0,00	<b>0,00</b>
		Pasivo total	5.039,41	
	Apalancamiento	Activo total	5.543,32	<b>11,00</b>
		Patrimonio	503,91	

	Rentabilidad neta del activo	Utilidad neta	*	Ventas	2.425,19 * 3.422,75	<b>0,44</b>
		Ventas		Activo total	3.422,75* 5.543,32	
	Margen bruto	Ventas- Costo de ventas		3.422,75- 2.425,19	<b>0,29</b>	
		Ventas		3.422,75		

	Margen operacional	Utilidad operacional	(2.425,19)	<b>(0,71)</b>
		Ventas	3.422,75	
	ROE	Utilidad neta	2.425,19	<b>4,81</b>
		Patrimonio	503,91	

**Anexo 8:** Hoover Bermeo E Hijos Cía. Ltda.

<b>LIQUIDEZ</b>	liquidez corriente	activo corriente	375.556,22	<b>1,90</b>
		pasivo corriente	198.164,20	
	prueba acida	activo corriente - inventarios	375.556,22-290.860,02	<b>0,43</b>
		pasivo corriente	198.164,20	

<b>GESTIÓN</b>	Rotación de cartera	Ventas	770.982,30	<b>26,76</b>
		Cuentas y doc. por cobrar	28.806,36	
	Rotación de inventarios	Ventas	770.982,30	<b>2,65</b>
		Inventarios	290.860,02	
	Rotación de activo fijo	Ventas	770.982,30	<b>1,46</b>
		Activos fijos	527.252,55	
	Rotación de ventas	Ventas	770.982,30	<b>0,85</b>
		Activo total	902.808,77	
	Periodo medio de cobranza=	Cuentas y doc. por cobrar*365	28.806,36*365	<b>13,64</b>
		Ventas	770.982,30	
Periodo medio de pago=	Ctas y doc. por pagar*365	859.603,98*365	<b>480,0</b>	
	Compras	653.530,77		

<b>SOLVENCIA</b>	Endeudamiento del activo	Pasivo total	866.273,25	<b>0,96</b>
		Activo total	902.808,77	
	Endeudamiento patrimonial	Pasivo total	866.273,25	<b>23,71</b>
		Patrimonio	36.535,52	
	Endeudamiento del activo fijo	Patrimonio	36.535,52	<b>0,07</b>
		Activo fijo	527.252,55	

	Endeudamiento a corto plazo	Pasivo corriente	198.164,20	<b>0,23</b>
		Pasivo total	866.273,25	
	endeudamiento a largo plazo	Pasivo no corriente	668.109,05	<b>0,77</b>
		Pasivo total	866.273,25	
	Apalancamiento	Activo total	902.808,77	<b>24,71</b>
		Patrimonio	36.535,52	

<b>RENTABILIDAD</b>	Rentabilidad neta del activo	Utilidad neta	*	Ventas	(655.163,51) * 770.982,30	<b>-0,73</b>	
		Ventas		Activo total	770.982,30* 902.808,77		
	Margen bruto	Ventas- Costo de ventas				770.982,30- 655.163,51	<b>0,15</b>
		Ventas				770.982,30	
	Margen operacional	Utilidad operacional				(655.163,51 )	<b>-0,85</b>
		Ventas				770.982,30	
ROE	Utilidad neta				(655.163,51 )	<b>-17,93</b>	
	Patrimonio				36.535,52		

**Anexo 9: Corporacioncastel Cía. Ltda.**

<b>LIQUIDEZ</b>	liquidez corriente	activo corriente	70.245,55	<b>2,06</b>	
		pasivo corriente	34.130,27		
	prueba acida	activo corriente -inventarios	70.245,55- 1.949,04		<b>2,00</b>
pasivo corriente		34.130,27			

<b>GESTIÓN</b>	Rotación de cartera	Ventas	57.318,18	<b>1,40</b>	
		Cuentas y doc. por cobrar	41.042,97		
	Rotación de inventarios	Ventas	57.318,18	<b>29,41</b>	
		Inventarios	1.949,04		
Rotación de activo fijo	Ventas	57.318,18	<b>0,65</b>		
	Activos fijos	87.899,30			

	Rotación de ventas	Ventas	57.318,18	<b>0,36</b>
		Activo total	158.144,85	
	Periodo medio de cobranza=	Cuentas y doc. por cobrar*365	41.042,97*365	<b>261,36</b>
		Ventas	57.318,18	
	Periodo medio de pago=	Ctas y doc. por pagar*365	31.499,08*365	<b>200,58</b>
		Compras	57.318,18	

