



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

EVALUACIÓN FINANCIERA PARA DETERMINAR LA
RENTABILIDAD EN LA EMPRESA GADVAY HAIR CARE &
BEAUTY DE LA CIUDAD DE MACHALA PROVINCIA DEL ORO,
PERÍODO 2017 – 2019.

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

INGENIERA EN FINANZAS

AUTORA:

MARÍA LILIANA GADVAY SATÁN

Riobamba – Ecuador

2022



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

**EVALUACIÓN FINANCIERA PARA DETERMINAR LA
RENTABILIDAD EN LA EMPRESA GADVAY HAIR CARE &
BEAUTY DE LA CIUDAD DE MACHALA PROVINCIA DEL ORO,
PERÍODO 2017 – 2019.**

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

INGENIERA EN FINANZAS

AUTOR: MARÍA LILIANA GADVAY SATÁN

DIRECTORA: ING. OLGA MARITZA RODRÍGUEZ ULCUANGO, MGS.

Riobamba – Ecuador

2022

©2022, María Liliana Gadvay Satán

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, María Liliana Gadvay Satán, declaro que el presente Trabajo de Integración Curricular es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autor asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Integración Curricular; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

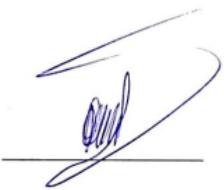
Riobamba, 21 de Diciembre del 2022



María Liliana Gadvay Satán
C.I: 06055522-6

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

El Tribunal del Trabajo de Integración Curricular certifica que: El Trabajo de Integración Curricular; tipo: Proyecto de Investigación, **EVALUACIÓN FINANCIERA PARA DETERMINAR LA RENTABILIDAD EN LA EMPRESA GADVAY HAIR CARE & BEAUTY DE LA CIUDAD DE MACHALA PROVINCIA DEL ORO, PERÍODO 2017 – 2019.**, realizado por la señorita: **MARÍA LILIANA GADVAY SATÁN**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Integración Curricular, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Ing. Emilio Fernando Santillán Villagómez PRESIDENTE DEL TRIBUNAL		2022-12-21
Ing. Olga Maritza Rodríguez Ulcuango, Mgs. DIRECTORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR		2022-12-21
Lic. Víctor Gabriel Avalos Peñafiel ASESOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR		2022-12-21

DEDICATORIA

Quiero dedicar mi trabajo y esfuerzo a Dios por bendecirme todos los días de mi vida, A mi hija Leidy Mishel por su comprensión y fortaleza brindada y A mi madre Ana Luz por su apoyo absoluto, a si también por formarme como un ser humano con principios y valores, que fueron parte esencial para mi etapa estudiantil, logrando mi mayor meta culminar mis estudios con éxito.

Liliana

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer de una manera muy especial a mi hermosa hija por su paciencia y amor, a mi incomparable madre por estar siempre a mi lado dándome ánimo para seguir adelante. Así también a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, a la Facultad de Administración de Empresas, a los que conforman la Escuela de Finanzas quienes me acogieron y ayudaron en mi formación académica para cursar mis estudios de tercer nivel, a la vez un agradecimiento muy especial a mi directora de trabajo de investigación la Ing. Olga Maritza Rodríguez Ulcuango, Mgs y a mi asesor el Lic. Víctor Gabriel Avalos Peñafiel que han sabido instruir, guiar y apoyarme con sus recomendaciones permitiéndome con esto finalizar mi trabajo de Integración Curricular.

Liliana

ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xiii
ÍNDICE DE ANEXOS	xv
RESUMEN.....	xvi
ABSTRACT	xvii
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I

1. MARCO DE REFERENCIA	3
1.1. Antecedentes de investigación.....	3
1.2. Marco teórico.....	4
1.2.1. Evaluación financiera.....	4
1.2.1.1. Importancia de la evaluación financiera	4
1.2.1.2. Objetivos de la evaluación financiera.....	4
1.2.1.3. Características de la evaluación.....	5
1.2.1.4. Pasos para evaluar financieramente	5
1.2.2. Estados financieros	6
1.2.2.1. Balance general	6
1.2.2.2. Estado de resultados	6
1.2.3. Análisis horizontal y vertical de los estados financieros.....	6
1.2.3.1. Análisis horizontal	6
1.2.3.2. Análisis vertical.....	7
1.2.4. Aplicación de las NOF-FM.....	7
1.2.4.1. Necesidades operativas de fondos	7
1.2.4.2. Importancia de las necesidades operativas de fondos	8
1.2.5. Herramientas de la evaluación financiera	9
1.2.6. Ratios financieros.....	9
1.2.6.1. Importancia de los indicadores financiero	9
1.2.6.2. Indicadores de liquidez	10
1.2.6.3. Indicadores de endeudamiento	11
1.2.6.4. Indicadores de gestión	12
1.2.7. Rentabilidad.....	14

1.2.7.1.	<i>Importancia para determinar la rentabilidad</i>	14
1.2.7.2.	<i>Factores que determinan la rentabilidad</i>	15
1.2.7.3.	<i>Indicadores de rentabilidad</i>	16
1.3.	Marco conceptual	18

