



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

**LA LIQUIDEZ Y RENTABILIDAD DE LA EMPRESA COLORMARKET
CIA LTDA EN LA CIUDAD DE MACHALA: UN DESAFIO POST
PANDEMIA**

**ARTEAGA PIZARRO ANDREA STEFANIA
LICENCIADA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

**COLLAGUAZO RUMIPULLA MISHEL ESTEFANIA
LICENCIADA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

**MACHALA
2022**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

**LA LIQUIDEZ Y RENTABILIDAD DE LA EMPRESA
COLORMARKET CIA LTDA EN LA CIUDAD DE MACHALA: UN
DESAFIO POST PANDEMIA**

**ARTEAGA PIZARRO ANDREA STEFANIA
LICENCIADA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

**COLLAGUAZO RUMIPULLA MISHEL ESTEFANIA
LICENCIADA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

**MACHALA
2022**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

ANÁLISIS DE CASOS

**LA LIQUIDEZ Y RENTABILIDAD DE LA EMPRESA
COLORMARKET CIA LTDA EN LA CIUDAD DE MACHALA:
UN DESAFIO POST PANDEMIA**

**ARTEAGA PIZARRO ANDREA STEFANIA
LICENCIADA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

**COLLAGUAZO RUMIPULLA MISHEL ESTEFANIA
LICENCIADA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

SOTO GONZALEZ CARLOS OMAR

**MACHALA
2022**

La Liquidez y Rentabilidad de la empresa Colormarket Cía. Ltda. en la ciudad de Machala: Un desafío post pandemia.

por Andrea Arteaga Pizarro - Mishel Collaguazo R.

Fecha de entrega: 16-sep-2022 01:01a.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 1901116430

Nombre del archivo: TRABAJO_DE_TITULACION_PARA_TURNITIN-_ARTEAGA_Y_COLLAGUAZO.docx (789.72K)

Total de palabras: 14029

Total de caracteres: 76643

La Liquidez y Rentabilidad de la empresa Colormarket Cía. Ltda. en la ciudad de Machala: Un desafío post pandemia.

INFORME DE ORIGINALIDAD

5%

INDICE DE SIMILITUD

5%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

2%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Técnica de Machala	2%
	Trabajo del estudiante	
2	repositorio.utmachala.edu.ec	1%
	Fuente de Internet	
3	repositorio.uta.edu.ec	<1%
	Fuente de Internet	
4	repositorio.ug.edu.ec	<1%
	Fuente de Internet	
5	webcache.googleusercontent.com	<1%
	Fuente de Internet	
6	Submitted to Universidad Tecnológica Indoamerica	<1%
	Trabajo del estudiante	
7	dspace.ucuenca.edu.ec	<1%
	Fuente de Internet	
8	docplayer.es	<1%
	Fuente de Internet	

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

Las que suscriben, ARTEAGA PIZARRO ANDREA STEFANIA y COLLAGUAZO RUMIPULLA MISHEL ESTEFANIA, en calidad de autoras del siguiente trabajo escrito titulado LA LIQUIDEZ Y RENTABILIDAD DE LA EMPRESA COLORMARKET CIA LTDA EN LA CIUDAD DE MACHALA: UN DESAFIO POST PANDEMIA, otorgan a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tienen potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

Las autoras declaran que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

Las autoras como garantes de la autoría de la obra y en relación a la misma, declaran que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asumen la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.



ARTEAGA PIZARRO ANDREA STEFANIA
0750595498



COLLAGUAZO RUMIPULLA MISHEL ESTEFANIA
0707283370

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo de titulación, en primer lugar, a Dios por proporcionarme la fuerza necesaria de continuar firmemente en cada paso que doy.

A mis padres, Geovanny & Nelly quienes siempre han sido un pilar importante en mi vida, apoyando y celebrando cada uno de mis logros cumplidos, sintiéndome orgullosa y privilegiada de tenerlos conmigo en este momento tan significativo para mí.

A mis hermanos, por ser mi luz en aquellas épocas difíciles donde creí no poder continuar más.

Al resto de mi familia por aportar con cada uno de sus buenos deseos en este largo camino próximo a culminar.

Andrea Stefania Arteaga Pizarro

Este trabajo de titulación se lo dedicó a Dios Jehová por darme cada día salud y fortaleza para seguir adelante y no desfallecer ante las adversidades.

A mi mamá, por escucharme, animarme y ser mi apoyo en todo momento siendo padre y madre a la vez, esforzándose siempre por sacarnos adelante a mis hermanos y a mí.

Al resto de mi familia, por siempre estar prestos ayudarme en todo lo que necesito, especialmente durante mi carrera universitaria.

Mishel Estefania Collaguazo Rumipulla

AGRADECIMIENTOS

Principalmente agradecemos a Dios, por darnos la oportunidad de seguir de pie y guiarnos en cada paso de este arduo camino que culmina con la presentación de este destacable trabajo de titulación.

A la Universidad Técnica de Machala por habernos concedido la oportunidad de formar parte de ella y de educarnos durante cada ciclo académico, forjando a convertirnos en profesionales de excelencia.

Al Ing. Carlos Soto González quien en calidad de tutor ha sido parte primordial para la ejecución de esta investigación, impartiéndonos cada uno de sus conocimientos adquiridos con una absoluta predisposición.

Y a todas aquellas personas que nos brindaron su total apoyo, siendo también parte fundamental de este proceso.

Andrea Stefania Arteaga Pizarro
Mishel Estefanía Collaguazo Rumipulla

RESUMEN

El presente trabajo de investigación se centra en el análisis financiero de la liquidez y rentabilidad de la empresa Colormarket Cía. Ltda., que lleva más de 10 años dedicándose a la comercialización y venta de pintura en el norte de la ciudad de Machala, fue una de las tantas empresas que se vio afectada por el COVID-19. En este sentido, se desarrolla esta investigación con la finalidad de analizar los flujos de liquidez y rentabilidad en la empresa Colormarket Cía. Ltda. en los períodos 2019, 2020 y 2021 tras la emergencia sanitaria causada por el COVID-19 a través de la aplicación de instrumentos financieros e información cualitativa con la finalidad de establecer conclusiones y recomendaciones que contribuyan en el futuro a una adecuada toma de decisiones. Por otra parte, los métodos: empírico, de observación, analítico y descriptivo, sirven como guía para la ejecución de este trabajo. Es así que, una vez obtenidos los resultados se determina que el nivel de liquidez no es el adecuado debido al alto inventario con el que cuenta la compañía. Además, se evidencia como la pandemia incidió en el incremento excesivo de los costos que, pese a que las ventas no disminuyeron esto generó utilidades mínimas, por ende, los índices de rentabilidad fueron bajos. En base a los resultados obtenidos por la siguiente investigación, se puede concluir que el COVID-19 influyó en una inadecuada toma de decisiones lo que impactó negativamente en el rendimiento y la capacidad económica de la empresa Colormarket Cía. Ltda.

Palabras clave: COVID-19, Liquidez, Rentabilidad.

ABSTRACT

The present research project is focused on the financial analysis of the liquidity and rentability of the Colomarket Cia. Ltda. Firm which has been dedicated to the commercialization and paints sales on the north of the city of Machala for over 10 years. It was one of many companies affected by the so-called pandemic COVID-19. That is why, this investigation was carried out with the aim of analyse the liquidity flows and rentability of the Colomarket Cia. Ltda company in the years 2019, 2022 and 2021 thanks to the sanitary emergency caused by COVID-19 through the application of financial instruments and qualitative information with the aim of establish conclusions and recommendation that contribute to the future decision taking. On the other hand, the empirical, observational, analytic and descriptive method bolster the guide to the development of this project. Therefore, once the results are obtained it can be determined that the level of liquidity is not the appropriate towards the high inventory owned by the company. Furthermore, it can be evidenced that the pandemic affected the excessive rise of expenses that, even though the sales did not fall generating minimum utilities, therefore, the indexes of rentability were low.

Based on the obtained results in this research, it can be concluded that COVID-19 influenced, unsuitably to the decision-taking which impacted negatively the performance and economical capacity of the the Colomarket Cia. Ltda company.

Keywords: COVID-19, Liquidity, Rentability.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	8
CAPITULO I: GENERALIDADES DEL OBJETO DE ESTUDIO	10
1.1 Definición y Contextualización del objeto de estudio.....	10
1.1.1 Tema de Investigación	10
1.1.2 Objeto de Estudio	10
1.1.3 Contextualización	10
1.1.4 Problemática de la Investigación.....	12
1.2 Hechos de Interés.....	13
1.2.1 Justificación de la Investigación	13
1.3 Objetivos de la Investigación	13
1.3.1 Objetivo General	13
1.3.2 Objetivos Específicos.....	13
CAPITULO II: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICO-EPISTEMOLÓGICA DEL ESTUDIO	15
2.1 Descripción del enfoque epistemológico de Referencia.....	15
2.1.1 Paradigma de la Investigación.....	15
2.1.2 Antecedentes Investigativos	16
2.2 Bases Teóricas de la Investigación.	17
2.2.1 COVID-19	17
2.2.2.1 Ventas	18
2.2.2.1.2 Volumen de ventas.....	18
2.2.3 Costos	19
2.2.3.1 Costo de ventas	19
2.2.4 Indicadores financieros	19
2.2.4.1 Liquidez.....	20
2.2.4.2 Rentabilidad.....	21
CAPITULO III: PROCESO METODOLÓGICO.....	24
3.1 Diseño de la investigación seleccionada	24
3.1.1 Modalidades básicas de investigación	24
3.1.2 Metodología de la investigación.....	25
3.1.3 Análisis de factibilidad de la investigación	26
3.2 Proceso de recolección de datos de la investigación	26
3.2.1 Plan de recolección de la información.....	26
3.2.2 Plan de procesamiento y análisis de la información.....	27
3.3 Sistema de categorización en el análisis de datos	30
3.3.1 Aplicación de instrumentos.....	30

CAPITULO IV: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	53
4.1 Descripción y Argumentación teórica de los Resultados	53
4.2 Conclusiones	56
4.3 Recomendaciones.....	57
Referencias Bibliográficas	58

Índice de Figuras

Figura 1: Árbol de problemática de la empresa	12
Figura 2 Plan de recolección de datos	26
Figura 3 Plan de procesamiento y análisis de la información	28
Figura 4 Análisis de Volumen de ventas de la empresa Colormarket Cía. Ltda.	36
Figura 5 Análisis de los costos de venta de la empresa Colormarket Cía. Ltda.	37
Figura 6 Análisis de Capital Neto de Trabajo 2019-2020-2021	38
Figura 7 Análisis de Razón Corriente 2019-2020-2021.....	39
Figura 8 Análisis de Prueba Ácida	40
Figura 9 Análisis de Razón de Margen de Utilidad Bruta	41
Figura 10 Análisis de Razón de Margen de Utilidad Operativa.....	42
Figura 11 Análisis de Razón de Margen de Utilidad Neta.....	43
Figura 12 Análisis de Rendimiento sobre Activos (ROA).....	44
Figura 13 Análisis de Rendimiento sobre Patrimonio (ROE).....	45

Índice de Tablas

Tabla 1 Indicadores de Liquidez	29
Tabla 2 Indicadores de Rentabilidad	29
Tabla 3 Estado de Situación Financiera empresa Colormarket Cía. Ltda. período 2019-2020-2021	30
Tabla 4 Estado de Resultados empresa Colormarket Cía. Ltda. períodos 2019-2020-2021.....	32
Tabla 5 Volumen de ventas de la empresa Colormarket Cía. Ltda.	36
Tabla 6 Costos de Venta de la empresa Colormarket Cía. Ltda.....	37
Tabla 7 Cálculo de Capital Neto de Trabajo.....	38
Tabla 8 Cálculo de Razón Corriente.....	39
Tabla 9 Cálculo de Prueba Ácida	40
Tabla 10 Cálculo de Razón de Margen de Utilidad Bruta	41
Tabla 11 Cálculo de Razón de Margen de Utilidad Operativa.....	42
Tabla 12 Cálculo de Razón de Margen de Utilidad Neta.....	43
Tabla 13 Cálculo de Rendimiento sobre Activos.....	44
Tabla 14 Cálculo de Rendimiento sobre Patrimonio (ROE).....	45
Tabla 15 Resultados de Indicadores de Liquidez.....	53
Tabla 16 Resultados de Indicadores de Rentabilidad	54

INTRODUCCIÓN

“La pandemia de la COVID-19, desde su declaración a finales del 2019, ha impuesto una transformación radical en el comportamiento de los distintos agentes económicos a nivel global” (Pérez et al., 2021, p. 6). Si bien es cierto la emergencia sanitaria generada en el año 2020 paralizó al mundo por completo trayendo consigo graves consecuencias que produjeron altos riesgos económicos en el ámbito empresarial, que aún siguen influyendo de manera significativa en la realidad actual.

El Ecuador tras la aparición del virus tomó medidas que afectaron drásticamente al sector comercial puesto que la mayor parte de las empresas pequeñas tuvieron que cerrar sus establecimientos y cesar sus actividades económicas, mientras que la otra parte quienes eran aquellas industrias mucho más establecidas decidieron continuar laborando, pero bajo ciertas condiciones que no resultaron rentables ya que los costos se vieron incrementados notablemente obteniendo así insuficientes ingresos.

Colormarket Cía. Ltda. es una de las tantas empresas que se vio afectada por esta situación, siendo su principal actividad la comercialización de pinturas con 11 años de experiencia en el mercado local dentro de la ciudad de Machala., por tal razón la presente investigación tiene el objetivo de analizar los flujos de liquidez y rentabilidad de la empresa Colormarket Cía. Ltda. en los períodos 2019-2020-2021 tras la emergencia sanitaria causada por el COVID19 a través de la aplicación de instrumentos financieros e información cualitativa con la finalidad de establecer conclusiones y recomendaciones que contribuyan en el futuro a una adecuada toma de decisiones.

Por consiguiente, para la ejecución del presente trabajo de investigación se centró en un paradigma positivista utilizando un enfoque cuantitativo mediante la aplicación de fórmulas, datos estadísticos y estudio de casos prácticos que permitieron un análisis externo de la información financiera de la entidad, así mismo se implementó un enfoque cualitativo a través de la aplicación de entrevistas que otorgaron un acercamiento más directo con las autoridades competentes y una mejor interpretación de los resultados obtenidos. Adicionalmente, los métodos de observación, empírico, analítico y descriptivo fueron base fundamental para el desarrollo de esta investigación.

Por ende, se ha determinado que el índice de liquidez de acuerdo a los indicadores de capital de trabajo, razón corriente y prueba ácida, han permitido conocer como la empresa no cuenta con una solvencia adecuada imposibilitando una mayor productividad, lo que generó a su vez un margen de rentabilidad minoritario que se encuentra por debajo del porcentaje establecido, de tal forma

que las utilidades no pudieron ser repartidas entre los socios, procediendo a acumularse para gestionar inversiones en un futuro.

En base al análisis de los resultados obtenidos se pudo concluir que, a raíz del impacto económico que ocasionó la pandemia, la empresa Colormarket Cía. Ltda. reflejó un incremento tanto en las ventas como en los costos, teniendo efectos negativos en la solvencia y rendimiento de sus operaciones que propiciaron un índice de rentabilidad bajo, y en su afán de incrementar las ganancias terminaron sobrecargándose de mercadería que redujo su liquidez.

Este análisis de casos fue desarrollado por una parte teórica y práctica, sustentado bajo las normativas legales vigentes, que finalmente permitió determinar recomendaciones que mejoren la gestión empresarial de Colormarket Cía. Ltda., contribuyendo adicionalmente con conocimientos para futuros estudios relacionados en el ámbito profesional y empresarial.

CAPITULO I: GENERALIDADES DEL OBJETO DE ESTUDIO

1.1 Definición y Contextualización del objeto de estudio.

1.1.1 Tema de Investigación

“La Liquidez y Rentabilidad de la empresa Colormarket Cía. Ltda. en la ciudad de Machala: Un desafío post pandemia”.

1.1.2 Objeto de Estudio

El presente trabajo de Investigación se enfoca en el análisis de los Estados Financieros de los períodos 2019-2020-2021 de la empresa Colormarket Cía. Ltda. con la finalidad de determinar la incidencia que tuvo la emergencia sanitaria a causa del COVID-19 en los flujos de liquidez y rentabilidad, de tal forma que estos permitan establecer el nivel en el que se encuentran la capacidad operativa y el rendimiento económico de la empresa, identificando a su vez aquellas falencias que se susciten en el proceso contable, proporcionando así la facultad de decidir de forma acertada en cuestión de una mejor productividad y un mayor desarrollo comercial.

1.1.3 Contextualización

“De forma cotidiana las empresas, independientemente de su tamaño o actividad económica, se enfrentan a una serie de desafíos para tratar de mantenerse en el mercado” (Pedraza et al., 2015, p. 252). Actualmente tras el impacto de la crisis sanitaria las empresas dentro del entorno organizacional sostienen una alta incertidumbre en cuanto a sus proyecciones futuras, debido a la variedad de cambios a raíz de las decisiones tomadas ante la repentina aparición del virus que afectó a la sociedad ocasionando un impacto económico directo.