	Endeudamiento del activo	Pasivo total	34.130,27	<b>0,22</b>
		Activo total	158.144,85	
	Endeudamiento patrimonial	Pasivo total	34.130,27	<b>0,28</b>
		Patrimonio	124.014,58	
	Endeudamiento del activo fijo	Patrimonio	124.014,58	<b>1,41</b>
		Activo fijo	87.899,30	
	Endeudamiento a corto plazo	Pasivo corriente	34.130,27	<b>1,00</b>
		Pasivo total	34.130,27	
	endeudamiento a largo plazo	Pasivo no corriente	0,00	<b>0,00</b>
		Pasivo total	34.130,27	
	Apalancamiento	Activo total	158.144,85	<b>1,28</b>
		Patrimonio	124.014,58	

	Rentabilidad neta del activo	Utilidad neta	*	Ventas	8.582,18 * 57.318,18	<b>0,05</b>
		Ventas		Activo total	57.318,18 * 158.144,85	
	Margen bruto	Ventas- Costo de ventas		57.318,18- 911,35	<b>0,98</b>	
		Ventas		57.318,18		
	Margen operacional	Utilidad operacional	10.079,20		<b>0,18</b>	
		Ventas	57.318,18			
	ROE	Utilidad neta	8.582,18		<b>0,07</b>	
		Patrimonio	124.014,58			

**Anexo 10:** Amavi Liquor's Cía. Ltda.

<b>LIQUIDEZ</b>	liquidez corriente	activo corriente	1.445.675,32	<b>1,26</b>
		pasivo corriente	1.149.878,84	
	prueba acida	activo corriente - inventarios	1.445.675,32-660.439,66	<b>0,68</b>
		pasivo corriente	1.149.878,84	

<b>GESTIÓN</b>	Rotación de cartera	Ventas	3.400.033,11	<b>5,33</b>
		Cuentas y doc. por cobrar	637.558,28	
	Rotación de inventarios	Ventas	3.400.033,11	<b>5,15</b>
		Inventarios	660.439,66	
	Rotación de activo fijo	Ventas	3.400.033,11	<b>124,06</b>
		Activos fijos	27.405,74	
	Rotación de ventas	Ventas	3.400.033,11	<b>2,31</b>
		Activo total	1.473.081,06	
	Periodo medio de cobranza=	Cuentas y doc. por cobrar*365	637.558,28*365	<b>68,44</b>
		Ventas	3.400.033,11	
Periodo medio de pago=	Ctas y doc. por pagar*365	1.125.371,68*365	<b>116,96</b>	
	Compras	3.512.082,41		

<b>SOLVENCIA</b>	Endeudamiento del activo	Pasivo total	1.199.590,35	<b>0,81</b>
		Activo total	1.473.081,06	
	Endeudamiento patrimonial	Pasivo total	1.199.590,35	<b>4,39</b>
		Patrimonio	273.490,71	
	Endeudamiento del activo fijo	Patrimonio	273.490,71	<b>9,98</b>
		Activo fijo	27.405,74	
	Endeudamiento a corto plazo	Pasivo corriente	1.149.878,84	<b>0,96</b>
		Pasivo total	1.199.590,35	
	endeudamiento a largo plazo	Pasivo no corriente	49.711,51	<b>0,04</b>
		Pasivo total	1.199.590,35	
Apalancamiento	Activo total	1.473.081,06	<b>5,39</b>	
	Patrimonio	273.490,71		

<b>GESTIÓN</b>	Rotación de cartera	Ventas	449.513,94	<b>4,34</b>
		Cuentas y doc. por cobrar	103.455,65	
	Rotación de inventarios	Ventas	449.513,94	<b>3,23</b>
		Inventarios	139.302,43	
	Rotación de activo fijo	Ventas	449.513,94	<b>94,95</b>
		Activos fijos	4.734,36	
	Rotación de ventas	Ventas	449.513,94	<b>1,55</b>
		Activo total	289.367,01	
	Periodo medio de cobranza=	Cuentas y doc. por cobrar*365	103.455,65*365	<b>84,00</b>
		Ventas	449.513,94	
Periodo medio de pago=	Ctas y doc. por pagar*365	71.656,62*365	<b>413,4</b>	
	Compras	63.262,62		

<b>RENTABILIDAD</b>	Rentabilidad neta del activo	Utilidad neta	*	Ventas	271.990,71 * 3.400.033,11	<b>0,18</b>
		Ventas		Activo total	3.400.033,11 * 1.473.081,06	
	Margen bruto	Ventas- Costo de ventas		3.400.033,11- 2.851.642,75		<b>0,16</b>
		Ventas		3.400.033,11		
	Margen operacional	Utilidad operacional		293.077,87		<b>0,09</b>
		Ventas		3.400.033,11		
ROE	Utilidad neta		271.990,71		<b>0,99</b>	