CAPÍTULO II

2.	MARCO METODOLÓGICO	20
2.1.	Enfoque de investigación	20
2.2.	Nivel de Investigación	20
2.3.	Diseño de investigación	20
2.4.	Tipo de estudio	21
2.5.	Población y muestra	21
2.5.1.	<i>Población empresa</i>	21
2.5.1.1.	<i>Población de análisis</i>	22
2.5.1.2.	<i>Población clientes</i>	22
2.5.1.3.	<i>Muestra</i>	22
2.6.	Métodos, técnicas e instrumentos de investigación	23
2.6.1.	<i>Método de la investigación</i>	23
2.6.2.	<i>Técnicas de la investigación</i>	23
2.6.3.	<i>Validación de la encuesta Alfa de Cronbach</i>	24
2.6.4.	<i>Instrumentos</i>	24
2.7.	Interrogantes de estudio	25

CAPÍTULO III

3.	MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	26
3.1.	Resultados	26
3.1.1.	<i>Entrevistas</i>	26
3.1.1.1.	<i>Guía de entrevista aplicada a la jefa en ventas</i>	29
3.1.1.2.	<i>Guía de entrevista aplicada a la contadora de la empresa</i>	32
3.1.1.3.	<i>Guía de entrevista aplicada a la jefa financiera</i>	34
3.1.1.4.	<i>Resultados de las entrevistas</i>	35
3.1.2.	<i>Resultados de la ficha de observación</i>	37
3.1.2.1.	<i>Resultados de la ficha de observación</i>	38
3.1.3.	<i>Encuestas</i>	38

3.2.	Evaluación y análisis financiero	53
3.2.1.	<i>Análisis horizontal y vertical de los estados financieros</i>	53
3.2.2.	<i>Estructura económica –financiera valores monetarios</i>	55
3.2.3.	<i>Estructura económica –financiera en valores monetarios y variaciones</i>	56
3.2.3.1.	<i>Interpretación del Balance general en base al análisis vertical y horizontal</i>	57
3.2.3.2.	<i>Estructura económica del activo</i>	57
3.2.3.3.	<i>Descomposición del activo no corriente</i>	59
3.2.3.4.	<i>Estructura financiera de pasivo</i>	60
3.2.3.5.	<i>Descomposición del pasivo corriente</i>	62
3.2.3.6.	<i>Descomposición del pasivo no corriente</i>	63
3.2.3.7.	<i>Descomposición de la estructura financiera pasivo y patrimonio</i>	64
3.2.4.	<i>Análisis horizontal y vertical del estado de resultados</i>	66
3.2.4.1.	<i>Descomposición de ingresos en base al análisis horizontal y vertical</i>	67
3.2.4.2.	<i>Descomposición de estado de resultaos entre ventas y costo de vetas</i>	68
3.2.4.3.	<i>Descomposición del estado de resultados entre utilidad neta y utilidad operacional.</i>	69
3.2.5.	<i>Indicadores financieros</i>	70
3.2.5.1.	<i>Indicadores de liquidez</i>	72
3.2.5.2.	<i>Indicadores de endeudamiento</i>	73
3.2.5.3.	<i>Indicadores de gestión</i>	74
3.3.	Cálculo de las Necesidades Operativas de Fondos (NOF)	75
3.3.1.	<i>Calculo fondo de maniobra</i>	76
3.3.1.1.	<i>Calculo porción real de liquidez</i>	77
3.3.1.2.	<i>Financiamiento NOF</i>	77
3.3.1.3.	<i>Balance financiero</i>	77
3.3.1.4.	<i>Resultados</i>	78
3.3.1.5.	<i>Comportamiento de las NOF y los días de Cobro</i>	78
3.3.1.6.	<i>Comportamiento entre las NOF y los días de pago</i>	80
3.4.	Igualación de cuentas	80
3.5.	Crecimiento sostenible de la empresa Gadvay Hair Care & Beauty	82
3.6.	Diagnostico situacional de la empresa	82
3.6.1.	<i>Filosofía Empresarial</i>	82
3.6.1.1.	<i>Misión</i>	82
3.6.1.2.	<i>Visión</i>	82
3.6.1.3.	<i>Valores</i>	82
3.6.1.4.	<i>Organigrama estructural de la empresa</i>	83