Las compañías, para no ver afectadas sus operaciones en su totalidad, implementó la modalidad de teletrabajo con ciertos de sus colaboradores y así poder continuar brindando sus servicios virtualmente, otras compañías tomaron diferentes decisiones ya sea reducción del personal, reducción del salario por menos horas laborales y en caso de poder generar utilidad suficiente para seguir produciendo y cubrir los costos y gastos necesarios se declaraban en quiebra por no poder sustentar su liquidez(Vera et al., 2021, p. 952).

El sector comercial siendo el más representativo dentro de la economía ecuatoriana durante el período 2020 vivió la presencia de dos escenarios totalmente opuestos, por un lado, el sector farmacéutico y los grandes supermercados se colocaron dentro de la pirámide comercial como uno de los primeros en la distribución de artículos que se volvieron indispensables y esenciales en ese

momento, permitiéndoles obtener altas ganancias que reactivaron su economía, mientras que las medianas y pequeñas empresas que proporcionaban otros productos y servicios se vieron perjudicados gravemente por la falta de liquidez, generando desestabilidad en sus negocios y por ende un déficit en su rentabilidad.

Según la Cámara de Industrias y Producción (2019) desde el año 2011 se ha percibido un incremento del 166% en el Ecuador dentro del sector de pinturas, crecimiento que principalmente se vio direccionado hacia el mercado inmobiliario, ubicándose en primer lugar en sitios como: ferreterías, locales de decoración y remodelación y zonas automotrices, siendo el barniz, laca, selladores, fondos y macilla unos de los productos más comercializados por este sector.

“La apertura de los mercados y la globalización de las economías han sido los principales estímulos para que empresas productoras de pinturas y recubrimientos decidan emprender la búsqueda de nuevos mercados mediante inversiones directas” (Ramírez & Rodríguez, 2004, p. 118). Dentro de la industria de pintura la mayor parte de sus promotores, aficionados a este grupo se han logrado fraccionar en su mayoría en industrias de madera, inmobiliaria y la industria especializada. La incorporación en la actualidad de productos innovadores en cuanto a este mercado ha generado una revolución industrial creando artículos que complementen a su comercialización como lo son: cerámicas, cristal y demás coberturas que han involucrado un impacto en las diferentes empresas dedicadas a la venta de pinturas.

Sin embargo, la crisis de la pandemia arrastró consigo varias dificultades comerciales para estos negocios que a pesar de los diferentes lanzamientos innovadores existentes en el mercado, el cese de sus actividades impactó más para la estabilidad económica de estas empresas obligándolas al cierre de sus instalaciones con el objetivo de prevenir aglomeraciones en sus establecimientos para evitar futuros contagios, es así como muchas ventas dejaron de realizarse y por ende la reducción de sus ingresos se vio altamente reflejadas en su utilidad.

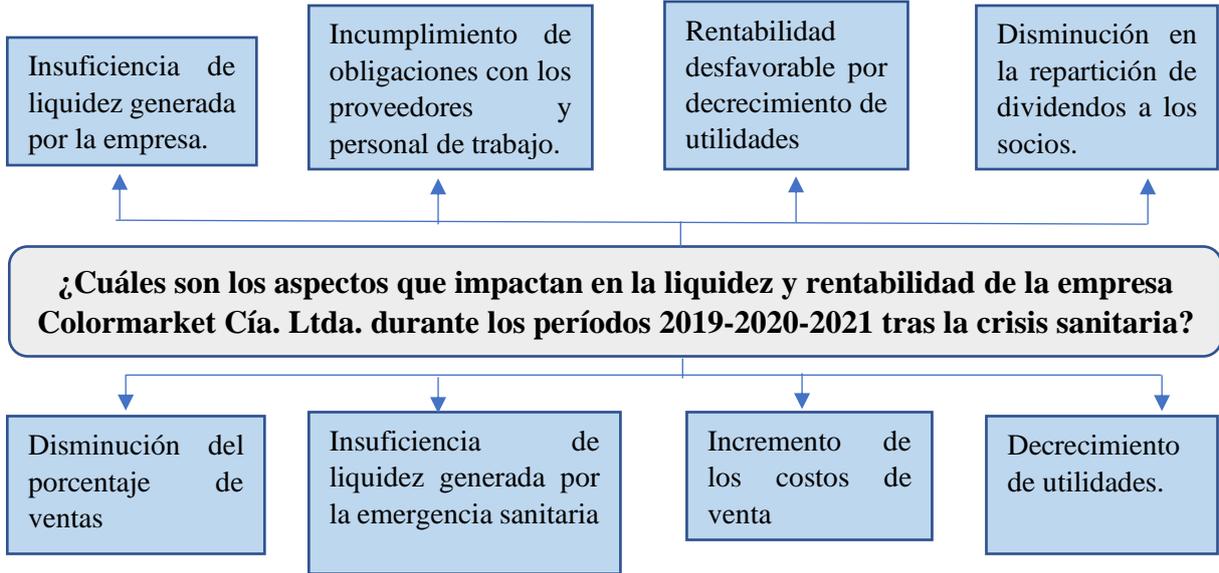
En la provincia de el Oro existe una gran gama de empresas dedicadas a la comercialización de pinturas, que han prestado sus servicios y asesoramientos a su extensa cartera de clientes. Antes de la presencia del COVID_19 varias de estas empresas comenzaron a expandirse y buscar involucrarse en varios sectores del mercado, un claro ejemplo son las tantas empresas comercializadoras de pintura que han comprendido que uno de los modos de sobresalir ante la competencia es desafiar con calidad y efectividad, pero no necesariamente esta disputa tendría que verse enmarcada dentro de su propio mercado, sino también con el de su rival.

Pero al igual que la mayoría, las empresas de la ciudad de Machala también se vieron afectadas en el año 2020 por la llegada de un virus que desconcertó al mundo y su economía, es por esta razón

que la investigación se enfoca en analizar la situación financiera de una empresa con respecto a su liquidez y rentabilidad a través de la aplicación de instrumentos financieros, ya que, “La salud financiera de las organizaciones se puede visualizar a través de los diferentes indicadores financieros de liquidez, endeudamiento y rentabilidad, los cuales de forma integral presenta la actualidad y perspectiva de los entes evaluados” (Correa et al., 2011, p. 158)

1.1.4 Problemática de la Investigación

Figura 1: Árbol de problemática de la empresa



Elaborado por: Arteaga Andrea & Collaguazo Mishel

La disminución del porcentaje de ventas de pintura de la empresa Colormarket Cía. Ltda. debido al confinamiento en el país durante el período 2020, produjo ingresos significativamente bajos resultando una liquidez inadecuada.

Es importante notar que los efectos también pueden ser planteados como causas de otros aspectos previstos en la problemática, por lo tanto, dentro de este contexto se presenta que la falta de solvencia de la empresa ha incidido en el incumplimiento de las obligaciones con los proveedores y trabajadores, debido a que no se puede cubrir a tiempo con estas deudas contraídas a corto plazo.

La dificultad al momento de abastecerse de mercadería durante la crisis sanitaria por el cierre de vías transitorias impidió el abastecimiento habitual, incrementando evidentemente los costos, lo que ocasionó una aminoración en los beneficios económicos y a su vez una rentabilidad desfavorable.

El decrecimiento en las utilidades obtenidas de los tres últimos períodos provocó ciertamente un déficit en lo que respecta a la repartición de dividendos de los socios de la empresa Colormarket Cía. Ltda.

1.2 Hechos de Interés

1.2.1 Justificación de la Investigación

La liquidez y la rentabilidad como instrumentos financieros principalmente esenciales en el entorno empresarial, se encuentran relacionados entre sí porque ambas buscan el enriquecimiento económico, sin embargo, no es lo mismo que una empresa tenga solvencia que sea rentable, puesto que una se enfoca directamente en la utilización óptima de recursos monetarios mientras que la rentabilidad es aquella que busca la generación de beneficios económicos.

Los Indicadores Financieros en el mundo empresarial son imprescindibles para determinar si una empresa puede hacer frente a sus obligaciones a largo plazo, como a corto plazo; mediante un diagnóstico financiero que permite conocer la situación actual de las entidades para realizar una inversión, o para optar por un crédito por parte de una institución financiera (Herrera et al., 2016, p. 154).

Debido a la facilidad que aportan al momento de evaluar y conocer la realidad económica y financiera de una organización que se encuentra reflejada en sus estados financieros, la presente investigación se centra en la evaluación y el análisis de los flujos de liquidez y rentabilidad de la empresa Colormarket Cía. Ltda. tras el impacto que tuvo post pandemia, con el fin de aportar sugerencias acerca de la información relativa que les posibilitará a su vez tomar acciones con respecto a los resultados más significativos en donde se presenten mayormente déficits, a su vez esto contribuirá a la mejora de la administración financiera otorgándole la posibilidad de desenvolverse eficientemente tornándose así más competitiva dentro del sector comercial.

1.3 Objetivos de la Investigación

1.3.1 Objetivo General

Analizar los flujos de liquidez y rentabilidad de la empresa Colormarket Cía. Ltda. en los períodos 2019-2020-2021 tras la emergencia sanitaria causada por el COVID19 a través de la aplicación de instrumentos financieros e información cualitativa con la finalidad de establecer conclusiones y recomendaciones que contribuyan en el futuro a una adecuada toma de decisiones.

1.3.2 Objetivos Específicos

- ✚ Identificar el volumen de ventas de los períodos 2019-2020-2021 de la empresa Colormarket Cía. Ltda. para conocer los ingresos que se han obtenido de la actividad económica.
- ✚ Verificar los costos de venta obtenidos durante los períodos 2019-2020-2021 en la empresa Colormarket Cía. Ltda. con el fin de detectar el incremento o decrecimiento de los mismos.
- ✚ Determinar los niveles de liquidez y rentabilidad en los períodos estudiados de la empresa Colormarket Cía. Ltda. a través de instrumentos financieros que permitan obtener resultados.

CAPITULO II: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICO-EPISTEMOLÓGICA DEL ESTUDIO

2.1 Descripción del enfoque epistemológico de Referencia.

2.1.1 Paradigma de la Investigación.

Un paso importante al iniciar este tipo de investigación es determinar cuál será el paradigma de la investigación, es decir el enfoque hacia donde estará direccionada, en concordancia con esto se aclara que un paradigma “es una manera de pensar la ciencia en una época determinada, donde existen sujetos y acciones similares en la ciencia que hacen que el mundo científico se piense de esa manera”(González, 2020, p. 102).

Entonces se puede evidenciar que de acuerdo al paradigma en el que se centre la investigación, se aplicarán distintos instrumentos, métodos y teorías. Es así que se ha podido determinar que el paradigma positivista es donde está posicionado nuestro estudio.

Este paradigma se ubica dentro de la teoría positivista; plantea la posibilidad de llegar a verdades absolutas en la medida en que se abordan los problemas y se establece una distancia significativa entre el investigador y el objeto de estudio. Desde el punto de vista epistemológico, este paradigma brinda una distinción entre quien investiga como un sujeto neutral y la realidad abordada que se asume como ajena a las influencias del sujeto científico (Beltrán & Ortiz, 2020, p. 7).

Por lo tanto, la investigación pretende alinearse al método analítico, ya que “los procedimientos analíticos son actividades de teorización cuyo objetivo es descubrir conceptos y proposiciones, o confirmarlos” (Fassio, 2018, p. 76), de tal manera que se logre ejemplificar un análisis concreto en cuanto a la observación y evaluación de un hecho en específico.

Es así que a raíz de este método se pretende analizar de forma cualitativa mediante la aplicación de instrumentos de recolección de datos que proporcionen una valiosa información para comprender los procesos que existen tras los resultados, por otra parte, “la investigación cuantitativa trata de determinar la fuerza de las asociaciones o correlación entre variables, la generalización y objetivación de los resultados” (Cadena et al., 2017, p. 1608), mediante la utilización de medios estadísticos e instrumentos financieros que permitan analizar el contexto económico post pandemia reflejado en los estados financieros de la empresa Colormarket Cía. Ltda.

Al mismo tiempo esta investigación busca establecer un precedente en el ámbito financiero que promueva la aplicación de indicadores y análisis financieros futuros, no solo en la empresa Colormarket Cía. Ltda., sino también en todas aquellas empresas comerciales ubicadas en la ciudad de Machala, logrando de tal forma que esta práctica se vuelva recurrente, brindando la posibilidad de identificar con exactitud cuáles son aquellos factores que han incidido en los resultados de los Estados Financieros presentados en períodos determinados con la finalidad de aportar fundamentos que permitan tomar decisiones mucho más acertadas.

2.1.2 Antecedentes Investigativos

Con respecto al objeto de estudio que se enfoca en un análisis a los Estados Financieros, Puerta et al., (2018) en su artículo Análisis Financiero: enfoques en su evolución, plantea que el análisis a los estados contables se ejecuta desde varias perspectivas de tal forma que pueda interpretarse la información proporcionada y que esta sirva como herramienta para mejorar la administración financiera y llevar a cabo una acertada toma de decisiones.

Por otro lado, según otro artículo relacionado con la misma temática detalla que los indicadores financieros tanto de liquidez como rentabilidad forman parte significativa de todas aquellas operaciones enfocadas en un determinado período de tiempo, sobre todo si es a corto plazo. Por ende, se determina que para que una empresa incluso llegue aplicar indicadores de endeudamiento, primero se debe conocer si la misma logra sobrevivir en un período menor a un año (Nogueira et al., 2017).

Dentro de un contexto más puntual en el sector comercial, de acuerdo al estudio realizado por Barreto (2020) manifiesta que en las empresas comerciales, las ventas han resultado bajas y los costos han sido elevados debido a la pandemia lo que ha incidido negativamente en la rentabilidad, por otro lado, el índice de liquidez aumentó desfavorablemente con respecto a las deudas corrientes, es así que la capacidad operativa ha sido afectada de tal forma que la empresa se ha visto en la necesidad de aplazar sus inversiones (p. 129).

Es así que se puede evidenciar como un análisis a los Estados Financieros de la empresa Colormarket Cía. Ltda. puede proporcionar vital información, además que en conjunto con los indicadores de Liquidez y Rentabilidad permiten obtener resultados acerca de la sobrevivencia de la entidad, sobre todo tras el impacto de la pandemia teniendo en cuenta que, si estos resultan totalmente opuestos, puede llegar a ser perjudicial para el desempeño económico y financiero de la empresa. Aunque estos indicadores suelen diferenciarse entre sí, comparten una relación directa en función a la estabilidad económica, puesto que su unión permite la posibilidad de realizar inversiones que contribuyan al desarrollo y crecimiento futuro de las entidades.

2.2 Bases Teóricas de la Investigación.

2.2.1 COVID-19

El COVID-19, proveniente de una extensa variedad de coronavirus, específicamente del SARS-CoV2, mismo que provoca síntomas gripales que pueden derivar en enfermedades de mayor gravedad. “El Coronavirus COVID-19 fue detectado por primera vez en China en diciembre del 2019, y desde entonces, se ha extendido por todas las regiones del mundo” (Toledo, 2021, p. 21).

Tanto este nuevo virus (SARS-CoV2) como la enfermedad infecciosa que produce (COVID-19) y cuyo brote estallo en Wuhan (China) en diciembre del 2019, cuando se reportó a un grupo de personas con neumonía de origen desconocido, causaron revuelo a nivel mundial. Su avance fue tan rápido que la OMS la reconoció como una pandemia global el 11 de marzo de 2020. (Maldonado et al., 2020, p. 2).

Es así que, una vez determinado como una pandemia a nivel mundial, “el COVID-19 originó confinamiento y el cierre inmediato de las MYPES, ocasionando en muchos casos cierre total, estancamiento de la producción, aumento de las deudas y vulnerabilidad de la estabilidad laboral de los trabajadores” (Colina et al., 2021, p. 18). Por ende, la situación económica de muchas empresas se vio afectada respecto a la aminoración de sus ventas y al crecimiento de sus costos operativos, lo que generó pocos beneficios monetarios y en otros casos directamente resultaron en pérdidas económicas.

2.2.2 Ingresos

Dentro del ámbito contable se define principalmente como un incremento, el cual normalmente se obtiene por las ventas de productos o servicios una vez deducidos los costos; este se rubro se refleja en el estado de resultados, donde se puede verificar cuánto valor monetario se percibió por la actividad económica de la empresa.

Un ingreso será un incremento de patrimonio, independientemente del momento en que se haga su cobro. La emisión de una factura sobre un cliente al que se haga su cobro. La emisión de una factura sobre un cliente al que se le ha entregado determinada mercancía será un ingreso, independientemente del momento de su cobro. En este caso, la empresa financiará a dicho cliente hasta el momento de su cobro, destinando recursos a esta tarea (Pallerola, 2022, p. 24).

De esta manera se puede denotar que los ingresos son aquellos valores que se obtienen de la actividad principal de la empresa y estos representan un incremento significativo, es así que mientras más elevado sea el valor de este rubro, más beneficioso resulta.