**Anexo 11:** Idmas Importadora & Distribuidora Cía. Ltda.

<b>LIQUIDEZ</b>	liquidez corriente	activo corriente	284.632,65	<b>1,53</b>	
		pasivo corriente	186.250,68		
	prueba acida	activo corriente - inventarios		284.632,65- 139.302,43	<b>0,78</b>
		pasivo corriente		186.250,68	

<b>SOLVENCIA</b>	Endeudamiento del activo	Pasivo total	259.671,30	<b>0,90</b>
		Activo total	289.367,01	
	Endeudamiento patrimonial	Pasivo total	259.671,30	<b>8,74</b>
		Patrimonio	29.695,71	
	Endeudamiento del activo fijo	Patrimonio	29.695,71	<b>6,27</b>
		Activo fijo	4.734,36	
	Endeudamiento a corto plazo	Pasivo corriente	186.250,68	<b>0,72</b>
		Pasivo total	259.671,30	
	endeudamiento a largo plazo	Pasivo no corriente	73.420,62	<b>0,28</b>
		Pasivo total	259.671,30	
Apalancamiento	Activo total	289.367,01	<b>9,74</b>	
	Patrimonio	29.695,71		

<b>RENTABILIDAD</b>	Rentabilidad neta del activo	Utilidad neta	*	Ventas	37.514,53 * 449.513,94	<b>0,13</b>
		Ventas		Activo total	449.513,94 * 289.367,01	
	Margen bruto	Ventas- Costo de ventas		340.766,29- 108.747,65		<b>0,24</b>
		Ventas		449.513,94		
	Margen operacional	Utilidad operacional		40.701,81		<b>0,09</b>
		Ventas		449.513,94		
ROE	Utilidad neta		37.514,53		<b>1,26</b>	
	Patrimonio		29.695,71			

**Anexo 12:** Arcosurloja Cía.Ltda.

<b>LIQUIDEZ</b>	liquidez corriente	activo corriente	357.410,50	<b>1,10</b>	
		pasivo corriente	323.754,81		
	prueba acida	activo corriente - inventarios		357.410,50- 111.411,01	<b>0,79</b>
		pasivo corriente		323.754,81	

<b>GESTIÓN</b>	Rotación de cartera	Ventas	1.399.916,94	<b>6,91</b>
		Cuentas y doc. por cobrar	202.643,98	
	Rotación de inventarios	Ventas	1.399.916,94	<b>12,57</b>
		Inventarios	111.411,01	
	Rotación de activo fijo	Ventas	1.399.916,94	<b>1.713,57</b>
		Activos fijos	816,96	
	Rotación de ventas	Ventas	1.399.916,94	<b>3,91</b>
		Activo total	358.227,46	
	Periodo medio de cobranza=	Cuentas y doc. por cobrar*365	202.643,98*365	<b>52,84</b>
		Ventas	1.399.916,94	
Periodo medio de pago=	Ctas y doc. por pagar*365	305.791,03*365	<b>85,70</b>	
	Compras	1.302.430,32		

<b>SOLVENCIA</b>	Endeudamiento del activo	Pasivo total	353.754,81	<b>0,99</b>
		Activo total	358.227,46	
	Endeudamiento patrimonial	Pasivo total	353.754,81	<b>79,09</b>
		Patrimonio	4.472,65	
	Endeudamiento del activo fijo	Patrimonio	4.472,65	<b>5,47</b>
		Activo fijo	816,96	
	Endeudamiento a corto plazo	Pasivo corriente	323.754,81	<b>0,92</b>
		Pasivo total	353.754,81	
	endeudamiento a largo plazo	Pasivo no corriente	30.000,00	<b>0,08</b>
		Pasivo total	353.754,81	
Apalancamiento	Activo total	358.227,46	<b>80,09</b>	
	Patrimonio	4.472,65		

<b>RENTABILIDAD</b>	Rentabilidad neta del activo	Utilidad neta	*	Ventas	(1.193.706,90)	<b>-3,33</b>
		Ventas		Activos total	*1.399.916,94	

	Margen bruto	Ventas- Costo de ventas	1.399.916,94- 1.191.019,31	<b>0,15</b>
		Ventas	1.399.916,94	
	Margen operacional	Utilidad operacional	(1.191.019,30)	<b>(0,85)</b>
		Ventas	1.399.916,94	
	ROE	Utilidad neta	(1.193.706,90)	<b>(266,89)</b>
		Patrimonio	4.472,65	