3.7.	Análisis de factores externos	84
3.8.	Micro entorno.....	85
3.8.1.	<i>Análisis de factores internos</i>	85
3.8.2.	<i>Matriz de evaluación de factores internos</i>	88
3.8.3.	<i>Matriz de evaluación factores externos</i>	89
3.8.4.	<i>Matriz FODA.....</i>	90
3.8.5.	<i>Matriz DAFO.....</i>	91
3.8.6.	<i>Estrategias y actividades</i>	94
3.9.	Resultados generales de la evaluación financiera.....	97
	CONCLUSIONES.....	99
	RECOMENDACIONES.....	100
	BIBLIOGRAFÍA	
	ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-2:	Población de estudio	22
Tabla 1-3:	Guía de entrevista al gerente.....	26
Tabla 2-3:	Guía de entrevista aplicada a la jefa de ventas.....	29
Tabla 3-3:	Guía de entrevista aplicada a la sec. de contabilidad	32
Tabla 4-3:	Guía de entrevista aplicada a la sec. financiera.....	34
Tabla 5-3:	Guía de entrevista	37
Tabla 6-3:	Prioridad en compras de maquillaje.....	39
Tabla 7-3:	Tiempo que adquiere los productos de la empresa	40
Tabla 8-3:	Porcentaje de ingresos destinados para compra de cosméticos	41
Tabla 9-3:	Frecuencia con la que adquieren los productos de la empresa.....	42
Tabla 10-3:	Opinión sobre el precio de los productos.....	43
Tabla 11-3:	Reacción de Satisfacción del cliente al adquirir los productos	44
Tabla 12-3:	Nivel de valor considerado al adquirir un producto.....	45
Tabla 13-3:	Comportamiento de compra tras efecto de la pandemia.	46
Tabla 14-3:	Necesidad de adquirir servicios adicionales por una compra	47
Tabla 15-3:	Acciones necesarias en beneficio del cliente	48
Tabla 16-3:	Factores sugeridos para diferenciarse de otras empresas	49
Tabla 17-3:	Preferencia publicitaria para conocer los productos y beneficios.....	50
Tabla 18-3:	Varianza según las respuestas encuestadas	51
Tabla 19-3:	Balance general-análisis horizontal y vertical	53
Tabla 20-3:	Estructura económica – financiera.....	56
Tabla 21-3:	Estado de resultados análisis vertical-horizontal periodo 2017-2019.....	66
Tabla 22-3:	Aplicación de ratios financieros.....	70
Tabla 23-3:	Resultado de las NOF	75
Tabla 24-3:	Resultado del FM.....	76
Tabla 25-3:	Resultado de PRL	77
Tabla 26-3:	Financiamiento de las NOF	77
Tabla 27-3:	Nuevo balance financiero	77
Tabla 28-3:	Días de cobro	78
Tabla 29-3:	Comportamiento de las NOF	79
Tabla 30-3:	Días de pago.....	80
Tabla 31-3:	Igualación de Cuentas de Ingresos y Costos	80
Tabla 32-3:	Crecimiento Autofinanciado	82

Tabla 33-3: Factores externos influyentes en la empresa.....	84
Tabla 34-3: Microentorno de la empresa.....	85
Tabla 35-3: Análisis de factores internos	85
Tabla 36-3: M. E. Factores Internos.....	88
Tabla 37-3: M.E. Factores Externos.....	89
Tabla 38-3: Matriz FODA.....	90
Tabla 39-3: Matriz DAFO.....	91
Tabla 40-3: Estrategias y actividades	94

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1-1:	Características de la Evaluación.....	5
Ilustración 2-1:	Clasificación de los Ratios Financieros.....	10
Ilustración 3-1:	Estrategias Financieras para Incrementar la Rentabilidad de las Empresas .	16
Ilustración 1-3:	Prioridad en compras de maquillaje	39
Ilustración 2-3:	Tiempo que adquiere los productos de la empresa.....	40
Ilustración 3-3:	Porcentaje de ingresos destinados para la compra	41
Ilustración 4-3:	Frecuencia con la que adquieren los productos de la empresa	42
Ilustración 5-3:	Opinión sobre el precio de los productos	43
Ilustración 6-3:	Reacción de Satisfacción del cliente al adquirir los productos	44
Ilustración 7-3:	Nivel de valor considerado al adquirir un producto	45
Ilustración 8-3:	Comportamiento de compra tras efecto de la pandemia.	46
Ilustración 9-3:	Necesidad de adquirir servicios adicionales por una compra.....	47
Ilustración 10-3:	Acciones necesarias en beneficio del cliente	48
Ilustración 11-3:	Factores sugeridos para diferenciarse de otras empresas	49
Ilustración 12-3:	Preferencia publicitaria para conocer los productos y beneficios	50
Ilustración 13-3:	Estructura económica - financiera.....	55
Ilustración 14-3:	Estructura económica del Activo Análisis Horizontal	57
Ilustración 15-3:	Estructura económica del Activo Análisis Vertical	57
Ilustración 16-3:	Descomposición del Activo Corriente Análisis Horizontal	58
Ilustración 17-3:	Descomposición del Activo Corriente Análisis Vertical.....	58
Ilustración 18-3:	Descomposición del Activo no corriente	59
Ilustración 19-3:	Descomposición del Activo no Corriente Análisis Vertical.....	60
Ilustración 20-3:	Descomposición financiera del Pasivo.....	60
Ilustración 21-3:	Descomposición financiera del Pasivo Análisis Vertical.....	61
Ilustración 22-3:	Descomposición del Pasivo Corriente.....	62
Ilustración 23-3:	Descomposición del Pasivo Corriente Análisis Vertical.....	62
Ilustración 24-3:	Descomposición del Pasivo no Corriente.....	63
Ilustración 25-3:	Descomposición del Pasivo y Patrimonio	64
Ilustración 26-3:	Descomposición del Pasivo y Patrimonio- Análisis Vertical.....	64
Ilustración 27-3:	Comparación de costos y gastos del estado de resultados.....	67
Ilustración 28-3:	Análisis Horizontal de costos y gastos del estado de resultados	67
Ilustración 29-3:	Comparación entre costos y gastos	68
Ilustración 30-3:	Comparación entre utilidad neta y operacional	69