2.2.2.1 Ventas

“El origen de las ventas lo encontramos en la prehistoria, cuando el hombre primitivo comenzó a practicar el trueque como forma comercial sencilla, intercambiando lo que ellos tenían en exceso por lo que les hacía falta con otros humanos” (Schnarch, 2020).

Se refiere al proceso por el cual hay que satisfacer las necesidades del cliente a cambio de un beneficio para la empresa y el vendedor, mientras que satisfacer se refiere a negociar con el cliente y por consiguiente el objetivo final de esa negociación es su fidelización hacia la marca, producto/servicio o la empresa (Clarke et al., 2018, p. 12).

Por ende, las ventas son fundamentales para las empresas puesto que, según Añazco et al., (2018) las mismas representan un margen de ganancia significativo dentro de la economía de la empresa, por ello es necesario establecer un valor de precio apropiado de tal forma que beneficie tanto al cliente como a la empresa (p. 222).

2.2.2.1.2 Volumen de ventas

De acuerdo a diversos autores, el volumen de ventas representa el total de productos que fueron vendidos durante cada movimiento generado en la empresa. Por ello, siempre se espera que la empresa al final del período resulte con un alto volumen de ventas, puesto que esto significa mayores utilidades, sin embargo, Socorro & Santa (2019) manifiestan que es importante tener en cuenta que:

Cuando se logra comparar con el volumen de gastos y costos diarios, si lo que se percibe es mayor a lo que se eroga, el negocio, por ende, va por buen camino, pero si están en punto de equilibrio o por debajo de lo que se requiere para mantener la operación se hace necesario implementar estrategias de ventas que impulsen el consumo de los productos y/o servicios que se ofrecen para alcanzar un nivel de rentabilidad adecuado (p. 195).

En efecto es primordial conocer el volumen de ventas que ha tenido una entidad durante un período determinado, de tal forma que se puede evaluar su situación económica y financiera, conforme al aumento o disminución de las ventas que se generaron, determinando los aspectos más significativos que intervinieron durante este proceso que a su vez permitan tomar las medidas pertinentes.

2.2.3 Costos

“El costo, económicamente hablando, representa en términos generales toda la inversión necesaria para producir y vender un artículo” (Reveles, 2019). Es así que, según Magueyal (2020) afirma que los costos, pueden terminar de impactar de forma negativa la rentabilidad obtenida en un lapso de tiempo determinado, reduciendo con esto los márgenes de las ganancias generadas, incluso al extremo de que estas se puedan convertir en pérdidas.

Los costos encabezan el conjunto de medidas de desempeño utilizadas en las cadenas de suministro en el ámbito empresarial. Estos, como la expresión en valores de todos los gastos materiales, financieros y humanos incurridos en la producción o los servicios, son un indicador clave para el logro de la eficiencia económica (Ferreira et al., 2019, p. 190).

2.2.3.1 Costo de ventas

El costo de venta se evidencia en el estado de resultados integrales se conforma por inventario disponible para la venta al cual se le adhieren las compras efectuadas durante un ciclo contable cuyo resultado se resta el inventario en bodega a finales del período (Franco & Terán, 2019, p. 2).

De esta manera se reconoce como el costo de venta está conformado por todos aquellos costes que resultan de la compra de la mercadería, tal y como lo mencionan Montalvo et al., y de acuerdo a otros autores “son los que se ocasionan al momento de llevar el producto terminado de la fábrica hacia los diferentes puntos del mercado donde finalmente se comercializara para que llegue al consumidor” (2020, p. 207).

En referencia a lo expuesto por los autores, se puede evidenciar que estos costos se presentan principalmente dentro del ámbito comercial donde solo se ejecuta la compra y venta de artículos ya elaborados. Es así que, Erazo et al., hace mención a la importancia de que se determinen los costos de adquirir mercadería para ser vendidas a un precio mayor y por consiguiente obtener mayor rentabilidad (2021, p. 399).

2.2.4 Indicadores financieros

Los indicadores financieros son medidas que tratan de analizar el estado de la empresa desde un punto de vista individual, son utilizados 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, p. 2).

Como se puede evidenciar la aplicación de estos indicadores en la información contable contribuyen a un mejor análisis de los factores que inciden en la situación económica y financiera que presenta la empresa.

Existen un sinnúmero de indicadores financieros y económicos de acuerdo con el tipo de empresa, además son expresados en términos de razones, por otra parte, es necesario conocer a fondo la actividad a la que se dedica la entidad para una adecuada aplicación de indicadores (Paredes et al., 2019, p. 94).

Tal y como se menciona, en la actualidad existe variedad de indicadores financieros, sin embargo, varios autores concuerdan en que se debe seleccionar aquellos que “a través del tiempo han demostrado mayor fortaleza por los estudios empíricos, tales como los indicadores de solvencia, rentabilidad, tamaño de la empresa, que indican el éxito de una empresa” (Lesmes & Ospina, 2019, p. 131).

2.2.4.1 Liquidez

“La liquidez les permite a las empresas solventar deudas y realizar inversiones que le permitan mantener los niveles de deuda y aumentar las ganancias” (Solano et al., 2022). Es por ello que se puede determinar a la liquidez como aquella facilidad que tiene la empresa de desarrollarse de manera más eficiente convirtiendo un activo en efectivo, sin que el mismo pierda mucho valor monetario.

Liquidez de una empresa representa la agilidad que tiene para cumplir con sus obligaciones de corto plazo a medida que estas alcancen su vencimiento; es decir representa la agilidad que tiene una empresa para solventar sus obligaciones en un período menor a un año (Herrera et al., 2016, p. 157).

2.2.4.1.1 Capital de trabajo

“El capital de trabajo, conocido también como fondo de maniobra, es la inversión que realiza toda empresa en activos circulantes o de corto plazo” (García et al., 2017, p. 31).

La relación entre los activos y pasivos circulantes van a ser determinantes para una buena administración del capital de trabajo donde generalmente se utilizan para determinar el riesgo financiero por insolvencia, mientras mayor sea la solvencia de la empresa menor será la probabilidad de no pagar las deudas adquiridas en el proceso (Navarro et al., 2018).

2.2.4.1.2 Razón Corriente

Este indicador establece la capacidad que tiene la empresa para cubrir sus obligaciones a corto plazo; para que se determine que el negocio tiene liquidez el resultado tiene que ser mayor a 1, y mientras este resultado sea cada vez mayor, significa que la organización goza de una saludable liquidez (Soto et al., 2017, p. 36).

Por otro lado, Quiroz et al., (2019, p. 51) denominan que es aquella capacidad de activos que posee una empresa con la finalidad de que estos se vuelvan líquidos en un corto periodo permitiéndole a la empresa poder pagar sus obligaciones a tiempo.

Es así que, la razón corriente “es un indicador de la liquidez o de la fragilidad financiera de una empresa en un momento dado, por lo que las empresas se veían en la obligación de adquirir más deuda” (Gil et al., 2018, p. 322).

2.2.4.1.3 Razón Rápida

“La prueba ácida es una medición más exigente por cuanto no se consideran las existencias o inventarios, ya que tienen menor liquidez que los otros componentes del activo corriente” (Molina et al., 2018)

Es importante conocer los resultados de dichos ratios en cada período, porque cuando este resulta menor a la unidad, significa que la organización carece de efectivo para hacer frente a sus obligaciones al corto plazo, mientras que si es mayor a 1, entonces tiene un excedente que le permite realizar inversiones, que se traducen en mayor liquidez, capacidad de endeudamiento y sobre todo incrementar la rentabilidad de manera sostenida (Nolazco et al., 2020, pp. 2–3).

2.2.4.2 Rentabilidad

“La rentabilidad puede considerarse, a nivel general, como la capacidad o aptitud de la empresa para generar un excedente, partiendo de un conjunto de inversiones efectuadas” (Freire et al., 2019).

“Los indicadores de rentabilidad representan una medida referida a un determinado período del rendimiento obtenido por los capitales propios, generalmente con independencia de la distribución del resultado” (Caiza et al., 2020, p. 8).

2.2.4.2.1 Razón de margen de utilidad bruta

El margen de utilidad bruta se considera una medida financiera empleada para medir la salud financiera organizacional. Indica el porcentaje en los fondos posteriormente disponibles a la eliminación del costo en los servicios prestados; teniendo como fuente los ingresos. Cuanto mayor sea su porcentaje, mayor es la cuantía en los fondos disponibles para reinvertir (Belloso et al., 2021, p. 93).

Se define que esta razón “establece el porcentaje de la utilidad bruta con respecto a las ventas realizadas. Indica el porcentaje de ganancia disponible después de deducir los costos que generaron los ingresos” (Landeo et al., 2022, p. 326).

2.2.4.2.2 Razón de margen de utilidad operativa.

De acuerdo con Rivera (2021) Los ratios de margen de utilidad operativa abarcan aquellos costos y gastos que se ven reflejados en los resultados de la utilidad. Es decir que representa las ganancias por las ventas realizadas una vez cubiertos los costos y gastos de la empresa, sin tomar en consideración los intereses e impuestos.

“El margen operacional constituye la utilidad descontando de los ingresos por venta los costos de venta y además tomando en cuenta los impuestos, constituyéndose como una utilidad un poco más cerca de la realidad para la entidad”(Molina et al., 2018, p. 14).

2.2.4.2.3 Razón de margen de utilidad neta

“Este indicador mide el porcentaje que ha quedado de cada unidad monetaria por las ventas después de retirar todos los costos y gastos, incluyendo los intereses, los impuestos y los dividendos de acciones preferentes” (Rea et al., 2020, p. 55).

Se establece como la proporción asociadas a las utilidades; donde se evidencia la eficiencia organizacional para que los ingresos obtenidos se establezcan como ganancias. Las proporciones determinadas en el margen de utilidad muestran las ganancias generadas por la empresa al generar las ventas (Belloso et al., 2021, p. 94).

2.2.4.2.4 Rendimiento sobre activos

Se trata del retorno de activos, también reconocido por sus siglas en inglés ROA *Return On Assets*, permite conocer la productividad con la que se utilizan la totalización de los activos de la entidad, sin tomar en consideración el financiamiento.

En concordancia con lo planteado, Ayón et. al., (2020) mencionan que si el resultado de aplicar este indicador es altamente positivo significa que se están utilizando de forma eficaz los recursos controlados de la empresa, caso contrario indica que no se está sacando provecho de los mismos y por lo tanto no están teniendo el rendimiento esperado.

Así, este se constituye como un indicador básico para juzgar la eficiencia empresarial, pues al no considerar las implicancias de financiamiento permite ver qué tan eficiente o viable ha resultado en el ámbito del desarrollo de su actividad económica o gestión productiva (Flores, 2019, p. 67).

2.2.4.2.5 Rendimiento sobre Patrimonio

Este indicador es conocido principalmente por sus siglas ROE que se traducen del inglés como *Return On Equity*, considerada también como rentabilidad financiera, este ratio representa la forma en que será retribuido el aporte de capital. “El rendimiento de capital social mide el beneficio percibido sobre la inversión de los propietarios. Por lo general, cuanto más alto resulte ser este valor, tanto mejor para los accionistas” (Belloso et al., 2021).

Esta ratio mide el rendimiento ganado sobre las inversiones que han sido realizadas por los accionistas comunes de la empresa, generalmente a un mayor rendimiento sobre el patrimonio, mejores son los resultados obtenidos para los accionistas (Rea et al., 2020, p. 55).

CAPITULO III: PROCESO METODOLÓGICO

3.1 Diseño de la investigación seleccionada

3.1.1 Modalidades básicas de investigación

La investigación científica es, por su naturaleza, un conocimiento de tipo instrumental, es un saber hacer con el conocimiento, disciplinar para producir ideas-constructos nuevos, modelos teóricos, procesos de innovación, en definitiva, evidencia teórica y empírica que contribuya a una mejor comprensión de la realidad y facilite la detección y resolución de problemas concretos (Reyes, 2022).

Es por ello que se determina que la investigación científica se convierte en una rama esencial relacionada con la realidad y el conocimiento dentro de un mismo entorno cultural y social.

Es así que la misma consiste en un procedimiento ordenado y sistemático de observación mediante el cual a través de la aplicación de distintas modalidades y métodos se pretende realizar un estudio, examen o análisis en relación a un tema con el fin de poder ampliar de manera exhaustiva el desarrollo de este.

Partiendo de la definición en cuanto a lo que representa la investigación científica, se ha podido determinar que el presente trabajo investigativo se desarrolla de forma metódica a través de las modalidades de tipo cualitativo y cuantitativo.

Por enfoque cualitativo, Sánchez (2019) menciona que éste “se sustenta en evidencias que se orientan más hacia la descripción profunda del fenómeno con la finalidad de comprenderlo y explicarlo a través de la aplicación de métodos y técnicas”(p. 104). Y por otro lado la investigación cuantitativa consiste en una recolección y medición de datos numéricos.

La investigación bajo el enfoque cuantitativo se denomina así porque trata con fenómenos que se pueden medir, esto es, (que se les puede asignar un número o valor) a través de la utilización de técnicas estadísticas para el análisis de los datos recogidos, su propósito más importante radica en la descripción, explicación, predicción y control objetivo de sus causas y la predicción de su ocurrencia a partir del desvelamiento de las mismas (Sánchez, 2019, p. 104).

En relación a lo antes mencionado, se puede plantear que las modalidades cualitativa y cuantitativa serán utilizadas en correlación al análisis de los estados financieros que se realizará dentro del presente estudio, así como la implementación de instrumentos, fórmulas y datos numéricos que permitan a su vez obtener e interpretar los resultados económicos.

3.1.2 Metodología de la investigación

Método Empírico

Este método se basa principalmente en la experiencia, de acuerdo con Ávila et al., (2020) “el objeto del conocimiento se refleja desde el punto de vista de las propiedades y relaciones accesibles a la contemplación sensorial; la observación y el experimento constituyen la base empírica de lo que arranca la cognición en su movimiento ulterior” (p. 63).

Por lo tanto, se emplea este método dentro de la presente investigación al momento de poner en práctica todo el conocimiento adquirido a través de la experiencia obtenida e impartida por los estudios universitarios.

Método de Observación

“Los métodos de observación permiten obtener un registro del comportamiento en el momento en que sucede, por lo que no se incurre en errores y hay mayor exactitud para registrar la información” (Piza et al., 2019, p. 457). Es así que como instrumento de observación se aplicará una entrevista al personal correspondiente, proporcionando información de forma directa y confiable.

Método Analítico

“El análisis es un procedimiento lógico que posibilita descomponer mentalmente un todo en sus partes y cualidades, en sus múltiples relaciones, propiedades y componentes. Permite estudiar el comportamiento de cada parte” (Rodríguez & Pérez, 2017, p. 186).

De tal manera que se implementa este método al realizar un estudio y análisis a los estados contables de la empresa Colormarket Cía. Ltda. mediante indicadores financieros que permitan conocer cuáles fueron las cuentas que tuvieron más afectación durante la pandemia.

Método Descriptivo

“Es aquel que utiliza el método de análisis, se logra caracterizar un objeto de estudio o una situación concreta, señalar sus características y propiedades” (Ortega, 2017, p. 146). Por ello esta metodología en conjunto con los métodos anteriores permitirá describir y detallar el comportamiento financiero de la empresa Colormarket Cía. Ltda. tras la pandemia por el COVID19.

3.1.3 Análisis de factibilidad de la investigación

Resulta factible llevar a cabo el presente trabajo de titulación debido a que se cuenta con aquellos recursos esenciales e indispensables para la ejecución del análisis de casos de la empresa Colormarket Cía. Ltda.

Como principal recurso la entidad pone a disposición su información contable y personal administrativo ante cualquier requerimiento solicitado durante el proceso investigativo en cuanto a información relevante que posibilite obtener hallazgos significativos para la revelación de resultados sustanciales.

En cuanto el desarrollo de la investigación, como recurso tecnológico se hace uso de la plataforma digital de la Superintendencia de Compañías, así como también de recursos adicionales como un computador, acceso a internet y el programa Microsoft Office Excel para la aplicación de cálculos, fórmulas, datos numéricos, gráficos estadísticos. Además, también se cuenta con los recursos monetarios que permitan cubrir con los gastos que se incurran.

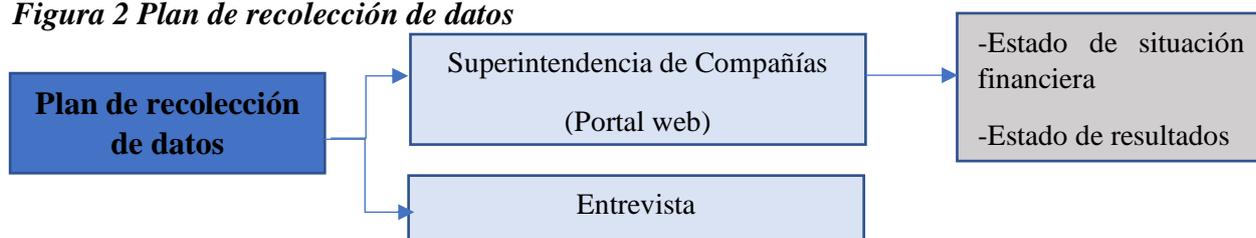
3.2 Proceso de recolección de datos de la investigación

3.2.1 Plan de recolección de la información

Para la ejecución de cualquier investigación es primordial realizar una recolección de datos puesto que se requiere de bases sustentadas y hechos corroborados que permitan obtener resultados veraces, es por ello que este proceso es esencial en la construcción de toda aquella información originada por la compañía. De tal forma que la recopilación de información y la selección de los métodos a implementar para la obtención de resultados, se convierte en una ardua labor al momento de realizar una investigación.