**Anexo 13:** Encuesta aplicada a las empresas del sector comercio.

<b>ENCUESTA DIRIGIDO AL GERENTE</b>	
<p>Como estudiante del octavo ciclo de la Carrera de Contabilidad y Auditoría y al estar desarrollando un trabajo de integración curricular denominado <b>FACTORES INTERNOS ECONÓMICO FINANCIEROS QUE INFLUYEN EN EL CRECIMIENTO DE LAS EMPRESAS BAJO EL CONTROL DE LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, VALORES Y SEGUROS. SECTOR COMERCIO AL POR MAYOR Y MENOR DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO DE LA CIUDAD DE LOJA. PERIODO 2021</b>, se han formulado una serie de preguntas que tratan los principales puntos de análisis. Por lo que se solicita comedidamente elegir la alternativa que considere correcta, marcando con un aspa (X).</p>	
<b>1. ¿Tiene conocimiento sobre la situación económica financiera actual de la empresa?</b>	
a. Si	<input type="checkbox"/>
b. No	<input type="checkbox"/>
<b>2. ¿Cuál de los siguientes estados financieros utiliza y analiza la empresa para controlar la situación económica- financiera?</b>	
a. Balance General	<input type="checkbox"/>
b. Estado de Resultados	<input type="checkbox"/>
c. Estado de Flujo de Efectivo	<input type="checkbox"/>
d. Estado de Cambios en el Patrimonio	<input type="checkbox"/>
e. Todas las anteriores mencionadas	<input type="checkbox"/>
f. Ninguno	<input type="checkbox"/>
<b>3. ¿En qué nivel considera que se encuentra el proceso de gestión y toma de decisiones de la empresa?</b>	
a. Nivel alto	<input type="checkbox"/>
b. Nivel medio	<input type="checkbox"/>

c. Nivel bajo	<input type="checkbox"/>
<b>4. ¿Cuál es la incidencia de la gerencia en las operaciones de la empresa?</b>	
a. la gerencia se involucra en las operaciones empresariales.	<input type="checkbox"/>
b. La gerencia no interviene en la parte operativa de la empresa.	<input type="checkbox"/>
<b>5. ¿Qué factores internos económico-financiero cree usted que influyen en el crecimiento de las empresas del sector comercio? (Puede marcar más de una alternativa).</b>	
a. La liquidez.	<input type="checkbox"/>
b. La rentabilidad.	<input type="checkbox"/>
c. El financiamiento.	<input type="checkbox"/>
d. La inversión.	<input type="checkbox"/>
e. La gestión empresarial.	<input type="checkbox"/>
f. La toma de decisiones.	<input type="checkbox"/>
g. Falta de aplicación de la planeación financiera.	<input type="checkbox"/>
<b>6. ¿Con la alta competencia en el sector comercio que variables cree que ha tenido mejor desempeño la empresa?</b>	
a. Atención al cliente	<input type="checkbox"/>
b. Calidad de producto	<input type="checkbox"/>
c. Precios	<input type="checkbox"/>
d. Gama de productos ofrecidos	<input type="checkbox"/>
e. Tiempo de entrega	<input type="checkbox"/>
<b>7 ¿Cuáles considera que han sido los principales obstáculos que no han permitido lograr un crecimiento adecuado de la empresa?</b>	
a. Competencia	<input type="checkbox"/>
b. Falta de capital	<input type="checkbox"/>
d. Ubicación estratégica	<input type="checkbox"/>
e. Marketing y publicidad	<input type="checkbox"/>
f. Políticas gubernamentales	<input type="checkbox"/>
g. Desastres naturales	<input type="checkbox"/>
h. Pandemia COVID 19	<input type="checkbox"/>
<b>8.- ¿Cómo se controla el sistema administrativo de la empresa?</b>	
a. Áreas de responsabilidades	<input type="checkbox"/>
b. Manual de normas y procedimientos.	<input type="checkbox"/>
c. Estructura de vigilancia y generación de informes	<input type="checkbox"/>

<b>9. ¿Considera usted que implementando estrategias financieras permitirá fortalecer las actividades de la empresa?</b>	
a. Presupuestos	<input type="checkbox"/>
b. Planes de inversión	<input type="checkbox"/>
c. Planes de financiamiento	<input type="checkbox"/>
d. Proyección de estados financieros	<input type="checkbox"/>
e. Otros	<input type="checkbox"/>
<b>10. ¿En qué grado de automatización se ha orientado la gestión para controlar los procesos empresariales?</b>	
a. Automatización fija	<input type="checkbox"/>
b. Automatización variable	<input type="checkbox"/>
c. Automatización total	<input type="checkbox"/>
d. Automatización flexible	<input type="checkbox"/>
<b>Se agradece su colaboración que será de gran apoyo para la investigación.</b>	