Ilustración 31-3: Resultados del indicador de liquidez.....	72
Ilustración 32-3: Resultado del indicador de endeudamiento.....	73
Ilustración 33-3: Resultado del indicador de gestión.....	74
Ilustración 34-3: Resultado del indicador de rentabilidad	74
Ilustración 35-3: Resultado de las NOF, FM, Excedente del Efectivo	78
Ilustración 36-3: Coeficiente de determinación entre las NOF y Días de cobro	79
Ilustración 37-3: Coeficiente de determinación entre las NOF y días de pago.....	80
Ilustración 38-3: Organigrama estructural de la empresa	83

ÍNDICE DE ANEXOS

- ANEXO A:** ESTADO FINANCIERO DE LA EMPRESA GADVAY HAIR CARE & BEAUTY
- ANEXO B:** ESTADO DE RESULTADOS DE LA EMPRESA GADVAY HAIR CARE & BEAUTY
- ANEXO C:** FORMATO DE GUÍA DE ENTREVISTA APLICADO A LA EMPRESA GADVAY HAIR CARE & BEAUTY
- ANEXO D:** FORMATO DE GUÍA DE OBSERVACIÓN APLICADO A LA EMPRESA GADVAY HAIR CARE & BEAUTY
- ANEXO E:** FORMATO DE ENCUESTA APLICADO A LA EMPRESA GADVAY HAIR CARE & BEAUTY

RESUMEN

El Trabajo de Investigación tuvo como finalidad realizar una evaluación financiera en la empresa Gadvay Hair Care & Beauty de la ciudad de Machala provincia del Oro, período 2017 – 2019, a fin de determinar la rentabilidad, para empezar este estudio se orientó el marco metodológico utilizando como enfoque de investigación cualitativo; porque se plantearon estrategias de rendimiento para fomentar la rentabilidad y cuantitativo debido a que se sustentó en los estados financieros así mismo en cálculos de ratios, a continuación en el nivel de investigación fue de carácter descriptivo, pues se logró exponer el análisis situacional económico, por otro lado, el diseño de investigación fue no experimental de aplicación práctica pues se aplicó cálculos y herramientas financieras ya establecidas, por último el tipo de estudio fue de campo porque se observa los fenómenos en un ambiente natural, documental porque se apoyó en fuentes como libros, artículos y documentación financiera de la empresa y aplicada por que tuvo como propósito la solución de problemas económicos de la empresa. Por otra parte mediante la evaluación mostro el incremento de las ventas del año 2018 al 2019 de \$476.721,84, es decir, el 36% en referencia al año anterior, sin embargo, no ha sido eficiente al momento de controlar los costos generados por el giro de negocio, en virtud de que el año 2018 representaba el 90% del total de las ventas, pero en el período 2019 llegó a presentar el 95%; esto ha conllevado a registrar el 2% de rentabilidad para el año 2019 mostrando que disminuyó el 1% esto debido al exceso en costo de ventas, por ello se recomienda enfatizarse en los posibles riesgos de reducción de utilidad, aplicando las estrategias propuestas, así garantizar la reducción en costos de ventas, para evitar un declive en el resultado económico.

Palabras clave: <EVALUACIÓN FINANCIERA>, <ESTADOS FINANCIEROS>, <HERRAMIENTAS FINANCIERAS>, <LIQUIDEZ>, <RENTABILIDAD>, <PROBLEMAS ECONÓMICOS>.



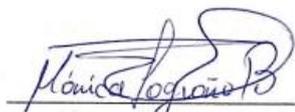
02-02-2023

0297-DBRA-UPT-2023

ABSTRACT

The purpose of this research was to conduct a financial evaluation of the company Gadway Hair Care & Beauty in Machala province of El Oro, period 2017 - 2019, to determine its profitability. In the first part of this study, the methodological framework was oriented by using both, a qualitative and quantitative research approaches. Qualitative because the proposal of performance strategies was necessary to promote profitability, and quantitative since it bases on the financial statements and ratio calculations. This research also follows a descriptive level since it was possible to expose the economic situational analysis. On the other hand, the research design was non-experimental for practical application since already-established calculations and financial tools were required. Finally, this is field research because the phenomena are observed in a natural environment and documentary since it funds from sources such as books, articles and financial documentation of the company and applied since it seeks to solve the company's economic problems. After this process, the evaluation showed an increase in sales from 2018 to 2019 of \$476,721.84, 36% in reference to the previous year. However, it has been a lack of efficiency when controlling the costs generated by the line of business because in 2018, it represented 90% of total sales, but in the 2019 period, it came to present 95%; This has led to registering 2% profitability for the year 2019, showing that it decreased by 1% due to the excess cost of sales. Therefore, it is recommended to emphasize the possible risks of reduced utility, applying the proposed strategies, thus ensuring the reduction in sales costs to avoid a decline in the financial outcome.