Es así que para ello se debe elaborar un plan que se conforme de dos partes: recolección de información y procesamiento de dicha información.

Figura 2 Plan de recolección de datos



Elaborado por: Arteaga Andrea & Collaguazo Mishel

Dentro del plan de recolección de datos se utiliza una de las plataformas más esenciales a nivel empresarial como lo es la Superintendencia de compañías, la cual proporciona un portal web de fácil accesibilidad y rápida interacción que permite obtener información tanto financiera como contable de todas aquellas empresas suscritas y reguladas por este ente. De tal forma que a través de la utilización de esta plataforma se pretende extraer los estados financieros de la empresa Colormarket Cía. Ltda. para el respectivo análisis y aplicación de indicadores financieros.

Por otro lado, también se ha implementado la utilización de técnicas e instrumentos de alcance informativo como lo es la entrevista, esta consiste en “un diálogo que es una mezcla de conversación con preguntas insertadas. La mayoría de las definiciones señalan de manera bastante simple que una entrevista es una conversación hecha con un propósito, y este propósito es la obtención de información” (Zhang, 2020, p. 9), permitiendo así una recolección de datos mucho más explicativos y específicos.

Para la aplicación de la entrevista es importante conocer los diferentes tipos que existen de la misma, pudiéndose identificar como las más utilizadas aquellas de profundidad, semi estructuradas, informales y abiertas estandarizadas, de las cuales se ha podido precisar que el tipo de entrevista al que se encuentra sujeto el presente trabajo de investigación es la “de profundidad”, misma que implica “hacer preguntas, escuchar y registrar las respuestas y después, hacer otras preguntas que amplíen un tema en particular. Las preguntas son abiertas y los entrevistados deben expresar sus percepciones con sus propias palabras” (Cadena et al., 2017, p. 1613).

Una vez habiéndose delimitado y formulado los puntos más esenciales de la entrevista, se procederá por medio de este instrumento a la obtención de información relevante y esencial por parte de las autoridades competentes de la empresa Colormarket Cía. Ltda., teniendo en calidad de gerente al Ing. Cesar Pizarro Huanca y como persona encargada del área contable a la Ing. Gladys Ortega, quienes estarán prestos a proporcionar las respuestas necesarias y adecuadas para despejar cualquier duda e inquietud.

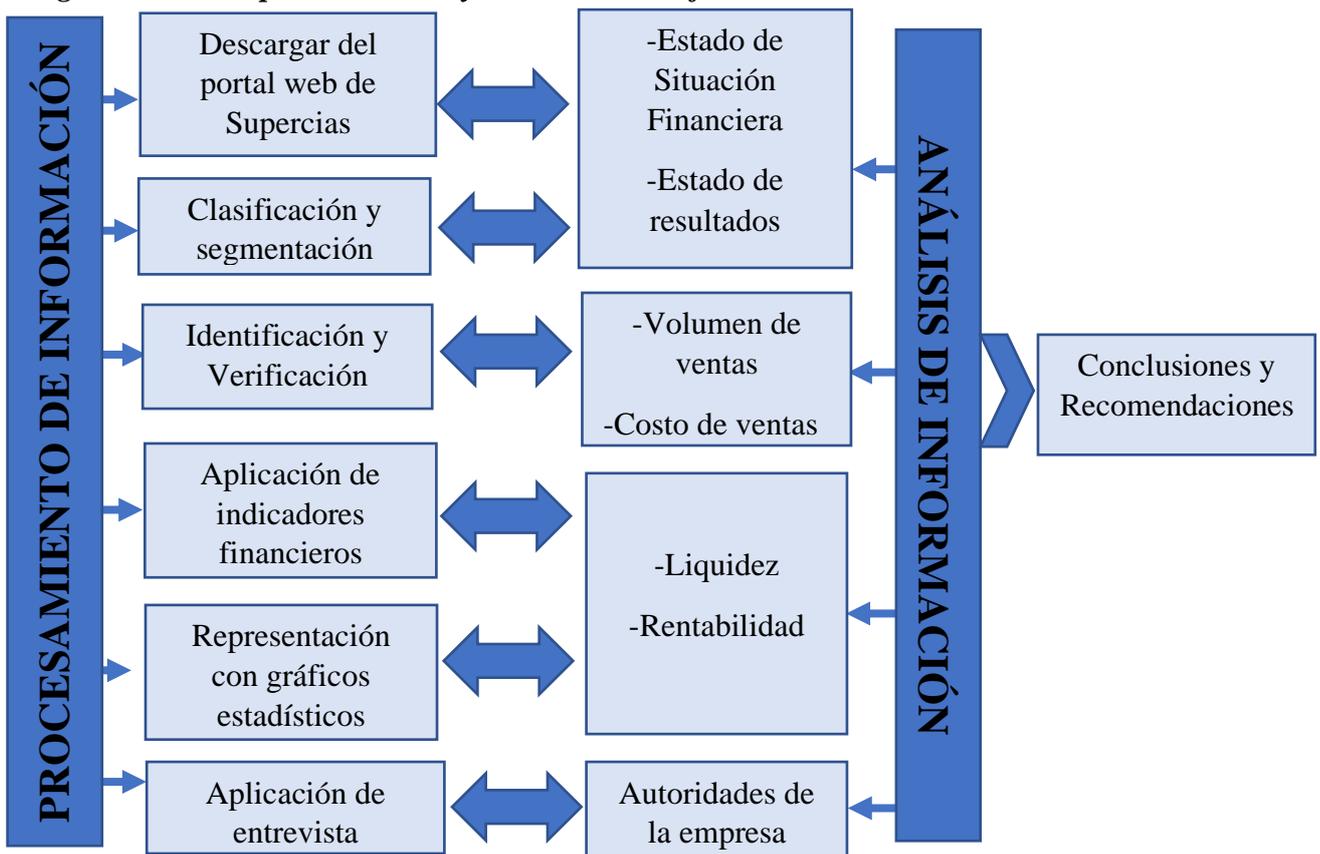
3.2.2 Plan de procesamiento y análisis de la información

Una vez completada la recolección de datos expuesta en el punto anterior, se prosigue con el procesamiento de la información para lograr la obtención de resultados y posteriormente llevar a cabo el análisis de cada uno de ellos para la comprensión e interpretación de los mismos y a su vez establecer las conclusiones pertinentes.

Es así que para la ejecución de este punto es importante elaborar un plan que especifique cada uno de los pasos a seguir, por ello se presenta el siguiente plan de procesamiento y análisis de la información:

- Extracción del balance general y estado de resultados de los períodos 2019, 2020 y 2021 de la empresa a través del portal web de la Superintendencia de Compañías.
- Clasificación y segmentación de los estados financieros extraídos
- Identificación del volumen de ventas y verificación de los costos de venta mediante la interpretación y análisis comparativo de los resultados entre los distintos períodos.
- Aplicación de los indicadores financieros seleccionados: liquidez y rentabilidad
- Representación e interpretación de los resultados obtenidos de los indicadores financieros a través de gráficos estadísticos.
- Aplicación de la entrevista a las autoridades correspondientes de la empresa Colormarket Cía. Ltda.
- Análisis de la información obtenida a través de los instrumentos financieros y la entrevista.
- Redacción de conclusiones y recomendaciones de acuerdo a los objetivos planteados al inicio de la investigación.

Figura 3 Plan de procesamiento y análisis de la información



Elaborado por: Arteaga Andrea & Collaguazo Mishel

Indicadores financieros

Para la ejecución del presente trabajo de investigación se aplicarán los indicadores financieros de liquidez y rentabilidad para determinar el flujo económico y el rendimiento de la empresa Colormarket Cía. Ltda., permitiendo conocer más a fondo la situación financiera en la que se encuentra la misma.

Tabla 1 Indicadores de Liquidez

RAZÓN FINANCIERA	INDICADOR	FÓRMULAS
Liquidez: “Es una propiedad de medición de los activos circulantes que ayuda en la toma de decisiones de inversión y financieras” (Gutiérrez & Tapia, 2020, p. 11).	Capital Neto de Trabajo	Activo corriente – Pasivo corriente
	Razón Corriente	$\frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$
	Prueba Ácida	$\frac{\text{Activo corriente} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivo corriente}}$

Elaborado por: Arteaga Andrea & Collaguazo Mishel

Fuente: (Gitman & Zutter, 2016)

Tabla 2 Indicadores de Rentabilidad

RAZÓN FINANCIERA	INDICADOR	FÓRMULAS
Rentabilidad: “Es una medida de eficiencia que permite conocer el rendimiento de lo invertido al realizar una serie de actividades y se relaciona con las ventas de una empresa, los activos y el fondo aportado por los propietarios, generando liquidez” (Gutiérrez & Tapia, 2020, p. 15).	Margen de utilidad bruta	$\left(\frac{\text{Utilidad bruta}}{\text{Ventas totales}}\right) * 100$
	Margen de utilidad operativa	$\left(\frac{\text{Utilidad operacional}}{\text{Ventas totales}}\right) * 100$
	Margen de utilidad neta	$\left(\frac{\text{Utilidad del ejercicio}}{\text{Ventas totales}}\right) * 100$
	Rendimiento sobre activos	$\left(\frac{\text{Utilidad del ejercicio}}{\text{Activos totales}}\right) * 100$
	Rendimiento sobre patrimonio	$\left(\frac{\text{Utilidad del ejercicio}}{\text{Patrimonio total}}\right) * 100$

Elaborado por: Arteaga Andrea & Collaguazo Mishel

Fuente: (Gitman & Zutter, 2016)

3.3 Sistema de categorización en el análisis de datos

3.3.1 Aplicación de instrumentos

-Estados Financieros

Tabla 3 Estado de Situación Financiera empresa Colormarket Cía. Ltda. período 2019-2020-2021

COLORMARKET CIA.LTDA.			
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA			
PERÍODOS 2019-2020-2021			
EXPRESADO EN MILES DE DÓLARES			
CUENTA	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021
ACTIVO	292.838,53	290.698,68	294.710,47
Activo Corriente	259.083,63	260.889,50	268.540,58
Efectivo Y Equivalente De Efectivo	54.126,20	26.519,58	21.075,61
Caja	4.563,25	3.547,62	4.569,87
Bancos	46.576,41	21.987,40	15.251,07
Depósitos En Transito	2.986,54	984,56	1.254,67
Cuentas Y Documentos Por Cobrar Clientes Relacionados	9.283,61	982,09	5.483,28
Cuentas Por Cobrar Relacionadas Locales	9.283,61	982,09	5.483,28
Cuentas Y Documentos Por Cobrar Clientes No Relacionados	37.711,68	36.997,97	21.303,24
Cuentas Por Cobrar No Relacionadas Locales	37.711,68	36.997,97	21.303,24
Otras Cuentas y Documentos por cobrar Corrientes		868,46	13,44
Locales		868,46	13,44
Provisión Por Cuentas Incobrables	-2.759,22	-1.638,61	-1.638,61
Provisión Por Cuentas Incobrables -	-2.759,22	-1.638,61	-1.638,61
Activos por Impuesto Corriente	4.704,18	11.900,09	13.064,63
Crédito Tributario (IVA)		3.357,64	5.128,68
Crédito Tributario (Impuesto a la Renta)	2.968,79	3.445,49	2.864,82
Otros	1.735,39	5.096,96	5.071,13
Inventarios	156.017,18	183.078,22	208.422,06
Mercadería en Transito	8,36		
Inventario de Productos en Proceso	156.008,82		
Inventario de Prod. Term. y Mercad. en almacén		183.078,22	208.422,06
Gastos Pagados por Anticipados (Prepagados)		2.181,70	816,93
Otros		2.181,70	816,93
Activos No Corrientes	33.754,90	29.809,18	26.169,89

Propiedad, Planta y Equipo	33.475,86	46.843,48	46.843,48
Maquinaria y Equipo	2.328,57	2.328,57	2.328,57
Muebles y Enseres	5.546,84	6.127,20	6.127,20
Equipo de Computo	1.857,61	1.277,25	1.277,25
Vehículo	37.110,46	37.110,46	37.110,46
Depreciación Acumulada de Propiedad Planta y Equipo	-13.367,62	-17.313,34	-20.952,63
(-) Depreciación Acumulada de Propiedad Planta y Equipo	-13.367,62	-17.313,34	-20.952,63
Activos Financieros No Corrientes	279,04	279,04	279,04
Activo por impuesto Diferido	279,04	279,04	279,04
PASIVO	234.027,77	263.050,99	258.542,38
Pasivo Corriente	123.708,77	191.065,31	169.485,22
Cuentas y Documentos por Pagar Relacionados	6.910,33		34.143,47
Proveedores Locales	6.910,33		34.143,47
Cuentas y Documentos por Pagar No Relacionados	100.877,71	158.852,28	88.536,97
Proveedores Locales	100.877,71	158.852,28	88.536,97
Otras Cuentas y Documentos por Pagar Relacionados	2.499,74	2.596,93	2.038,86
Locales	2.499,74	2.596,93	2.038,86
Otros Pasivos Financieros		2.671,60	
Impuesto A La Renta Por Pagar Del Ejercicio		2.671,60	
Pasivos Corrientes por Beneficio a los Empleados	4.449,21	3.089,66	2.754,97
Participación Trabajadores por pagar del Ejercicio	746,84	1.167,81	1.875,84
Obligaciones con el IESS	1.608,52	574,52	97,21
Otros pasivos corrientes por beneficios a empleados	2.093,85	1.347,33	781,92
Pasivos por Ingresos Diferidos	3.878,59	20.436,08	37.596,92
Anticipo Clientes	3.878,59	20.436,08	37.596,92
Otros Pasivos Corrientes	5.093,19	3.418,76	4.414,03
Otros	5.093,19	3.418,76	4.414,03
Pasivo No Corriente	110.319,00	71.985,68	89.057,16
Cuentas y Documentos por Pagar Comerciales Relacionados	38.172,20		
Locales	38.172,20		
Cuentas y Documentos por Pagar Comerciales No Relacionados			25.650,24
Locales			25.650,24
Otras Cuentas y Documentos por Pagar Relacionados		751,80	
Locales		751,80	

Obligaciones con Instituciones Financieras No Relacionadas	68.103,28	69.432,59	60.068,14
Locales	68.103,28	69.432,59	60.068,14
Pasivos No Corrientes por Beneficio a los Empleados	4.043,52	1.801,29	772,48
Desahucio	737,52	422,35	206,41
Jubilación Patronal	3.306,00	1.378,94	566,07
Otros Pasivos No Corrientes			2.566,30
Otros			2.566,30
PATRIMONIO	58.810,76	27.647,69	36.168,09
Capital Suscrito o Asignado	20.400,00	20.400,00	20.400,00
Capital Suscrito o Asignado-	20.400,00	20.400,00	20.400,00
Reservas Legales	2.950,64	2.950,64	2.950,64
Reservas Legales-	2.950,64	2.950,64	2.950,64
Otros Resultados Integrales Acumulados	279,06	279,04	279,04
Actuariales	279,06	279,04	279,04
Ganancias Acumuladas	35.181,06	4.018,01	12.538,41
Ganancias Acumuladas Períodos Anteriores	32.530,41		4.018,01
Resultados del Ejercicio	2.650,65	4.018,01	8.520,40
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	292.838,53	290.698,68	294.710,47

Fuente: (Superintendencia de Compañías, 2022)

Tabla 4 Estado de Resultados empresa Colormarket Cía. Ltda. períodos 2019-2020-2021

COLORMARKET CIA.LTDA.			
ESTADO DE RESULTADOS			
PERÍODOS 2019-2020-2021			
EXPRESADO EN MILES DE DÓLARES			
CUENTA	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021
INGRESOS	457.166,95	465.540,75	541.251,10
Ingresos Por Actividades Ordinarias	450.765,59	452.988,78	539.497,57
Ventas De Bienes	450.765,59	452.988,78	539.497,57
Ventas Tarifa 12%	448.715,04	452.202,66	538.711,05
Ventas Tarifa 0%	2.050,55	786,12	786,52
Ingresos No Operacionales	6.401,36	12.551,97	1.753,53
Otras Rentas	30,54		