<b>ENCUESTA DIRIGIDO AL CONTADOR</b>	
<p>Como estudiante del octavo ciclo de la Carrera de Contabilidad y Auditoría y al estar desarrollando un trabajo de integración curricular denominado <b>FACTORES INTERNOS ECONÓMICO FINANCIEROS QUE INFLUYEN EN EL CRECIMIENTO DE LAS EMPRESAS BAJO EL CONTROL DE LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, VALORES Y SEGUROS. SECTOR COMERCIO AL POR MAYOR Y MENOR DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO DE LA CIUDAD DE LOJA. PERIODO 2021</b>, se han formulado una serie de preguntas que tratan los principales puntos de análisis. Por lo que se solicita comedidamente elegir la alternativa que considere correcta, marcando con un aspa (X).</p>	
<b>1- ¿La empresa realiza el análisis a los estados financieros presentados?</b>	
a. Si	<input type="checkbox"/>
b. No	<input type="checkbox"/>
<b>2. ¿Señale qué técnicas de análisis financiero se maneja en la empresa?</b>	
a. Análisis Vertical	<input type="checkbox"/>
b. Análisis Horizontal	<input type="checkbox"/>
c. Análisis de tendencias	<input type="checkbox"/>
c. Comparación	<input type="checkbox"/>
d. Razones Financieras	<input type="checkbox"/>
e. Otros	<input type="checkbox"/>

<b>3. ¿Cuál de los indicadores financieros se ejecuta en la empresa?</b>	
a) Indicadores de liquidez	<input type="checkbox"/>
b) indicadores de gestión o actividad	<input type="checkbox"/>
c) Indicadores de financiamiento	<input type="checkbox"/>
d) Indicadores de rentabilidad	<input type="checkbox"/>
e) Ninguno	<input type="checkbox"/>
<b>4. ¿Qué factores internos económico-financiero cree usted que influyen en el crecimiento de las empresas del sector comercio? (Puede marcar más de una alternativa).</b>	
a. Liquidez	<input type="checkbox"/>
b. Rentabilidad	<input type="checkbox"/>
c. Financiamiento	<input type="checkbox"/>
d. Inversión	<input type="checkbox"/>
e. Gestión empresarial	<input type="checkbox"/>
f. Toma de decisiones	<input type="checkbox"/>
g. Falta de aplicación de la planeación financiera	<input type="checkbox"/>
<b>INDICADOR: LIQUIDEZ</b>	
<b>5. ¿Qué tipo de registro lleva la empresa para el control de las cuentas por cobrar a fin de tener en cuenta el vencimiento de las fechas de cobranza?</b>	
a. Auxiliar de cuentas por cobrar	<input type="checkbox"/>
b. registros computarizados	<input type="checkbox"/>
c. otros indiquen cuales: .....	
<b>6. ¿Se considera fundamental la provisión de cuentas por cobrar para el crecimiento y desarrollo de la empresa?</b>	
a. Si	<input type="checkbox"/>
b. No	<input type="checkbox"/>
<b>7. ¿La empresa cuenta con ingreso suficientes que pueda cubrir sus obligaciones si comprometer su liquidez?</b>	
a. Si	<input type="checkbox"/>
b. No	<input type="checkbox"/>
<b>8. Cuáles de los siguientes procedimientos financieros aplica la empresa en las diferentes actividades empresariales?</b>	
a. Arqueos de caja	<input type="checkbox"/>
b. Conciliaciones bancarias	<input type="checkbox"/>
c. Gestión de cobros y pagos	<input type="checkbox"/>