Keywords: <FINANCIAL EVALUATION>, <FINANCIAL STATEMENTS>, <FINANCIAL TOOLS>, <LIQUIDITY>, <PROFITABILITY>, <ECONOMIC PROBLEMS>.



Lic. Mónica Logroño Becerra
060274953-3

INTRODUCCIÓN

En la actualidad los cosméticos se han convertido en una tendencia en el mercado, pues la utilización de productos capilares, fragancias, maquillaje y protectores solares son básicos en el hábito personal; sin embargo, se puede notar que su utilización varía dependiendo la ubicación geográfica, dando como resultado que en la región Costa es más rentable este tipo de negocios, pues la población en general especialmente las damas se dejan llevar por la influencia de imagen; preocupándose más por su apariencia personal conllevando a que una gran parte de sus ingresos sean direccionados a estos gastos.

El trabajo de investigación tiene como objetivo el estudio y aplicación de herramientas financieras para determinar la rentabilidad en la empresa comercial Gadvay Hair Care Beauty la misma que está situada en la ciudad de Machala provincia del Oro, dedicada a la compra y venta de productos para el cuidado capilar, el rostro, manicure y pedicure.

Según los datos arrojados en esta encuesta; la adquisición y utilización de cosméticos es muy concurrente, tras la aplicación de métodos y el análisis de herramientas financieras muestra variaciones en el comportamiento de la liquidez, endeudamiento, gestión y rentabilidad, lo cual lleva a un consenso a la hora de la toma de decisiones adecuadas.

Basándose en esto se propone estrategias financieras, tras el análisis actual de la empresa y el cruce de variables del FODA, siendo un aporte importante para nuevas instrucciones con el fin de optimizar la rentabilidad en el corto y mediano plazo, con ello evitar un decrecimiento económico empresarial. Sin duda la evaluación y el análisis de herramientas financieras nos muestra exactamente el comportamiento económico de la empresa y es esencial para nuevas proyecciones o proyectos a ejecutar a futuro, sin riesgo a una pérdida monetaria irrecuperable para la empresa.

Antecedentes del problema

Según información del estudio de gestión competitiva de las pequeñas y medianas empresas en Ecuador, las Mipymes representan el 95% de las unidades productivas (Ron & Sacoto, 2017, pág. 15); en la actualidad este porcentaje se ve afectado pues en los primeros meses del año 2020, la economía ecuatoriana se notó perjudicado por algunos acontecimientos, entre ellos el ocurrido el 16 de marzo del mismo año, cuando mediante el decreto ejecutivo No. 1017, se declaró el estado de excepción por calamidad pública en todo el territorio nacional, por el brote del COVID 19 lo

que determinó la suspensión de todas las actividades económicas y el trabajo presencial (BCE, 2020).

De acuerdo con (Zumba, 2020), 558 compañías del Ecuador ingresaron a una etapa de cancelación y otras, 118, se encuentran en un proceso de disolución y liquidación, luego de presentar inconvenientes en sus operaciones, esto representa el 0,7% de las 91.765 empresas inscritas en la Superintendencia de Compañías.

Sin embargo, las provincias más afectadas en el primer brote del virus fue la región costa, entre ellas la provincia del Oro pues es la quinta provincia más impactada por la pandemia (COMERCIO, 2020), afectando la actividad económica y consecuentemente la situación financiera de muchas empresas. Según (Zumba, 2020) basándose en un informe de la Superintendencia de Compañías en la provincia del Oro registró 16 empresas con problemas de disolución y liquidación, representando el 26% de las empresas en el sector comercial.

En un primer análisis de la empresa Gadway Hair Care & Beauty, dedicada al comercio de cosméticos se pudo establecer el desconocimiento de los indicadores fundamentales para la toma de decisiones tales como liquidez, gestión, solvencia y rentabilidad, considerando que toda entidad debe tener claramente la situación económica y financiera de su empresa para aplicar las herramientas de gestión financiera que permitan mejorar su desenvolvimiento administrativo y operativo; además según los reportes del año 2018 registró una utilidad neta de \$38.697,23 dólares pero en el 2019 tuvo una utilidad de \$39.698,37 dólares, mostrando crecimiento de su rendimiento en beneficio, pero haciendo un análisis referente a sus costos para el 2019 en la variación relativa mostro el 43% en comparación del 2018, pero no obtuvo el mismo incremento en sus ventas netas. Debido a esto los dueños desean conocer los rendimientos exactos que presenta la compañía para un mejor reparto de dividendos, utilidades, pago de impuestos adecuados, e inversiones internas dentro de la empresa.

Según (Alvarado, 2020) pronuncia que las fragancias, maquillaje y protectores solares sufrieron una caída del 35% en toda el área cosmética, es así que esto se transforma en un problema al momento de la toma de decisiones, debido a que el mercado es muy exigente y competitivo, por ello la empresa debe ser capaz de enfrentar las variaciones económicas de su entorno mediante la satisfacción de las necesidades de los clientes con productos y servicios de calidad, que a su vez generen suficiente rentabilidad para asegurar la permanencia en el tiempo como también su sostenibilidad económica y financiera.