Descuentos Ganados	5.458,21		
Otros Ingresos	41,52		
Otros Ingresos	41,52		
Ganancias Netas Por Reversiones De Provisiones	871,09	6.441,58	
Otras		3.460,47	
Ganancias Netas Por Reversiones De Pasivos Por Beneficios de Empleados	871,09	2.981,11	1.753,53
Jubilación Patronal y Desahucio	871,09	2.981,11	1.753,53
Por Desembolsos de Seguros		6.110,39	
Provenientes del Exterior		6.110,39	
Otros		6.110,39	
EGRESOS	452.188,01	457.755,38	528.745,51
Costos de Ventas y Producción	365.935,65	378.944,34	429.738,32
Costo de Venta Mercaderías	365.935,65	378.944,34	429.738,32
Inventario Inicial de Bienes No producidos por el Sujeto Pasivo	142.106,02	156.017,18	183.078,22
Compras Bienes Locales de Bienes No Producidos	379.846,81	405.266,50	455.082,16
(-) Inventario Final de Bienes No Producidos	-156.017,18	-183.078,22	-208.422,06
(+/-) Ajuste		738,88	
Gastos	86.252,36	78.811,04	99.007,19
Gasto De Ventas	25.533,40	20.557,70	10.534,81
Sueldo Salarios Y Demas Remuneraciones	18.282,41	14.504,12	7.422,00
Sueldos Y Salarios	18.282,41	14.504,12	7.422,00
Aporte A La Seguridad Social	3.744,73	2.538,41	1.520,31
Aporte Patronal	1.919,22	1.354,12	948,63
Fondo De Reserva	1.735,97	1.105,84	320,56
IECE Y SECAP	89,54	78,45	251,12

Beneficio Sociales E Indemnizaciones	3.506,26	3.515,17	1.592,50
Décimo Tercero Sueldo	1.896,50	1.744,28	578,46
Décimo Cuarto Sueldo	1.103,50	1.246,24	625,89
Vacaciones	506,26	524,65	388,15
Gasto De Administración	52.081,81	50.379,80	75.953,25
Honorarios Comisiones Y Dietas A Personas	2.905,55	2.444,42	2.624,42
Honorarios Profesionales	2.905,55	2.444,42	2.624,42
Beneficio Sociales E Indemnizaciones	1.516,91	1.458,30	997,63
Jubilación Patronal	941,00	916,61	285,82
Desahucio	575,91	541,69	711,81
Gastos por Depreciación	2.122,45	3.945,72	3.639,29
No acelerada	2.122,45	3.945,72	3.639,29
Gastos de Provisiones	163,83	4.596,13	7.598,07
Otros	163,83	4.596,13	7.598,07
Promoción Y Publicidad	4.136,86	3.487,53	2.889,64
Publicidad	4.136,86	3.487,53	2.889,64
Transporte	129,32	119,60	100,69
Transporte	129,32	119,60	100,69
Gastos Varios Del Vehículo	2.645,30	2.463,63	3.436,84
Combustible Y Lubricantes	2.645,30	2.463,63	3.436,84
Arriendos Operativos	6.521,76	4.891,32	7.065,24
Arriendos	6.521,76	4.891,32	7.065,24
Suministros, Materiales Y Otros Gastos	295,82	265,60	1.301,52
Suministros, Herramientas, Materiales y Repuestos	295,82	265,60	1.301,52
Mantenimiento y Reparaciones	17.928,75	12.258,00	20.690,92

Mantenimiento	17.928,75	12.258,00	20.690,92
Seguros y Reaseguros	1.013,96	864,20	768,00
Primas y Cesiones	1.013,96	864,20	768,00
Impuestos Contribuciones Y Otros	1.034,39	414,66	2.154,98
Matricula De Vehículo	288,57	414,66	598,45
Permiso De Funcionamiento Y Otros	745,82		1.556,53
Operaciones de Regalías, Servicio Técnico, Administrativo, de consultoría y similares		7.645,78	6.483,11
Locales		5.760,00	5.760,00
Iva que se carga al Costo o al Gasto		1.885,78	723,11
Agua. Energía Eléctrica y Telecomunicaciones	986,13	811,37	778,70
Servicio de Energía Eléctrica	550,44	408,74	412,32
Servicio de Agua Potable	435,69	402,63	366,38
Otros Gastos Menores	10.680,78	4.713,54	15.424,20
Otros	10.680,78	4.713,54	15.424,20
Gasto De Financiero	8.637,15	7.873,54	12.519,13
Comisiones	1.660,81	1.497,29	1.834,03
Otros Gastos Financieros	1.642,80		
Intereses De Prestamos Financieros	5.333,54	6.376,25	10.664,08
Intereses a Terceros No Relacionados			21,02
Locales			21,02
Total Ingresos	457.166,95	465.540,75	541.251,10
Total Egresos	452.188,01	457.755,38	528.745,51
(A) Utilidad Operacional	4.978,94	7.785,37	12.505,59
(B) (-) 15% Utilidad a Trabajadores	746,84	1.167,81	1.875,84
(-) Otros ingresos Exentos de Impuestos a la Renta	871,09		

(+) Gastos No Deducible Locales	3.696,72	4.787,20	
(+) Participación Trabajadores Atribuibles a Ingresos Exentos	130,66		
(C) (-) Impuesto a la Renta causado	1.581,45	2.599,55	2.109,35
UTILIDAD DEL EJERCICIO	2.650,65	4.018,01	8.520,40

Fuente: (Superintendencia de Compañías, 2022)

-Identificación de Volumen de Ventas

Una vez detallado el estado de resultados, se puede identificar el volumen de ventas de Colormarket Cía. Ltda. durante los años 2019, 2020 y 2021, efectuando una comparación entre estos períodos para evidenciar la evolución de este rubro.

Tabla 5 Volumen de ventas de la empresa Colormarket Cía. Ltda.

VENTAS		
AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021
\$450.765,59	\$452.988,78	\$539.497,57

Elaborado por: Arteaga Andrea & Collaguazo Mishel

Figura 4 Análisis de Volumen de ventas de la empresa Colormarket Cía. Ltda.



Elaborado por: Arteaga Andrea & Collaguazo Mishel

Análisis e Interpretación:

La empresa Colormarket Cía. Ltda. al finalizar el período 2019 proyecta un volumen de ventas de **\$450.765,59**, que por el contrario para el año 2020 refleja un resultado de **\$452.988,78** de tal forma que se denota como las ventas han tenido un incremento de **\$2.223,19**, lo cual puede resaltar que la empresa a pesar de la emergencia sanitaria, logró aumentar sus ventas, implementando medidas de forma rápida que le permitieron continuar con sus actividades sin la necesidad de pausarlas por tanto tiempo. Así mismo para el último año se logra obtener un valor de **\$539.497,57** donde se percibe nuevamente un crecimiento favorable con respecto a los ingresos que ha obtenido la empresa de su actividad económica, evidentemente por el buen manejo de los inventarios, la cartera de clientes y a la calidad del servicio que brinda la entidad.

-Verificación de Costos de venta

Conforme lo presentado en los estados de resultados de Colormarket Cía. Ltda. durante los años 2019, 2020 y 2021, se procede a verificar los costos de venta contrastando los períodos estudiados y realizando un breve análisis.

Tabla 6 Costos de Venta de la empresa Colormarket Cía. Ltda.

COSTO DE VENTAS		
AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021
\$365.935,65	\$378.944,34	\$429.738,32

Elaborado por: Arteaga Andrea & Collaguazo Mishel

Figura 5 Análisis de los costos de venta de la empresa Colormarket Cía. Ltda.



Elaborado por: Arteaga Andrea & Collaguazo Mishel

Análisis e Interpretación:

Los costos de venta para el año 2019 resultan en **\$365.935,65** mientras que en el 2020 presentan **\$378.944,34** demostrando que hubo un incremento, esto debido principalmente a la incidencia que tuvo la pandemia en factores de transporte y logística, sin embargo, para el 2021 en contraste a los años anteriores se observa que los costos se elevaron significativamente más todavía, finalizando el período con **\$429.738,32**; de tal manera que se puede constatar como el COVID 19 afectó gravemente los costos de la mercadería y el riesgo que esto representó para la empresa, puesto que a su vez también aumentó el precio de venta al público, lo que dificultó la venta de los productos.

-Aplicación de Indicadores Financieros

A continuación, a partir de los estados financieros de la empresa Colormarket Cía. Ltda., se procede a la aplicación de los ratios financieros para la obtención de resultados cuantitativos, de la siguiente manera:

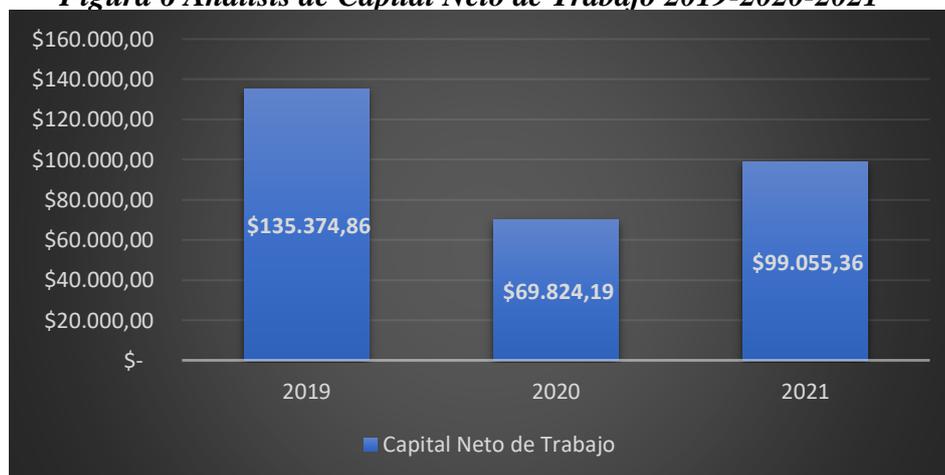
Indicadores de Liquidez:

Tabla 7 Cálculo de Capital Neto de Trabajo

Capital Neto de Trabajo		
(Activo corriente – Pasivo corriente)		
AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021
(259.083,63 – 123.708,77) = \$135.374,86	(260.889,50 – 191.065,31) = \$69.824,19	(268.540,58 – 169.485,22) = \$99.055,36

Elaborado por: Arteaga Andrea & Collaguazo Mishel

Figura 6 Análisis de Capital Neto de Trabajo 2019-2020-2021



Elaborado por: Arteaga Andrea & Collaguazo Mishel

Análisis e Interpretación:

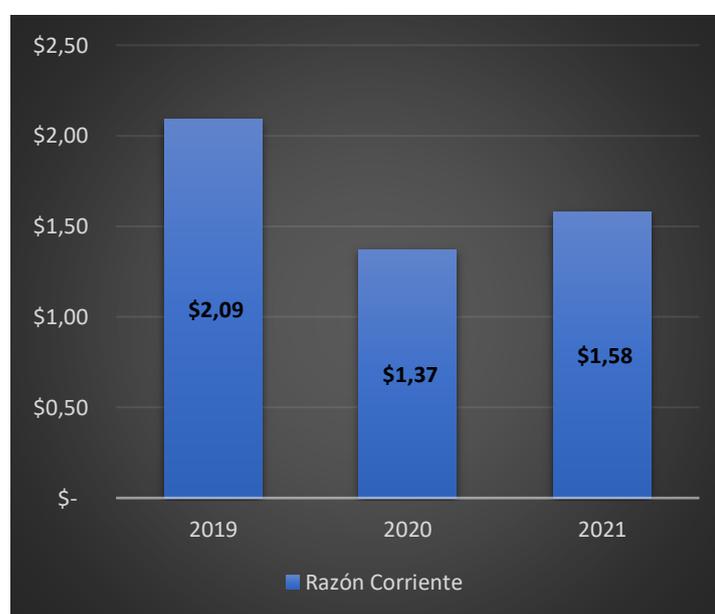
Según el indicador de Capital Neto de Trabajo aplicado en los balances generales de los períodos 2019-2020-2021 de la empresa Colormarket Cía. Ltda., se ha obtenido como resultado para el año 2019 un valor de **\$135.374,86**, al contrario que para el año 2020 presenta un valor de **\$69.824,19** en el cual se refleja un notorio decrecimiento a causa del impacto socioeconómico que trajo consigo el COVID 19, adquiriendo más obligaciones a corto plazo que ocasionaron un desequilibrio en la capacidad operativa de la empresa, sin embargo, para el período 2021 se puede observar un crecimiento favorable con un capital circulante de **\$99.055,36** que permitió llevar a cabo las actividades con efectividad.

Tabla 8 Cálculo de Razón Corriente

Razón Corriente		
<i>Activo corriente</i> <i>Pasivo Corriente</i>		
AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021
$\frac{259.083,63}{123.708,77} = \mathbf{\$2,09}$	$\frac{260.889,50}{191.065,31} = \mathbf{\$1,37}$	$\frac{268.540,58}{169.485,22} = \mathbf{\$1,58}$

Elaborado por: Arteaga Andrea & Collaguazo Mishel

Figura 7 Análisis de Razón Corriente 2019-2020-2021



Elaborado por: Arteaga Andrea & Collaguazo Mishel

Análisis e Interpretación:

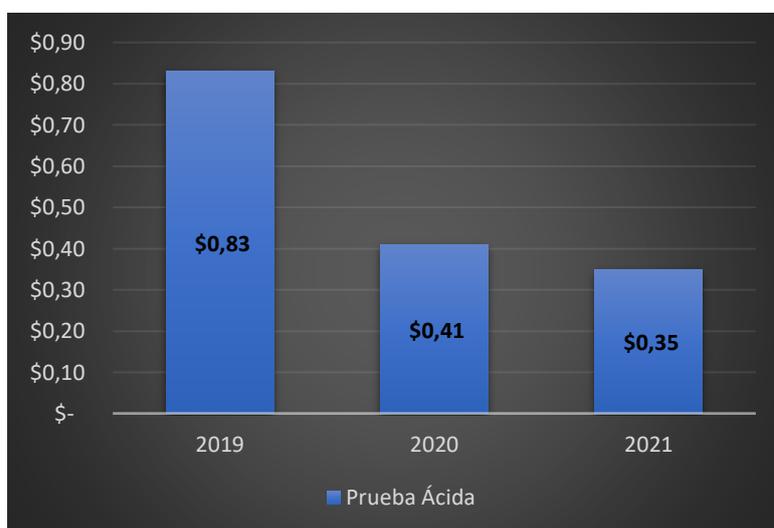
Según el indicador de Razón Corriente aplicado en los balances generales de los períodos 2019-2020-2021 de la empresa Colormarket Cía. Ltda., se ha logrado evidenciar que para el año 2019 se obtuvo **\$2,09** para solventar \$1,00 de obligaciones a corto plazo, no obstante, para el 2020 disminuyó el índice de liquidez a **\$1,37** posicionándose entre los rangos sugeridos existiendo una estabilización en su capacidad económica, mientras que para el año 2021 hubo un crecimiento de **\$1,58**, por lo que se determina que en este último período pese a que aún se contó con liquidez y fue adecuada, se considera que esto puede llegar a representar un exceso en el uso de los recursos lo que pone en riesgo a la empresa.

Tabla 9 Cálculo de Prueba Ácida

Prueba Ácida		
$\frac{\text{Activo corriente} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivo corriente}}$		
AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021
$\frac{259.083,63 - 156.017,18}{123.708,77} =$ =\$0,83	$\frac{260.889,50 - 183.078,22}{191.065,31} =$ =\$0,41	$\frac{268.540,58 - 208.422,06}{169.485,22} =$ =\$0,35

Elaborado por: Arteaga Andrea & Collaguazo Mishel

Figura 8 Análisis de Prueba Ácida



Elaborado por: Arteaga Andrea & Collaguazo Mishel

Análisis e Interpretación:

Según el indicador de Prueba Ácida aplicado en los balances correspondientes, se ha podido establecer para el año 2019 un resultado de **\$0,83 ctvs.** con respecto a los activos que generan más liquidez, sin embargo, en el 2020 se denota un evidente decrecimiento de **\$0,41 ctvs.**, reflejando de esta manera que la empresa no tiene solvencia, así mismo para el período 2021 se obtuvo una disminución mucho más drástica de **\$0,35 ctvs.**, donde se remarca una vez más la incapacidad que se tiene para poder liquidar sus pagos puesto que gran parte de los recursos, se encuentran invertidos específicamente en productos de baja rotación convirtiéndose en un inventario muerto.