d. Control de inventario	<input type="checkbox"/>
e. Todas las anteriores	<input type="checkbox"/>
<b>9. ¿Qué factores considera que influyen en la liquidez de la empresa?</b>	
a. El control de ingresos y gastos	<input type="checkbox"/>
b. La administración y gestión de la empresa	<input type="checkbox"/>
c. Políticas de crédito y cuentas por cobrar	<input type="checkbox"/>
d. Capacidad de endeudamiento	<input type="checkbox"/>
<b>10. ¿Señale que herramientas de gestión permiten controlar la liquidez?</b>	
a. La gestión operativa de fondos disponibles	<input type="checkbox"/>
b. La gestión operativa del crédito y cuentas por cobrar	<input type="checkbox"/>
b. La gestión operativa de inventarios	<input type="checkbox"/>
<b>11. ¿Señale la alternativa de solución más efectiva para mejorar la liquidez de la empresa?</b>	
a. Manual de procedimientos financieros	<input type="checkbox"/>
b. Estrategias financieras para solventar problemas financieros	<input type="checkbox"/>
c. Políticas empresariales	<input type="checkbox"/>
d. Incrementar el nivel de ventas	<input type="checkbox"/>
e. Toma de decisiones	<input type="checkbox"/>
<b>INDICADOR: GESTIÓN O ACTIVIDAD</b>	
<b>12. ¿Considera que la rotación de inventarios es un factor determinante que influyen en el crecimiento a futuro de la empresa?</b>	
a. Si	<input type="checkbox"/>
b. No	<input type="checkbox"/>
<b>13. ¿Qué factores considera que condicionan la rotación de inventario, ya que esto incide directamente en rentabilidad de la empresa?</b>	
b. Precios de los productos	<input type="checkbox"/>
c. Falta de visibilidad y control de la cadena de suministro.	<input type="checkbox"/>
d. Sistema de control de inventarios	<input type="checkbox"/>
<b>14. ¿Qué factores considera que influyen en la óptima rotación de cuentas por cobrar?</b>	
a. La gestión de cobranzas	<input type="checkbox"/>
b. Alta capacidad de endeudamiento de los clientes	<input type="checkbox"/>
c. Estándares de selección de clientes para facilitar créditos comerciales	<input type="checkbox"/>
d. Las políticas e indicadores de control	<input type="checkbox"/>
e. El plazo de pago otorgado por la empresa	<input type="checkbox"/>
<b>15. ¿Señale que controles internos se aplican en la empresa para el manejo de inventarios?</b>	
a. Cotizaciones	<input type="checkbox"/>
c. Stocks mínimos y máximos por productos	<input type="checkbox"/>

d. Control físico de inventarios	<input type="checkbox"/>
e. Sistemas de reporte de inventarios	<input type="checkbox"/>
<b>INDICADOR: SOLVENCIA</b>	
<b>16. ¿Señale que porcentaje de financiamiento tiene la empresa?</b>	
a. De 1% a 30%	<input type="checkbox"/>
b. De 31% a 50%	<input type="checkbox"/>
c. De 51% a 100%	<input type="checkbox"/>
d. De 100% a más	<input type="checkbox"/>
<b>17. ¿Qué factores han incidido directamente en la toma de decisiones de riesgo por financiamiento en la empresa?</b>	
a. Condiciones macroeconómicas	<input type="checkbox"/>
b. Condiciones microeconómicas	<input type="checkbox"/>
c. Falta de financiamiento	<input type="checkbox"/>
d. Inversiones	<input type="checkbox"/>
<b>18. ¿Qué tipo de financiamiento por deuda a accedido la empresa para atender sus necesidades financieras?</b>	
a. Financiamiento por corto plazo	<input type="checkbox"/>
b. Financiamiento por largo plazo	<input type="checkbox"/>
c. Financiamiento con patrimonio	<input type="checkbox"/>
<b>19. ¿Qué porcentaje de financiamiento considera óptimo para no comprometer la supervivencia de la empresa?</b>	
a. Menor a 1%	<input type="checkbox"/>
b. De 1% a 30%	<input type="checkbox"/>
c. De 31% a 50%	<input type="checkbox"/>
d. De 51% a 100%	<input type="checkbox"/>
e. De 100% a más	<input type="checkbox"/>
<b>INDICADOR: RETABILIDAD</b>	
<b>20. ¿Cuál es el resultado que obtuvo la empresa respecto a la rentabilidad financiera que refleja la eficiencia con la cual utiliza sus recursos financieros?</b>	
a. Menor a 1%	<input type="checkbox"/>
b. De 1% a 30%	<input type="checkbox"/>
c. De 31% a 50%	<input type="checkbox"/>
d. De 51% a 100%	<input type="checkbox"/>
e. De 100% a más	<input type="checkbox"/>
<b>21. ¿Qué tipo de riesgo de inversión tuvo mayor impacto negativo en el resultado del ejercicio económico de la empresa?</b>	
a. Riesgo económico	<input type="checkbox"/>
b. Riesgo de crédito	<input type="checkbox"/>

c. Riesgo de liquidez	<input type="checkbox"/>
d. Riesgo legal	<input type="checkbox"/>
e. Riesgo financiero	<input type="checkbox"/>
<b>22. ¿La empresa que estrategias aplicó para incrementar su rentabilidad?</b>	
a. Mejorar la eficiencia de los activos actuales	<input type="checkbox"/>
b. Incrementar las inversiones	<input type="checkbox"/>
c. Reducción de activos	<input type="checkbox"/>
d. Ninguno	<input type="checkbox"/>
<b>23. Para la toma de decisiones ¿Cuál fue el elemento clave de la planificación financiera que ha beneficiado el funcionamiento operativo de la empresa?</b>	
a. La planificación del efectivo	<input type="checkbox"/>
b. Planificación de utilidades	<input type="checkbox"/>
c. Presupuestos de caja y estados proforma	<input type="checkbox"/>
<b>Se agradece su colaboración que será de gran apoyo para la investigación.</b>	