CAPÍTULO I

1. MARCO DE REFERENCIA

1.1. Antecedentes de Investigación

En este trabajo de titulación se detalla investigaciones realizadas en relación a la evaluación financiera en los años anteriores.

(Shiguango Grefa, 2019) menciona en su trabajo de titulación: “Evaluación Financiera al comercial Danielito, Distribuciones; cantón Tena, provincia de Napo, período 2017 – 2018”. Su objetivo general es realizar una evaluación financiera revisando los estados financieros de los años ya mencionados, optando por un análisis horizontal y vertical, para luego aplicar los ratios financieros así conocer el comportamiento de liquidez, solvencia, endeudamiento, rentabilidad; con ello diagnosticar la situación económica y financiera de la empresa, tomando en cuenta la variación de la inflación del país, para determinar el crecimiento en base al comportamiento económico, relacionando esto determinar la eficiencia de la generación de utilidades, a más de ello diagnosticar la situación interna y externa de la empresa mediante un análisis FODA, para una eficiente toma de decisiones, finalmente dar un criterio basándose en los estados financieros reales a comparación de los que posee la empresa, el cual ha determinado el comportamiento verídico del mismo.

Según (Buenaño Buenaño, 2019) en su trabajo de investigación tiene como objetivo fundamental realizar una Evaluación Financiera a la Empresa Producampo, del cantón Quero, provincia de Tungurahua, período 2017-2018, involucrando el análisis horizontal y vertical para demostrar las variaciones frente al año anterior, además utiliza las razones financieras determinando la situación económica actual de la empresa, también aplica el sistema Dupont con el fin de comprobar la eficiencia utilizada en los activos, su capital de trabajo; identificando como la empresa obtiene sus rentabilidad además de sus puntos fuertes y débiles, encontrando en este estudio ciertos hallazgos; su liquidez sobrepasa los límites controlables, mantiene activos corrientes improductivos, falta de un plan estratégico, bajo nivel de liderazgo en el mercado, como propuesta para una mejor participación de la empresa ha visto necesario la utilización de la herramienta FODA; con el fin de orientar mayores fortalezas, aprovechar las oportunidades, minimizar debilidades y contrarrestar amenazas, el resultado final emitido en un informe de la situación financiera sobre la liquidez, solvencia y rentabilidad está a consideración de la empresa a fin de

contribuir con una herramienta útil para la toma de decisiones acertada, cuyo resultado permite encontrar soluciones.

1.2. Marco Teórico

Para la investigación es necesario revisar bibliográficamente los criterios según la perspectiva de autores con el propósito de fundamentar teóricamente el desarrollo de la evaluación financiera.

1.2.1. Evaluación financiera

La evaluación financiera permite la elección de mejores y adecuadas inversiones para la empresa, de los mismos que pueden promover la imagen corporativa. Teniendo en cuenta que la imagen de una compañía es formada por ciertos factores. (Muñoz & Álzatec, 2016) es decir es un análisis metodológico del comportamiento financiero, basada en la información de años pasados con el fin de detectar o evaluar el presente y con ello y poder tomar mejores decisiones a futuro.

1.2.1.1. Importancia de la evaluación financiera

Según (Slideshare, 2016) determina que la evaluación financiera es importante por qué. Apuntar a observar los factores involucrados en la realización del proyecto, sin él, las entidades comerciales no tendrían la información necesaria para tomar decisiones informadas sobre el alcance y los riesgos del proyecto.

Y determina hasta qué punto se justifica el sacrificio de inversión por efecto de los resultados que se esperan obtener al confrontar las erogaciones con los ingresos, esto significa finalmente que la evaluación se orienta a determinar la rentabilidad de inversión.

1.2.1.2. Objetivos de la evaluación financiera

- Permite manejar los indicadores que proporcionan información necesaria para la evaluación financiera.
- Permite aplicar la evaluación económica y financiera necesaria para determinar la rentabilidad.
- Realiza una evaluación y un análisis comparativo.

1.2.1.3. Características de la evaluación



Ilustración 1-1: Características de la Evaluación

Fuente: (Buenaño Buenaño, 2019).

Realizado por: Gadvay.M.(2021).

1.2.1.4. Pasos para evaluar financieramente

(Martínez, 2019) menciona los siguientes pasos:

El diagnóstico de la situación financiera de la empresa considera un conjunto de variables contables que miden la calidad del desempeño de la empresa en un período de tiempo determinado. Para el diagnóstico se puede consultar los estados financieros de la empresa. En este caso, mencionaremos los siguientes: estado financiero, balance de pérdidas y ganancias.

- Aplicación de análisis horizontal y vertical
- Aplicación de los denominados ratios financieros.
- Visualice rápidamente la situación financiera de la empresa y tome decisiones basadas en la resolución de problemas.

- Utilice herramientas financieras como NOF, FM, ROE, ROA.

Cada paso mencionado se detalla a continuación;

1.2.2. Estados financieros

1.2.2.1. Balance general

Según (Pombo, 2017, pág. 116), figuran de forma separada; el activo, el pasivo y el patrimonio neto. El activo comprende la debida separación del activo fijo o no corriente. En el pasivo se diferenciarán con pasivo no corriente y el pasivo circulante o corriente. En el patrimonio neto se diferencia, al menos, los fondos propios de las restantes partidas que lo integran.