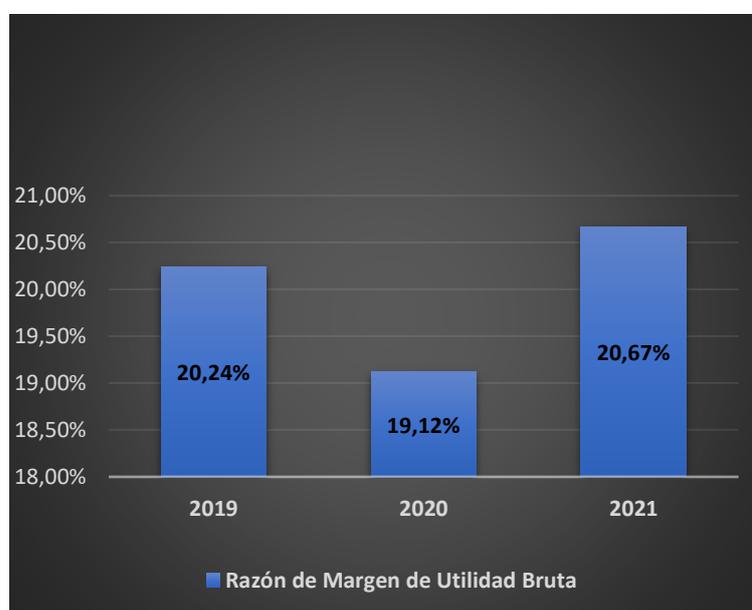
Indicadores de Rentabilidad:

Tabla 10 Cálculo de Razón de Margen de Utilidad Bruta

Razón de Margen de Utilidad Bruta		
$\left(\frac{\text{Utilidad bruta en ventas}}{\text{Ventas totales}} \right) * 100$		
AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021
$\left(\frac{91.231,30}{450.765,59} \right) * 100 =$ 20,24%	$\left(\frac{86.596,41}{452.988,78} \right) * 100 =$ 19,12%	$\left(\frac{111.512,78}{539.497,57} \right) * 100 =$ 20,67%

Elaborado por: Arteaga Andrea & Collaguazo Mishel

Figura 9 Análisis de Razón de Margen de Utilidad Bruta



Elaborado por: Arteaga Andrea & Collaguazo Mishel

Análisis e Interpretación:

Para el año 2019 la empresa presenta un margen de utilidad bruta del 20,24%, es decir que por cada dólar obtenido de ventas se obtiene 0,20 ctvs. de ganancia, en cambio para el 2020 estos beneficios económicos registraron un declive del 19,12% debido al aumento de los costos de venta por la dificultad que hubo al momento de adquirir mercadería durante la pandemia, obligando a la empresa a no subir sus precios para continuar con las ventas y mantener a sus clientes. Sin embargo, para el 2021 la utilidad bruta en relación a lo vendido durante este período, fue de 20,67%.

Tabla 11 Cálculo de Razón de Margen de Utilidad Operativa

Razón de Margen de Utilidad Operativa		
$\left(\frac{\text{Utilidad operacional}}{\text{Ventas totales}} \right) * 100$		
AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021
$\left(\frac{4.978,94}{450.765,59} \right) * 100 =$	$\left(\frac{7.785,37}{452.988,78} \right) * 100 =$	$\left(\frac{12.505,59}{539.497,57} \right) * 100 =$
1,10%	1,72%	2,32%

Elaborado por: Arteaga Andrea & Collaguazo Mishel

Figura 10 Análisis de Razón de Margen de Utilidad Operativa



Elaborado por: Arteaga Andrea & Collaguazo Mishel

Análisis e Interpretación:

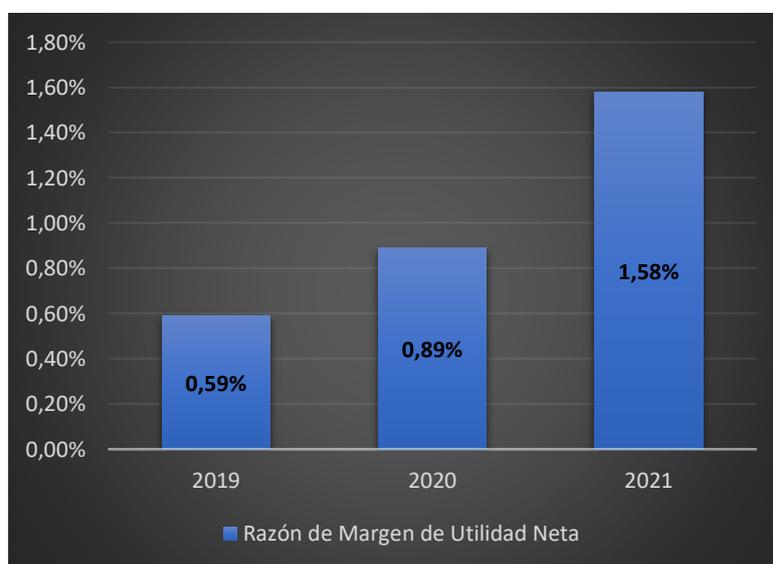
De acuerdo con la Razón de Margen de Utilidad Operativa aplicada a los Estados de Resultados de los períodos estudiados de la empresa Colormarket Cía. Ltda., se determina en el año 2019 un margen de ganancia operativa del **1,10%** que representa 0,01 ctvs. de utilidad por cada dólar de ventas, entendiéndose que los beneficios económicos que percibe la empresa son relativamente bajos mientras que para el año 2020 este se incrementa a un **1,72%**, de igual forma para el año 2021 se aumentó significativamente en un **2,32%**, por lo que se evidencia un incremento mínimo pero satisfactorio, a simple vista se puede deducir que esto se debe a una disminución de los costos y gastos en comparación al volumen de ingresos.

Tabla 12 Cálculo de Razón de Margen de Utilidad Neta

Razón de Margen de Utilidad Neta		
$\left(\frac{\text{Utilidad del Ejercicio}}{\text{Ventas totales}}\right) * 100$		
AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021
$\left(\frac{2.650,65}{450.765,59}\right) * 100=$	$\left(\frac{4.018,01}{452.988,78}\right) * 100=$	$\left(\frac{8.520,40}{539.497,57}\right) * 100=$
0,59%	0,89%	1,58%

Elaborado por: Arteaga Andrea & Collaguazo Mishel

Figura 11 Análisis de Razón de Margen de Utilidad Neta



Elaborado por: Arteaga Andrea & Collaguazo Mishel

Análisis e Interpretación:

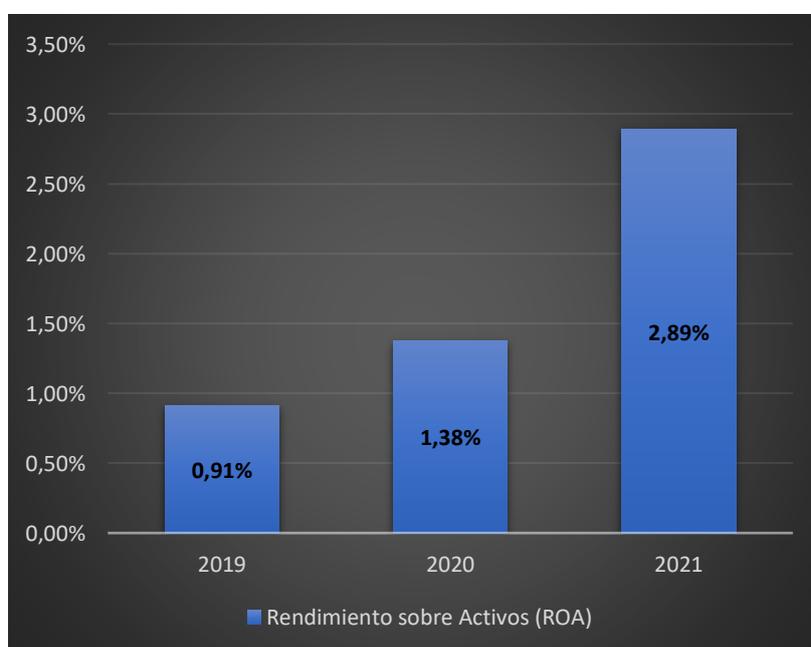
De acuerdo con la Razón de Margen de Utilidad Neta aplicada a los Estados de Resultados se marginó un **0,59%** de su ganancia neta para el año 2019, por otro lado para el período siguiente su incremento fue del 0,30% siendo su margen de ganancia del **0,89%**, mientras que en el 2021 se puede evidenciar que de igual manera existió un alto crecimiento en cuanto a sus ganancias con el **1,58%** sin embargo, este porcentaje aún no se encuentra dentro de las expectativas o propósitos de la empresa, disminuyendo la posibilidad de convertir sus ingresos en más beneficios e inversiones.

Tabla 13 Cálculo de Rendimiento sobre Activos

Rendimiento sobre Activos (ROA)		
$\left(\frac{\text{Utilidad del ejercicio}}{\text{Activos totales}} \right) * 100$		
AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021
$\left(\frac{2.650,65}{292.838,53} \right) * 100 =$	$\left(\frac{4.018,01}{290.698,68} \right) * 100 =$	$\left(\frac{8.520,40}{294.710,47} \right) * 100 =$
0,91%	1,38%	2,89%

Elaborado por: Arteaga Andrea & Collaguazo Mishel

Figura 12 Análisis de Rendimiento sobre Activos (ROA)



Elaborado por: Arteaga Andrea & Collaguazo Mishel

Análisis e Interpretación:

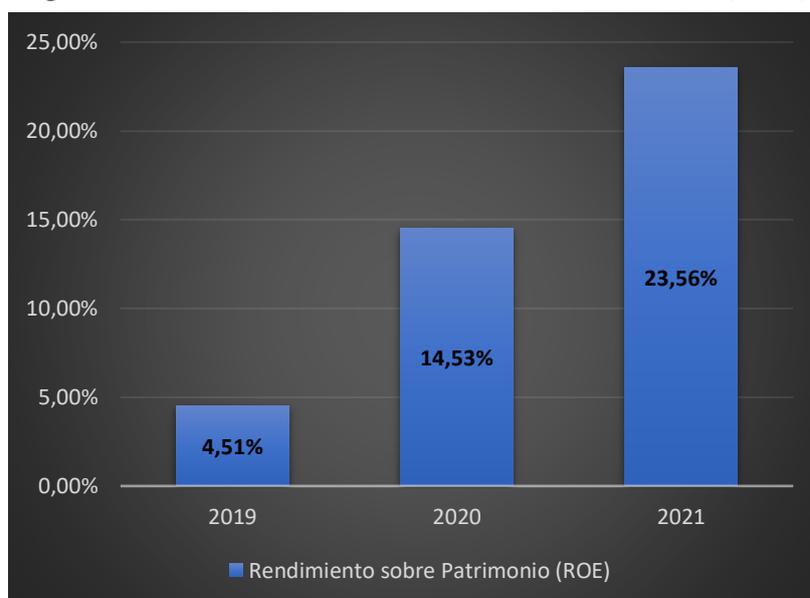
De acuerdo con el Rendimiento sobre Activos, se refleja para el período 2019 un **0,91%** con respecto a los beneficios que ha generado la empresa en relación a lo invertido en sus activos, por el contrario, para el 2020 se obtiene un **1,38%** evidenciándose un aumento en el ROA, mientras que para el 2021 este indicador se incrementó en un **2,89%** de lo cual se puede interpretar que cada vez existe un mejor manejo de activos para generar riqueza económica.

Tabla 14 Cálculo de Rendimiento sobre Patrimonio (ROE)

Rendimiento sobre Patrimonio (ROE)		
$\left(\frac{\text{Utilidad del ejercicio}}{\text{Patrimonio total}}\right) * 100$		
AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021
$\left(\frac{2.650,65}{58.810,76}\right) * 100=$	$\left(\frac{4.018,01}{27.647,69}\right) * 100=$	$\left(\frac{8.520,40}{36.168,09}\right) * 100=$
4,51%	14,53%	23,56%

Elaborado por: Arteaga Andrea & Collaguazo Mishel

Figura 13 Análisis de Rendimiento sobre Patrimonio (ROE)



Elaborado por: Arteaga Andrea & Collaguazo Mishel

Análisis e Interpretación:

Según el Rendimiento sobre Patrimonio se determina que en el período 2019 la capacidad para generar óptimas utilidades en relación a lo invertido en su patrimonio ha sido del **4,51%**, mientras que para el 2020 el ROE fue de **14,53%** lo que refleja un crecimiento notable en el manejo eficiente de sus recursos, esto debido a que la empresa tomó la decisión de acumular sus utilidades con el fin de invertirlas en otros recursos que generen mayor rentabilidad en los próximos períodos, por consiguiente para el año 2021 este indicador siguió incrementando progresivamente de tal forma que se obtiene como resultado un **23,56%** señalando que cada vez existen mayores beneficios económicos tanto para la empresa como para sus accionistas.

-Aplicación de la Entrevista

Es importante mencionar que una vez determinados los indicadores financieros es necesario emplear herramientas que proporcionen respuestas más específicas en cuanto a sus resultados, la aplicación de las entrevistas a las autoridades competentes también es esencial para constatar si la empresa es consciente de ciertas observaciones identificadas dentro del proceso de investigación, por tal razón se ha procedido a entrevistar al Gerente General y a la Contadora de la empresa Colormarket Cía. Ltda.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA



Tema de Investigación: “La liquidez y Rentabilidad de la empresa Colormarket Cía. Ltda. en la ciudad de Machala: Un desafío postpandemia”.

Objetivo: Analizar los flujos de liquidez y rentabilidad de la empresa Colormarket Cía. Ltda. en los períodos 2019-2020-2021 tras la emergencia sanitaria causada por el COVID19 a través de la aplicación de instrumentos financieros e información cualitativa con la finalidad de establecer conclusiones y recomendaciones que contribuyan en el futuro a una adecuada toma de decisiones.

Datos del entrevistado:

Nombre: Ing. César Pizarro

Cargo: Gerente General de la empresa Colormarket Cía. Ltda.

1. Tras la aparición del COVID_19, ¿Cuál cree usted que ha sido el mayor impacto económico que se ha provocado en la empresa?

Yo considero en realidad que la empresa no tuvo mayor impacto negativo, aunque durante la pandemia se estableció una pequeña pausa por un lapso de una semana, sin embargo, luego de este tiempo se retomaron las actividades resultando finalmente para la empresa un período fiscal excelente puesto que no bajaron las ventas.

2. ¿Cuáles fueron las medidas que usted tomó, en medio de un período fiscal tan caótico como lo fue el año 2020, que permitieron que la empresa se mantuviera a flote?

Principalmente se mantuvo con la política que se maneja siempre en la empresa de “no vender pintura sino vender un buen servicio” es así que durante el año 2020 se implementó la entrega a domicilio que nos permitió mantenernos a flote y a su vez seguir mejorando el servicio para nuestros clientes.

3. ¿Qué piensa usted acerca de la aplicación de los Indicadores Financieros como una herramienta para obtener información acerca de la situación económica de la empresa?

Hasta el momento los indicadores financieros aplicados en la empresa nos han permitido trabajar adecuadamente, ya que se tiene establecido un porcentaje de ganancia en el cual nosotros hemos fluctuado entre 1% menos o más del esperado, considerando realmente a estos indicadores como herramientas útiles que nos permiten tomar decisiones y continuar trabajando en pro de la empresa.

4. ¿Cuál es la capacidad que tiene su empresa para pagar sus deudas a corto plazo?

Pues soy consciente que la capacidad de mi empresa no es la más adecuada, sin embargo, considero que no tenemos problemas de liquidez porque no hemos tenido ningún inconveniente hasta el momento para cumplir con nuestras deudas a corto plazo.

5. ¿Cuáles son las fuentes de financiamiento principales que mantiene la empresa?

Nosotros tenemos como fuente de financiamiento: Banco Pichincha y Banco de Loja, que hasta el momento han permitido cubrir con ciertas deudas y contar con dinero para operar en la empresa.

6. ¿Cuál es el plazo con el que cuenta la empresa para liquidar sus deudas a proveedores?

En promedio, el plazo es de 60 días, esto depende del proveedor puesto que hay empresas que solicitan que les paguen a 30 días, algunas a 60 días y otras establecen como plazo máximo 120 días.

7. ¿Cuál es el tiempo que la empresa dispone a sus clientes para otorgar mercadería a crédito?

El plazo máximo que exige la empresa es de 30 días.

8. ¿Cree usted que es de beneficio para la empresa el contar con un elevado número de inventarios?

Pienso que tiene sus pros y contras, por un lado, resulta ser beneficioso para la empresa ya que lo vemos como una inversión a largo plazo, puesto que la mercadería es adquirida en temporadas bajas donde se obtienen con un mayor descuento permitiendo generar un margen de ganancia mucho más alto, aunque también sé que si me stockeo de inventario y luego no tengo la suficiente liquidez para pagarlo esto puede llegar a perjudicar a la empresa.

9. ¿Cómo administrador usted considera que su empresa es rentable?

Si considero que, si es rentable porque se han obtenido buenas ganancias hasta el momento y hemos podido solventar todas las deudas y a su vez crecido en el mercado.

10. ¿Cuál es el motivo de que exista un alto incremento en los costos de venta obtenidos en los tres últimos períodos fiscales?

En los períodos 2019 y 2020 no hubo gran diferencia en el incremento, sin embargo en el 2021 si comenzaron a elevarse los costos de forma precipitada en un alto porcentaje que hasta la actualidad está siendo difícil controlar, yo pienso que esto empezó incluso antes de la pandemia, por motivo de logística, transporte, se encarecieron los combustibles y embarques, claramente con lo del COVID esta situación empeoró aún más y esto provocó que cada vez se vayan subiendo más los costos hasta el punto en el que se haya salido de control.