## Anexo 14. Oficio de Designación de director del Trabajo de Integración Curricular.

Presentada el día de hoy, 11 de mayo del 2022, a las 10:00 horas. Lo certifica: Secretaria Abogada de la Facultad Jurídica Social y Administrativa de la Universidad Nacional de Loja.

ENNA REGINA  
PELAEZ  
SORIA

Firmado digitalmente  
por ENNA REGINA  
PELAEZ SORIA  
Fecha: 2022.05.11  
15:52:28 -05'00'

Dra. Ena Regina Peláez Soria Mg. Sc.  
**SECRETARIA ABOGADA DE LA FACULTAD JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**

Loja, 11 de mayo del 2022, a las 10:00 horas, Atendiendo la petición que antecede, de conformidad a lo establecido en el **Art. 228**, del Reglamento de Régimen Académico de la UNL vigente; una vez emitido el informe favorable de estructura, coherencia y pertinencia del proyecto por parte de la Doctora: **Lucía Armijos Tandazo Mg. Sc.** se designa a la Doctora: **Lucía Armijos Tandazo Mg. Sc.** Docente de la Carrera de Contabilidad y Auditoría de la Facultad Jurídica Social y Administrativa, como **DIRECTORA** del proyecto del trabajo de titulación con el tema: **FACTORES INTERNOS ECONÓMICO FINANCIEROS QUE INFLUYEN EN EL CRECIMIENTO DE LAS EMPRESAS BAJO EL CONTROL DE LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, VALORES Y SEGUROS. SECTOR COMERCIO AL POR MAYOR Y MENOR DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO DE LA CIUDAD DE LOJA. PERIODO 2021.** de autoría del Sr. **Brany Alejandro Guambiango Rodríguez** Se le recuerda que conforme lo establecido en el Art. 228 antes mencionado. Usted en su calidad de directora del trabajo de integración curricular o de titulación "será responsable de asesorar y monitorear con pertinencia y rigurosidad científico-técnica la ejecución del proyecto y de revisar oportunamente los informes de avance, los cuales serán devueltos al aspirante con las observaciones, sugerencias y recomendaciones necesarias para asegurar la calidad de la investigación. Cuando sea necesario, visitará y monitoreará el escenario donde se desarrolle el trabajo de integración curricular o de titulación". **NOTIFÍQUESE para que surta efecto legal.**

DUNIA MARITZA  
YAGUACHE MAZA

Firmado digitalmente por DUNIA  
MARITZA YAGUACHE MAZA  
Fecha: 2022.05.11 19:02:43  
-05'00'

Dra. Dunia Maritza Yaguache Maza Mg. Sc.  
**DIRECTORA CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

Loja, 11 de mayo del 2022, a las 17:00 horas Notifiqué con el decreto que antecede a la Doctora. Lucía Armijos Tandazo Mg. Sc., para que en unidad de acto den constancia de lo actuado:



Firmado por  
LUCIA ALEXANDRA  
ARMIJOS TANDAZO

Dra. Lucía Armijos Tandazo Mg. Sc.  
**DIRECTORA DEL PROYECTO**

ENNA REGINA  
PELAEZ  
SORIA

Firmado digitalmente  
por ENNA REGINA  
PELAEZ SORIA  
Fecha: 2022.05.11  
15:52:27 -05'00'

Dra. Ena Regina Peláez Soria Mg. Sc.  
**SECRETARIA ABOGADA**



Firmado digitalmente por  
FREDDY PATRICIO  
DOLERA BILLOVA

C.c. Freddy P. Dolera R.  
C.c. Brany Alejandro Guambiango Rodríguez

## Anexo 15. Certificación de aprobación del Trabajo de Integración Curricular.

 1809		Universidad Nacional de Loja	SECRETARIA GENERAL <b>FACULTAD JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA</b>
---	---	------------------------------------	--