1.2.2.2. Estado de resultados

(NIF, 2016, pág. 92) establece claramente que la cuenta de resultados es un estado de flujo de efectivo básico y proporciona información sobre los resultados obtenidos de la gestión de la empresa en un período de tiempo determinado. También reconoce los esfuerzos realizados para lograr estos resultados. La diferencia entre resultados y esfuerzo es un indicador de la eficacia de la administración y una medida de su desempeño.

1.2.3. Análisis horizontal y vertical de los estados financieros

1.2.3.1. Análisis horizontal

(Coello, 2016) recuerda la posibilidad de comparar las cuentas del balance para diferentes períodos contables, lo que permite determinar la elegibilidad de la gestión de un período que indica un aumento o disminución en las cuentas del balance comparativo. Este análisis debe centrarse en cambios significativos en las cuentas individuales. Las fluctuaciones se pueden registrar en valores absolutos y relativos. El primer valor es la diferencia entre el año base y el año anterior, y el segundo valor es la relación porcentual entre el año base y el año de comparación. El análisis horizontal arroja los siguientes resultados:

- Análisis de las variaciones de cada cuenta o grupo de cuentas en el balance de un período a otro

- Útil para analizar fuentes financieras y reportar cambios en la posición financiera como base para el uso de flujos de efectivo
- Conceptualmente, encuentre un solo incremento o un incremento ponderado para cada cuenta o grupo de cuentas. Esto debe verse como una tendencia general para las cuentas, sin pretender ser ideal.
- Muestra los resultados de la gestión cuando las decisiones se reflejan en cambios de cuenta.

1.2.3.2. *Análisis vertical*

(Díaz I., 2018) menciona que se utiliza un método de análisis vertical sirve para determinar la estructura porcentual de activos, pasivos y patrimonio para cada cuenta con base en el valor de los activos totales y la relación de cada componente del estado de resultados a las ventas netas. Además, compara datos de un solo período económico y los analiza horizontalmente para determinar un aumento, disminución o cambio en dos o más períodos económicos consecutivos.

Pues según (Coello, 2016) expresa que permite:

- Resumen de la estructura presupuestaria. Indica la relevancia de una cuenta o grupo de cuentas en el estado.
- Si un analista, líder o consultor está familiarizado con el negocio, puede mostrar la relación inversión-financiera entre los activos y pasivos que componen una decisión financiera.
- Puede evaluar las decisiones administrativas que llevaron a estos cambios y verificarlas posteriormente investigando el estado de los cambios.
- Pueden recomendar nuevas políticas para optimizar los costos, los precios y el financiamiento.
- Se puede elegir la estructura más rentable óptima y actuar como un control para el máximo beneficio.

1.2.4. *Aplicación de las NOF-FM.*

1.2.4.1. *Necesidades operativas de fondos*

Según (Ayala, 2017) las Necesidades Operativas de Fondos representan la inversión neta requerida para la inversión actual de la organización. En otras palabras, es la cantidad de dinero necesaria para funcionar: liquidez mínima y esencial para mantener liquidez, comprar acciones y prestar

crédito a los deudores. percibiendo el apoyo de los proveedores, así como el resto de la financiación sin interés que surja de la actividad económica.

$$NOF = \text{Activo Corriente} - \text{Pasivo Espontáneo}$$

1.2.4.2. *Importancia de las necesidades operativas de fondos*

Ayudarán a costear una porción de este efectivo, proveedores, necesidades bancarias de corto plazo (incluye sobregiros), impuestos, obligaciones de seguridad social y de los empleados, y otras deudas voluntarias.

Fondo de Maniobra

(Freire, 2018) explica que el incremento del fondo de maniobra indica mayor estabilidad financiera, pero no debido al excedente de activo circulante (el aumento de las cuentas por cobrar no significa que se perderá la estabilidad financiera), simboliza recursos financieros disponibles para financiar las operaciones de la organización, “las inversiones netas necesarias que realiza la empresa para poder llevar a cabo las operaciones corrientes de su ciclo de explotación”

$$FM = \text{Activos corrientes} - \text{Pasivos espontaneos}$$

Se puede dar dos tipos de situaciones

$FM > NOF$. En el ejercicio económico normal de las empresas se producen excedentes de tesorería, que financian inversiones en activo no operativo.

$FM < NOF$. Existe un déficit de tesorería y dicho déficit se cubre con recursos negociados.

En el caso de que exista un déficit de tesorería que se cubre con recursos negociados, procede un análisis para determinar si el comienzo de la misma se debe a una insuficiencia del FM o a unas NOF anormalmente elevadas. Si ocurre lo primero, la empresa de volver a definir su estructura de capital; si ocurre lo segundo, se debe determinar si hay retrasos en los costos o una lenta rotación de las existencias o si el plazo acordado con los proveedores es demasiado corto para tomar las decisiones oportunas que permitan corregir la situación.

1.2.5. *Herramientas de la evaluación financiera*

Existen diversas herramientas para evaluar la situación financiera de las empresas, en este caso, se trabajará con la aplicación de indicadores financieros lo que promoverá a una apropiada toma de decisiones.