11. Según su criterio profesional, ¿Considera usted que las utilidades generadas en los últimos tres períodos son óptimas para el continuo funcionamiento de la empresa?

Considero que no son óptimas, pero soy consciente de que han permitido a la empresa mantenerse económicamente entonces se puede determinar que las utilidades son ciertamente buenas, sin embargo, realmente podrían estar mucho mejor por ende se está trabajando en ello.

12. ¿Cuál considera usted que han sido los motivos en cuanto al crecimiento favorable del volumen de ventas en los períodos 2019, 2020 y 2021?

Considero que algunos de los motivos se deben a un mejor manejo del inventario, una correcta gestión con la cartera vencida de clientes y un buen control con respecto al giro de cheques y pago a proveedores, todo esto ha permitido mejorar las ventas de tal forma que las utilidades para el período 2021 han incrementado a diferencia del 2019 y 2020, también para este período 2022 se espera obtener mejores utilidades con un mayor porcentaje.

13. En la actualidad, ¿Piensa usted que la empresa se encuentra totalmente estable?

Actualmente considero que la empresa si se encuentra estable porque se ha estado realizando una buena gestión en cada uno de los departamentos, tales como contable, administrativo, de ventas, logístico y de bodega lo que nos ha permitido incrementar las ventas y generar buenas utilidades.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**



Tema de Investigación: “La liquidez y Rentabilidad de la empresa Colormarket Cía. Ltda. en la ciudad de Machala: Un desafío postpandemia”.

Objetivo: Analizar los flujos de liquidez y rentabilidad de la empresa Colormarket Cía. Ltda. en los períodos 2019-2020-2021 tras la emergencia sanitaria causada por el COVID19 a través de la aplicación de instrumentos financieros e información cualitativa con la finalidad de establecer conclusiones y recomendaciones que contribuyan en el futuro a una adecuada toma de decisiones.

Datos del entrevistado:

Nombre: Ing. Gladys Ortega

Cargo: Contadora de la empresa Colormarket Cía. Ltda.

1. Tras la aparición del COVID_19, ¿Cuál cree usted que ha sido el mayor impacto económico que se ha provocado en la empresa?

El aumento de las materias primas por parte de los proveedores por ende los costos de adquisición de la mercadería han incrementado y esto también ha elevado el valor del PVP para los clientes.

2. Dentro de la gestión contable, ¿Cuáles son los indicadores Financieros que le permiten a usted un mayor asesoramiento económico en cuánto a las decisiones a tomar dentro de la empresa?

Los indicadores que se aplican dentro de la gestión contable de la empresa son los de: Liquidez y endeudamiento.

3. De acuerdo al indicador de liquidez aplicado en los estados financieros de su empresa en los períodos 2019, 2020 y 2021, se ha determinado que la misma no tiene un alto grado de liquidez adecuada ¿Por qué cree usted que esto ocurre?

Porque si se revisan las compras que se realizan anualmente se puede evidenciar que se hacen compras puntuales que comprometen la liquidez, esto debido a que la empresa utiliza sus recursos

para adquirir gran cantidad de mercadería con el fin de obtener mejores descuentos a su vez también se pretende mejorar el margen de rentabilidad y cubrir los gastos. Por esta razón liquidez como tal no hay, sin embargo, se cuenta con un alto inventario.

4. ¿Cómo se gestiona el efectivo y sus equivalentes para cubrir a tiempo con las obligaciones a corto plazo?

Se realiza un flujo de pagos, donde se hace una proyección con el efectivo y equivalente acerca de cuánto va recibir la empresa semanalmente y en base a eso se giran los cheques para los proveedores, por ejemplo, si en la semana yo estimo recibir \$5.000, no giro sobre esa cantidad sino un valor menor a esta, siempre dejando un 10% como margen de error por cualquier inconveniente que pueda presentarse.

5. En cuanto a la mercadería adquirida por la empresa ¿Cuál es la frecuencia con la que se rota la misma?

El período de rotación de la mercadería en la empresa es de tres meses, es decir 90 días.

6. ¿Por qué existe un elevado valor monetario en la cuenta de inventarios en los tres últimos períodos?

Eso se debe a que el inventario está en físico y tenemos un listado de 2.000 ítems donde no todos son de alto movimiento, de esos 2000 ítems tal vez unos 200 a 300 son de bastante movimiento, por lo tanto los ítems restantes que no rotan frecuentemente se quedan en la compañía y los que si rotan se van comprando periódicamente, además de ello existe un alto valor pendiente a liquidar a un proveedor, que actualmente en este período 2022 ya se está gestionando por lo tanto para la presentación de los estados financieros de este año ya se podrá evidenciar una disminución en el valor monetario de los inventarios.

7. ¿Cuál es el método que la empresa utiliza para el manejo de los Inventarios?

La empresa utiliza el método promedio.

8. De acuerdo a los Estados de Resultados de los períodos 2019, 2020 y 2021 se ha logrado evidenciar durante cada año que existe un incremento progresivo en los costos de venta, ¿Por qué cree usted que esto sucede?

Porque el costo de ventas va de la mano con las ventas realizadas, por ende, si se vende más el costo de ventas también va a aumentar. Además, a partir del 2020 debido a la pandemia y a la dificultad de adquisición de la mercadería, los costos de los productos se elevaron sin embargo en un inicio al cliente no se le pudo incrementar el PVP porque la competencia no lo permitía, es

decir, si se adquiría un producto a \$14,00 este se lo vendía a \$15,00, evidenciándose claramente un alto valor en los costos en comparación a las ventas. Es así que por no ahuyentar a los clientes y continuar con las ventas se mantuvieron los mismos precios.

9. ¿Cuáles considera usted que son las causas que provocan un resultado mínimo en las utilidades de los tres últimos años?

Las utilidades mínimas se deben a los excesos de gastos que la compañía ha realizado para mantener sus operaciones, justamente es por eso que para este período 2022 esos valores elevados ya están siendo regularizados debido a que ya se está realizando un mejor control en los gastos con el fin de obtener mayores utilidades.

10. ¿Por qué se tomó la decisión de acumular las utilidades del período fiscal 2020 para el año 2021?

Porque como se mencionó en las preguntas anteriores la empresa no tiene la liquidez suficiente como para retirar el valor de las utilidades y entregarlo a los socios, además la empresa tomó la decisión que una vez acumuladas estas utilidades para el siguiente período fiscal se invirtiera este dinero en la compra de inventario, puesto que la compañía fue sido informada por parte de los proveedores que existiría una alza en los costos de venta de los productos más rotativos, entonces al analizar esta situación se decidió acumular esas utilidades.

11. Para finalizar ¿Cómo usted analiza y determina la situación económica actual de la empresa: post pandemia?

La situación actual de la empresa es realmente buena a pesar de los inconvenientes ocasionados por la pandemia se ha logrado mantener económicamente porque a partir de ella se ha podido cumplir con las obligaciones en cuanto al IESS, SRI, la SUPERCIAS, los beneficios sociales de los trabajadores y sueldos, adicional a ello también se cumple con los gastos que como se mencionó anteriormente son bastante elevados tomando en cuenta que dentro de ellos están considerados los sueldos de los socios, a pesar de todo esto se logra cubrir con todos los rubros y generar un margen de utilidad, es por ello que si la compañía mantiene ventas anuales de más de \$500.000 es porque cuenta con una buena posición económica y una gran acogida en el mercado, sin embargo se tiene presente que hay que mejorar el tema de los gastos y hacia donde están distribuidos para obtener una mejor rentabilidad y liquidez para la compañía.

CAPITULO IV: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Descripción y Argumentación teórica de los Resultados

“Las razones financieras de liquidez constituyen una herramienta fundamental o clave, que va a permitir determinar la situación actual de la empresa y predecir el desempeño futuro; refleja el manejo de los recursos financieros disponibles para el proceso productivo.”(Sáenz & Sáenz, 2019). Es así que el índice de la liquidez se clasifica en: Capital neto de trabajo, razón corriente y prueba ácida.

Tabla 15 Resultados de Indicadores de Liquidez

Indicadores de Liquidez	2019	2020	2021
Capital Neto de Trabajo	\$135.374,86	\$69.824,19	\$99.055,36
Razón Corriente	\$2,09	\$1,37	\$1,58
Prueba Ácida	\$0,83	\$0,41	\$0,35

Elaborado por: Arteaga Andrea & Collaguazo Mishel.

De acuerdo a los resultados obtenidos, la empresa Colormarket Cía. Ltda. para el año 2019 presentó un capital neto de trabajo por un valor de \$ 135.374,36 por consiguiente para el año 2020 fue de \$ 69.824,19 denotando un decrecimiento en su operatividad para funcionar, sin embargo, para el año 2021 existió un aumento favorable de \$ 29.231,17 dando como resultado un valor bastante significativo de \$ 99.055,36 que le permitió a la empresa llevar a cabo sus actividades comerciales y cumplir con sus obligaciones, ya que de acuerdo a Navarro et al., (2018) “mientras mayor sea la solvencia de la empresa menor está la probabilidad de no pagar las deudas adquiridas en el proceso”.

Por otro lado, una vez aplicada la razón corriente se determinó que para el año 2019 este indicador fue de \$2.09 mientras que para el 2020 su valor fue de \$1.37 identificándose una severa disminución en su capacidad para cubrir sus pasivos corrientes en un determinado tiempo, no obstante, al finalizar el período 2021 se observó un incremento en su liquidez de \$1.58 Teniendo en cuenta que “para que se determine que el negocio tiene liquidez el resultado tiene que ser mayor a 1, y mientras este resultado sea cada vez mayor, significa que la organización goza de una saludable liquidez” (Soto et al., 2017, p. 36), por ende, acorde a los resultados percibidos se refleja que la empresa cuenta con un nivel de liquidez adecuado.

Para el cálculo de la prueba ácida no se tomó en cuenta los inventarios dado que son considerados el rubro que menos liquidez le aporta a la empresa, es así que en comparación a lo obtenido en la

razón corriente, se obtuvo bajo este indicador un valor de \$ 0.83 para el año 2019, en el 2020 de \$ 0.41 y para el año 2021 de \$ 0.35 observándose una disminución progresiva y haciendo notable que realmente en ninguno de los tres períodos existe liquidez en la empresa, “porque cuando este resulta menor a la unidad, significa que la organización carece de efectivo para hacer frente a sus obligaciones al corto plazo” (Nolazco et al., 2020, p. 2). Comprendiéndose que la empresa presenta un riesgo elevado puesto que “la liquidez les permite a las empresas solventar deudas y realizar inversiones que le permitan mantener los niveles de deuda y aumentar las ganancias” (Solano et al., 2022, p. 85).

Posteriormente, teniendo en cuenta que la rentabilidad “es la capacidad o aptitud de la empresa para generar un excedente, partiendo de un conjunto de inversiones efectuadas” (Freire et al., 2019), para la medición de este índice en la empresa Colormarket Cía. Ltda. se aplicaron las siguientes razones: Margen de utilidad bruta, Margen de utilidad operativa, Margen de utilidad neta, ROA y ROE.

Tabla 16 Resultados de Indicadores de Rentabilidad

Indicadores de Rentabilidad	2019	2020	2021
Margen de utilidad bruta	20,24%	19,12%	20,67%
Margen de utilidad operacional	1,10%	1,72%	2,32%
Margen de utilidad neta	0,59%	0,89%	1,58%
Rendimiento sobre activo	0,91%	1,38%	2,89%
Rendimiento sobre patrimonio	4,51%	14,53%	23,56%

Elaborado por: Arteaga Andrea & Collaguazo Mishel.

En este caso el primer indicador para el año 2019 reflejó un margen del 20,24% y en el 2020 del 19,12%, evidenciándose como la pandemia afectó notablemente los costos de mercadería elevándose de forma precipitada de tal manera que la utilidad bruta para este período fue relativamente baja, por otro lado, para el 2021 se estableció en un 20,67%, indicando una mejora en el porcentaje de ganancias percibidas una vez solventado sus costos. Con respecto a la utilidad operacional, en el 2019 se presentó un margen del 1.10%, para el año 2020 del 1.72% y para el año 2021 el 2.32% reflejando un aumento de estas utilidades en comparación a las ventas obtenidas en cada uno de los períodos fiscales.

En cuanto a la utilidad neta también se presenta un aumento en los tres últimos años existiendo un incremento del 0.30% entre el período 2019 al 2020 y el 0.69% del 2020 al 2021. A pesar de que estos resultados representan un crecimiento en las utilidades obtenidas es importante remarcar que los porcentajes son muy bajos, y en base a lo mencionado por Belloso et al., “cuanto mayor sea su porcentaje, mayor es la cuantía en los fondos disponibles para reinvertir”(2021, p. 93); por lo que

se reconoce que estas mínimas ganancias generan poca rentabilidad y no permiten realizar una mayor inversión en pro de la compañía.

Una vez calculados los índices de rendimiento sobre activos y patrimonio se han obtenido como resultados que el ROA para el año 2019 registró un índice del 0.91%, mientras que en el 2020 el 1.38% y posteriormente para el 2021 el 2.89% de utilidades obtenidas en base a lo que se ha invertido en activos donde se evidenciaron progresivos porcentajes en cada uno de los períodos establecidos. De acuerdo con Ayón et al., (2020) si el resultado de aplicar este indicador es altamente positivo significa que se están utilizando de forma eficaz los recursos controlados de la empresa, caso contrario indica que no se está sacando provecho de los mismos y por lo tanto no están teniendo el rendimiento esperado. Determinándose así que, aunque aparentemente existió un rendimiento favorable para la empresa Colormarket Cía. Ltda. se pudo evidenciar que sus activos no estaban teniendo un enfoque direccionado en la generación de utilidades óptimas.

Según lo planteado por Belloso et al., (2021) este índice establece las ganancias que se obtienen en cuanto al dinero invertido por cada uno de los socios de la empresa, mientras más elevado sea el valor de la inversión, mejor será el resultado para los accionistas. Sin embargo, la empresa para el período 2019 alcanzó un ROE de 4.51%, en el año 2020 de 14.53% y para el 2021 de 23.56%, constatando que a pesar de que hubo un mejoramiento durante cada período, también se reflejó una baja inversión en el patrimonio lo que no permite generar muchos más beneficios económicos para los inversionistas.

Por otra parte, de acuerdo a las entrevistas realizadas se determinó que el impacto económico que trajo consigo la emergencia sanitaria provocó para la empresa un alza excesiva en los costos de venta y en aquellos gastos que se incurrieron para mantener su operatividad, sin embargo, las ventas no bajaron debido a las medidas implementadas estratégicamente por la actual administración de la compañía, mismas que se basan en su principal política, la cual es “no vender solo pintura sino un buen servicio”, generándose así los ingresos suficientes para cubrir con sus deudas a corto plazo sin caer en el endeudamiento. Además, se pudo evidenciar que la empresa aplica indicadores financieros, pero solo en cuanto a liquidez y endeudamiento, por ello reconocen y son conscientes de que existen problemas en su solvencia ya que la compañía invierte todos sus recursos en lo que ellos consideran “compras puntuales”, dado que en gran parte estas se realizan cuando la mercadería se encuentra en mayor descuento, provocando un elevado número de inventarios que comprometen el ratio de liquidez. A raíz de esto, también se identificó la falta de aplicación de indicadores de rentabilidad, y esto se debe a que como se han generado utilidades al final de cada período, la empresa asume que su rentabilidad es totalmente buena.

4.2 Conclusiones

La identificación del volumen de ventas ha permitido conocer que los ingresos obtenidos de la actividad económica de la empresa Colormarket Cía. Ltda. incrementaron favorablemente a lo largo de los períodos estudiados, por ello se concluye que, pese a la incidencia de la pandemia las ventas no fueron afectadas, reconociéndose así el buen manejo y gestión de la entidad para mantenerse operando eficientemente durante esta época tan difícil para todos.

De acuerdo con la verificación realizada de los costos de venta de los períodos 2019, 2020 y 2021 se pudo detectar un aumento desfavorable en este rubro, esto debido a que la crisis sanitaria ocasionó problemas de transporte y de logística causando una sobrevaloración exorbitante de los precios de compra de los productos. Adicional a esto, la empresa se vio obligada a no incrementar sus precios de venta a los clientes debido a que los proveedores fijaron cierto margen de utilidad que no les permitía hacerlo.

Por otro lado, del análisis realizado a los flujos de liquidez y rentabilidad obtenidos a través de la aplicación de los indicadores financieros, se logró determinar que el nivel de liquidez de la empresa es el adecuado sin embargo esto puede llegar a representar un excesivo de los recursos, además al realizar un cálculo más riguroso excluyendo los inventarios, se reflejó un déficit de liquidez durante los períodos estudiados. Con respecto a los resultados arrojados por el índice de rentabilidad se encontró que, aunque se hayan obtenido beneficios económicos que permitieron el buen funcionamiento de la empresa, estos fueron insuficientes para ser distribuidos entre los socios, ya que el porcentaje de ganancias fue minoritario en comparación a lo invertido y percibido. Además, cabe mencionar que, de acuerdo a la información proporcionada por la compañía, se conoció que la misma no aplica estos indicadores para la toma de decisiones.