**CERTIFICACION DE APROBACION DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR O DE TITULACIÓN**

Conforme lo establecido en el Art. 231 del **Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja vigente**, que textualmente en su parte pertinente dice: **"Aprobación de la Unidad de Integración Curricular o de Titulación.** La Unidad de Integración Curricular o de Titulación, está conformada por la asignatura denominada trabajo o unidad de integración curricular. A la culminación de las labores académicas de la asignatura denominada Trabajo o Unidad de Integración Curricular o de Titulación, el director del trabajo de integración curricular o de titulación, emitirá el certificado individual de culminación, con el cual el docente de la asignatura de integración curricular o trabajo de titulación calificará la aprobación del trabajo de integración curricular o de titulación el que, junto con las calificaciones logradas en el desarrollo de la asignatura, determinará la acreditación o no de la Unidad. En el certificado dejará sentada la razón de las posibles variaciones o modificaciones menores que se han realizado por ser indispensables para asegurar el buen desarrollo de la investigación...", En mi calidad de director del trabajo de integración curricular

**CERTIFICO:**

Que, el señor estudiante **Brany Alejandro Guambiango Rodríguez**, con C.C. N° 1150007456 ha culminado a satisfacción el trabajo de titulación denominado **FACTORES INTERNOS ECONÓMICO FINANCIEROS QUE INFLUYEN EN EL CRECIMIENTO DE LAS EMPRESAS BAJO EL CONTROL DE LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, VALORES Y SEGUROS. SECTOR COMERCIO AL POR MAYOR Y MENOR DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO DE LA CIUDAD DE LOJA. PERIODO 2021.** Por lo manifestado dejo sentada razón de que en dicho trabajo se encuentra culminado. (en caso de haber cambios menores o mayores; se deberá detallar los mismos)

Es lo que puedo certificar en honor a la verdad, a fin de que, de así considerarlo pertinente, el señor/a docente de la asignatura de integración curricular o trabajo de titulación; proceda a la calificación y aprobación del mismo; y, conjuntamente con las calificaciones logradas en el desarrollo de la asignatura, determine la acreditación o no de la Unidad de Integración Curricular o de Titulación, del mencionado estudiante.

Loja, 25 de agosto de 2022

  
Firmado por  
**LUCIA ALEXANDRA  
ARMIJOS TANDAZO**

F) \_\_\_\_\_  
**DIRECTOR DE TRABAJO DE I. CURRICULAR**

## Anexo 16. Certificación de traducción de Abstract.

Mgs. Mayra Yadira Chamba Cañar

PERITO DEL CONSEJO DE LA JUDICATURA DE LOJA

### CERTIFICA:

Que el documento aquí compuesto es fiel traducción del idioma español al idioma inglés de un resumen de tesis de graduación la cual se realizó en base a los documentos originales entregados por el egresado y autor de la misma el señor BRANY ALEJANDRO GUAMBIANGO RODRÍGUEZ, con cédula de identidad Nro. 1150007456, con el tema denominado FACTORES INTERNOS ECONOMICO FINANCIEROS QUE INFLUYEN EN EL CRECIMIENTO DE LAS EMPRESAS BAJO EL CONTROL DE LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, VALORES Y SEGUROS. SECTOR COMERCIO AL POR MAYOR Y MENOR DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO DE LA CIUDAD DE LOJA. PERÍODO 2021 los mismos que servirán para fines personales de uso del cliente. Es todo lo que puedo decir en honor a la verdad que me acreditan como perito traductor.

That the document composed here is a faithful translation from the Spanish language to the English language of a theses abstract which was made based on the original documents delivered by the undergraduate and author of the same Mister BRANY ALEJANDRO GUAMBIANGO RODRÍGUEZ, with identification card number 1150007456, with the theme denominated INTERNAL FINANCIAL AND ECONOMIC FACTORS THAT INFLUENCE THE GROWTH OF COMPANIES UNDER THE CONTROL OF THE SUPERINTENDENCE OF SECURITIES AND INSURANCE COMPANIES. WHOLESALE AND RETAIL TRADE SECTOR OF FOOD, BEVERAGES, AND TOBACCO IN THE CITY OF LOJA. PERIOD 2021, which will be used for personal client's purposes. This is all I can say in honor of the truth that accredits me as an expert translator.

Loja, 08 de diciembre del 2022.



Mgs. Mayra Y. Chamba Cañar.  
PERITO TRADUCTOR

---

Mayra Yadira Chamba Cañar  
1104492408  
Perito Traductor DEL Consejo de la Judicatura Loja  
Nro. De Calificación: 1259856  
Docente de Inglés del Ministerio de Educación  
Docente del Instituto Particular de Inglés "Fine-Tuned English"