Finalmente, se concluye que el impacto post pandemia para la empresa Colormarket Cía. Ltda. se vio reflejado en el incremento tanto de las ventas como los costos, lo que generó utilidades mínimas para la empresa que propiciaron un bajo índice de rentabilidad, y en su afán de incrementar las ganancias tomaron la mala decisión de adquirir más mercadería resultando así en un excesivo inventario que redujo el nivel de liquidez.

4.3 Recomendaciones

Considerando que la pandemia incidió en la elevación de los costos durante los tres últimos períodos, se sugiere subsanar los mismos mediante una mayor productividad que propicie mejores ventas de tal forma que se recuperen aquellos valores que fueron invertidos en determinado momento. Así mismo, se aconseja evitar incurrir en costos adicionales que aumenten aún más este rubro.

A partir de los resultados de los indicadores financieros donde se demuestra que gran parte de la liquidez se concentra en la cuenta de inventarios y por ende compromete el ratio de liquidez de la empresa, se propone:

- Realizar un control semanal de inventarios rápidos para conocer la mercadería existente de tal forma que se priorice la comercialización de aquellos productos que se identifiquen con un período de vigencia limitado.
- Ejecutar compras inteligentes enfocadas en la adquisición de productos que tengan alta rotación.
- Aplicar estrategias de venta (como descuentos, rebajas, promociones) evitando así el congestionamiento y la pérdida de mercadería.

Por otro lado, también se recomienda establecer medidas que disminuyan el existente riesgo económico causado por las deficientes utilidades, según los resultados obtenidos en base a la investigación realizada.

Y en relación al hallazgo encontrado sobre la falta de aplicación de índices de rentabilidad en la empresa Colormarket Cía. Ltda. como herramienta para la toma de decisiones, se exhorta implementar los indicadores financieros que les permitan conocer cuál es su porcentaje de rendimiento durante cada período y en base a esto decidir de forma acertada sobre el futuro de la empresa.

Referencias Bibliográficas

- Añazco, S., Alaña, T., & Yáñez, M. (2018). ESTRATEGIAS PARA LA FIJACIÓN DE PRECIOS DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO EN LA PROVINCIA DE EL ORO. *Universidad y Sociedad*, 10(2), 221–227.
<http://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus>
- Ávila, H., Matilla, M., & Mantecón, S. (2020). LA ENTREVISTA Y LA ENCUESTA: ¿MÉTODOS O TÉCNICAS DE INDAGACIÓN EMPÍRICA? *Revista Didas*, 9(3), 62–79.
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7692391.pdf>
- Ayón, G., Pluas, J. I., & Ortega, W. (2020). El apalancamiento financiero y su impacto en el nivel de endeudamiento de las empresas. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento De La Investigación Y Publicación En Ciencias Administrativas, Económicas Y Contables)*, 5(17), 117–136.
<https://doi.org/10.23857/fipcaec.v5i5.188>
- Barreto, N. (2020). Análisis Financiero: Factor sustancial para la toma de decisiones en una empresa del sector comercial. *Universidad y Sociedad*, 12(3), 129–134. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n3/2218-3620-rus-12-03-129.pdf>
- Belloso, L., Fernández, N., & Álvarez, D. (2021). Rentabilidad en las empresas de construcción y montaje. *IPSA Scientia, Revista Científica Multidisciplinaria*, 6(1), 81–99.
<https://doi.org/10.25214/27114406.1055>
- Beltrán, S., & Ortiz, J. (2020). Los paradigmas de la investigación: un acercamiento teórico para reflexionar desde el campo de la investigación educativa. *RIDE Revista Iberoamericana Para La Investigación y El Desarrollo Educativo*, 11(21), 1–18. <https://doi.org/10.23913/ride.v11i21.717>
- Cadena, P., Rendón, R., Aguilar, J., Salinas, E., de la cruz, F., & Sangerman, D. (2017). Métodos cuantitativos, métodos cualitativos o su combinación en la investigación: un acercamiento en las ciencias sociales. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 8(7), 1603–1617.
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=263153520009>
- Caiza, E., Valencia, E., & Bedoya, M. (2020). Decisiones de inversión y rentabilidad bajo la valoración financiera en las empresas industriales grandes de la provincia de Cotopaxi, Ecuador. *Universidad & Empresa*, 22(39), 1–26.
<https://doi.org/https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.8099>
- CIP. (2019). *Cámara de Industrias y Producción*.
- Clarke, M., Cisneros, Y., & Paneca, Y. (2018). Gestión Comercial: diagnóstico del atractivo y rentabilidad del punto de ventas. *Ciencias Holguín*, 24(4), 10–20.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181557161002>
- Colina, F., Isea, J., & Aldana, J. (2021). Impacto del COVID-19 en pequeñas y medianas empresas del Perú. *Revista de Ciencias Sociales*, XXVII(4), 16–31.
- Correa, J., Castaño, C., & Mesa, J. (2011). Panorama financiero empresarial en Colombia 2009-2010: un análisis por sectores. *Perfil de Coyuntura Económica*, 18, 145–165.
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86125453007>
- Erazo, C., Robles, D., Cifuentes, L., & Saquisari, D. (2021). Auditoría integral en inventarios y costos de ventas en negocios del Cacao Ecuatoriano. *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*, 27(3), 391–403.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8081779>
- Fassio, A. (2018). Reflexiones acerca de la metodología cualitativa para el estudio de las organizaciones. *Ciencias Administrativas*, 12, 74–84. <https://doi.org/10.24215/23143738e028>

- Ferreira, L., Pérez, M., & Vilariño, C. (2019). Modelo conceptual de gestión de costos logísticos ambientales en la cadena de suministros de combustibles y lubricantes. *Retos de La Dirección*, 13(1), 188–207. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2306-91552019000100188
- Flores, L. R. (2019). Gestión del talento humano y rentabilidad del sector hotelero de la región de Puno. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 87, 59–77. <https://doi.org/10.21158/01208160.n87.2019.2410>
- Franco, L., & Terán, D. (2019). ANÁLISIS DEL COSTO EN EL NIVEL DE RESULTADOS-EMPRESA COMERCIAL-FERRETERA. *Revista Observatorio de La Economía Latinoamericana*, 1–7. <https://www.eumed.net/rev/oel/2019/04/empresa-comercial-ferretera.html>
- Freire, C., Soto, T., & Mendieta, D. (2019). Desempeño financiero en las organizaciones: Análisis desde la gerencia general Chairman. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(87), 890–899. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29060499016>
- García, J., Galarza, S., & Altamirano, A. (2017). Importancia de la administración eficiente del capital de trabajo en las Pymes. *Revista Ciencia UNEMI*, 10(23), 30–39. <https://doi.org/https://doi.org/10.29076/issn.2528-7737vol10iss23.2017pp30-39p>
- Gil, J. M., Rosso, J. W., & Ocampo, J. D. (2018). Nivel de apalancamiento y estabilidad financiera empresarial: el caso de firmas de Colombia y Argentina. *Revista Finanzas y Política Económica*, 10(2), 309–325. <https://doi.org/10.14718/revfinanzpolitecon.2018.10.2.4>
- Gitman, L., & Zutter, C. (2016). *Administración Financiera* (14a ed.). Pearson Educación.
- González, J. (2020). Los Paradigmas en la Investigación científica del clásico al emergente. *Revista Con-Ciencia*, 1(8), 99–110. http://www.scielo.org.bo/pdf/rcfb/v8n1/v8n1_a08.pdf
- Gutiérrez, J., & Tapia, J. (2020). Liquidez y rentabilidad. Una revisión conceptual y sus dimensiones. *Revista Valor Contable*, 3(1), 9–32. <https://doi.org/https://doi.org/10.17162/rivc.v3i1.1229>
- Herrera, A., Herrera, A., Betancourt, V., Vega, S., & Vivanco, E. (2016). Razones Financieras de Liquidez en la gestión empresarial para toma de decisiones. *QUIPUKAMAYOC Revista de La Facultad de Ciencias Contables*, 24(46), 151–160. <https://doi.org/https://doi.org/10.15381/quipu.v24i46.13249>
- Imaicela, R., Curimilma, O., & López, K. (2019). LOS INDICADORES FINANCIEROS Y EL IMPACTO EN LA INSOLVENCIA DE LAS EMPRESAS. *Revista Observatorio de La Economía Latinoamericana*, 1–13. <https://www.eumed.net/rev/oel/2019/11/indicadores-financieros.html>
- Landeo, A., Belzusarri, J., Camarena, M., & Almidón, C. (2022). Liderazgo eficaz: Enfoque para el desarrollo organizacional desde los resultados en cuanto a los inversionistas. *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*, 28(2), 319–335. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8378019>
- Lesmes, M., & Ospina, S. (2019). EVALUACIÓN, COMPARACIÓN Y COMPORTAMIENTO DE LOS PRINCIPALES INDICADORES FINANCIEROS DE LAS PYMES DEL SECTOR INMOBILIARIO DE LA ECONOMÍA COLOMBIANA PARA LOS AÑOS 2016 – 2018. *Pensamiento Republicano*, 11, 127–152. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21017/pen.repub.2019.n11.a60>
- Magueyal, J. (2020). *Análisis y reflexiones sobre los costos de producción y ventas* (Primera Edición). Editorial Digital del Tecnológico de Monterrey.
- Maldonado, C., Paniagua, N., Bussmann, R., Zenteno, F., & Fuentes, A. (2020). La importancia de las plantas medicinales, su taxonomía y la búsqueda de la cura a la enfermedad que causa el coronavirus (COVID-19). *Ecología En Bolivia*, 55(1), 1–5. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S1605-25282020000100001&script=sci_arttext

- Molina, L., Oña, J., Tipán, M., & Topa, S. (2018). Análisis financiero en las empresas comerciales de Ecuador. *Revista de Investigación Sigma (RIS)*, 8–28. <https://doi.org/https://doi.org/10.24133/sigma.v5i01.1202>
- Montalvo, G., Narváez, C., & Erazo, J. C. (2020). Análisis de costos de producción como opción estratégica para la toma de decisiones financieras en las empresas públicas de servicios de agua potable. *Revista Científica Dominio de Las Ciencias*, 6(1), 199–223. <https://doi.org/10.23857/dc.v6i1.1146>
- Navarro, O., Crespo, M., & López, M. (2018). Perspectivas de la Administración Financiera del Capital de Trabajo como instrumento necesario en la evolución de las Mipymes. *Revista ESPACIOS*, 39(42), 14. <http://www.revistaespacios.com/a18v39n42/a18v39n42p14.pdf>
- Nogueira, D., Medina, A., Hernández, A., Rodríguez, R., & Medina, D. (2017). Análisis económico-financiero: talón de Aquiles de la organización. Caso de aplicación. *Ingeniería Industrial*, 38(1), 106–115. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=360450397010>
- Nolazco, F., Mejia, K., & Sicheri, L. (2020). La Liquidez en los procesos económicos de una empresa de decoración de interiores, Lima 2019. *Espíritu Emprendedor TES*, 4(1), 1–12. <https://doi.org/10.33970/eetes.v4.n1.2020.178>
- Ortega, G. (2017). Cómo se genera una investigación científica que luego sea motivo de publicación. *Journal of the Selva Andina Research Society*, 8(2), 145–146. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=361353711008>
- Pallerola, J. (2022). *Contabilidad Básica* (Ediciones de la U).
- Paredes, C. A., Chicaiza, B. L., & Ronquillo, J. T. (2019). Análisis financiero en las empresas del sector servicios en Ecuador entre los años 2016-2017. *REVISTA DE INVESTIGACIÓN SIGMA*, 6(2), 80–95. <https://doi.org/10.24133/sigma.v6i2.1676>
- Pedraza, N., Lavín Verástegui, J., Delgado Rivas, G., & Bernal González, I. (2015). PRÁCTICAS DE LIDERAZGO EN EMPRESAS COMERCIALES EN TAMAULIPAS (MÉXICO). *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 23(1), 251–265. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=90933063014>
- Pérez, R. D., García, N., & García, J. (2021). La empresa española ante la COVID-19: factores de adaptación al nuevo escenario. *Retos Revista de Ciencias de La Administración y Economía*, 11(21), 5–24. <https://doi.org/10.17163/ret.n21.2021.01>
- Piza, N., Amaiquema, F., & Beltrán, G. (2019). MÉTODOS Y TÉCNICAS EN LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA. ALGUNAS PRECISIONES NECESARIAS. *Revista Conrado*, 15(70), 455–459. <http://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado>
- Puerta, F., Vergara, J., & Huertas, N. (2018). ANÁLISIS FINANCIERO: ENFOQUES EN SU EVOLUCIÓN. *Criterio Libre*, 28, 85–104. <https://doi.org/https://doi.org/10.18041/1900-0642/criteriolibre.2018v16n28.2125>
- Quiroz, D., Barrios, R., & Villafuerte, A. (2019). GESTIÓN DE CUENTAS POR COBRAR Y LIQUIDEZ EN LA ASOCIACIÓN EDUCATIVA ADVENTISTA NOR ORIENTAL, 2020. *Revista Balance's de La Universidad Nacional Agraria de La Selva*, 7(10), 48–56. <https://revistas.unas.edu.pe/index.php/Balances/article/view/183/163>
- Ramírez, C., & Rodríguez, J. (2004). Pintuco se internacionaliza en el mercado andino. *Estudios Gerenciales*, 93, 115–140. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21209305>
- Rea, C., Paltín, C., & Piedra, M. (2020). Análisis financiero del sector automotriz, un estudio aplicado a las empresas pertenecientes a una ciudad intermedia de un país en vías de desarrollo. *Escritos*

Contables y de Administración, 11(1), 48–66.
<https://doi.org/https://doi.org/10.52292/j.eca.2020.1313>

- Reveles, R. (2019). *Análisis de los elementos del costo* (Segunda Edición). Instituto Mexicano de Contadores Públicos.
- Reyes, E. (2022). *Metodología de la Investigación Científica*. Page Publishing .
https://books.google.com.ec/books/about/Metodologia_de_la_Investigacion_Cientifi.html?id=SmdxEAAAQBAJ&printsec=frontcover&source=kp_read_button&hl=es-419&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Rivera, J. (2021). Gestión financiera de la pyme manufacturera de productos lácteos en Colombia (2014-2019). *Revista Estrategia Organizacional*, 10(2), 1–18. <http://portal.amelica.org/ameli/>
- Rodríguez, A., & Pérez, A. O. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 82, 179–200.
<https://doi.org/10.21158/01208160.n82.2017.1647>
- Sáenz, L., & Sáenz, L. (2019). RAZONES FINANCIERAS DE LIQUIDEZ: UN INDICADOR TRADICIONAL DEL ESTADO FINANCIERO DE LAS EMPRESAS. *Orbis Cognita*, 3(1), 81–90. <http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/213/2131217005/index.html>
- Sánchez, F. A. (2019). Fundamentos Epistémicos de la Investigación Cualitativa y Cuantitativa: Consensos y Disensos. *Revista Digital de Investigación En Docencia Universitaria*, 13(1), 101–122.
<https://doi.org/10.19083/ridu.2019.644>
- Schnarch, A. (2020). *Dirección efectiva de equipos de venta: La gerencia de ventas para el siglo XXI* (Tercera Edición). ECOE EDICIONES.
- Socorro, F. O., & Santa, G. L. (2019). Análisis teórico de los mitos financieros del emprendimiento. *Tendencias*, 20(2), 182–202. <https://doi.org/10.22267/rtend.192002.120>
- Solano, E., Alandete, N., Anguila, A., & Villanueva, A. (2022). Índices financieros que determinan el valor de la acción patrimonial en empresas de la Bolsa de Valores de Colombia, 2015-2018. *Información Tecnológica*, 33(3), 81–88. <https://doi.org/10.4067/s0718-07642022000300081>
- Soto, C., Ramón, R., Solórzano, A., Sarmiento, C., & Mite, M. (2017). *ANÁLISIS DE ESTADOS FINANCIEROS “La clave del equilibrio gerencial”* (Primera, Vol. 1). Grupo Compás.
- Toledo, A. (2021). INFLUENCIA DEL MARKETING DIGITAL EN LAS EMPRESAS DE SERVICIO GASTRONOMICO DURANTE EL COVID-19. *Revista Digital Investigacion & Negocios*, 14(24), 20–29. <https://doi.org/10.38147/invneg.v14i24.144>
- Vera, D., Tumbaco, R., & Concha, J. (2021). El impacto económico causado por el covid-19 en las empresas ecuatorianas del sector. *Polo Del Conocimiento*, 6(4), 941–955.
<https://doi.org/10.23857/pc.v6i4.2619>
- Zhang, Z. (2020). Técnicas de investigación cualitativa como instrumentos de enseñanza-aprendizaje de la competencia comunicativa e intercultural de estudiantes sinohablantes de ELE. *Revista de Didáctica Español Lengua Extranjera*, 30, 1–24.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=92161847008>