1.2.6. *Ratios financieros*

Los indicadores financieros o razones financieras nos permiten tener una visión amplia de las decisiones financieras de la empresa en base a los estados financieros durante un período específico (Jurado, Narváez, Revela, Salvador, & Ruiz, 2017).

Es una relación entre cifras de ciertos informes contables su propósito de reflejar en forma objetiva el comportamiento de la misma. Refleja, en forma numérica, el comportamiento o el desempeño de toda una empresa u organización sean estas micro, pequeñas, medianas o grandes.

1.2.6.1. *Importancia de los indicadores financiero*

Los indicadores financieros son de gran importancia pues nos permiten conocer e identificar la situación financiera de cualquier empresa, su estado actual y real que está experimentando, con el objetivo emitir conclusiones, planear y tomar decisiones con ello realizar una mejor inversión, financiación o endeudamiento.

A continuación, se muestra los Ratios financieros Ver fig. 1.

Clasificación de los ratios financieros

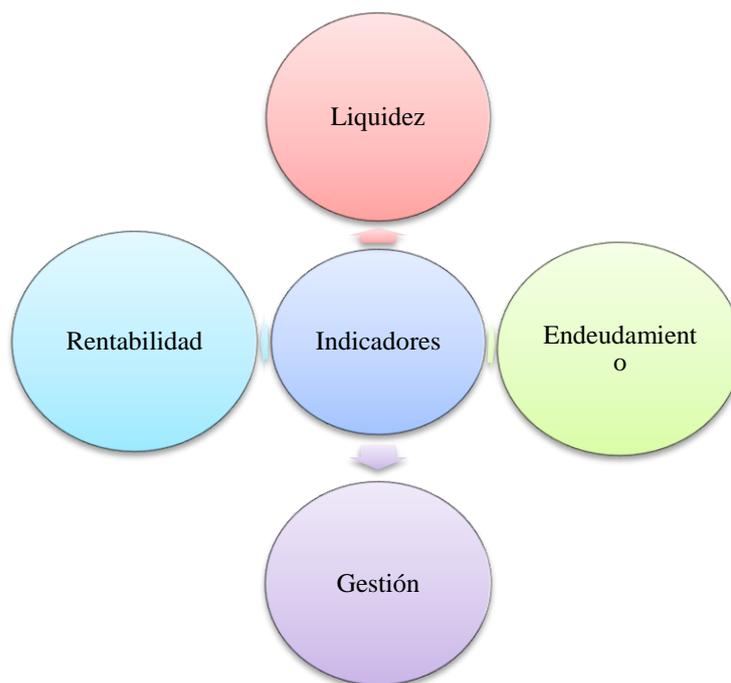


Ilustración 2-1: Clasificación de los Ratios Financieros

Realizado por: Gadway, M.2020.

1.2.6.2. *Indicadores de liquidez*

Se refiere al recurso de fondos suficientes para satisfacer las responsabilidades financieras de una entidad a su vencimiento. Sirve al beneficiario para medir la colocación de los recursos de la entidad para satisfacer sus compromisos de efectivo en el corto plazo, incluye razones financieras. (Cervantes, Biese, Cortés, García, & Gras, 2019) además, el ratio de la liquidez nos permite conocer la facilidad de convertibilidad de un bien en efectivo.

- **Liquidez Corriente:** Según (Lloret & Puig, 2019) mide la capacidad de la compañía para liquidar sus obligaciones a corto plazo, dado el potencial de retrasos de los clientes y las dificultades actuales para vender la totalidad de sus acciones en el futuro en el corto plazo, entonces los activos corrientes deben ser mayores que los pasivos corrientes.

$$Liquidez\ Corriente = \frac{Activo\ Corriente}{Pasivo\ Corriente}$$

- **Prueba ácida:** Este indicador mide la liquidez que se calcula al dividir los Activos corrientes menos el Inventario entre el Pasivo Corriente.

$$Prueba \acute{a}cida = \frac{(Activo Corriente - Inventarios)}{Pasivo Corriente}$$

- **Capital de trabajo:** Determina la disponibilidad de dinero para solventar las operaciones del negocio.

$$Capital \ de \ trabajo = Activo \ Corriente - Pasivo \ Corriente$$

1.2.6.3. Indicadores de endeudamiento

Según (Superintendencia de Compañías., 2015) los ratios de endeudamiento o solvencia tienen como objetivo medir el alcance y la forma de participación de los acreedores en la financiación de la empresa. También crea riesgos para estos acreedores y dueños de negocios y la conveniencia o inconveniencia de pedir prestado. Por su parte, los acreedores, para obtener nuevo capital, suelen preferir empresas con deuda “baja”, buena liquidez y alta rentabilidad, que son factores que reducen el riesgo crediticio.

- **Endeudamiento del Activo:** (SUPERCIAS, 2015) expresa que este indicador le permite determinar el grado de autonomía financiera. Un índice alto indica que la empresa depende en gran medida de los prestamistas y tiene una capacidad crediticia limitada, es decir, está desconectada de la deuda y opera con una estructura financiera más riesgosa. Por el contrario, un índice bajo indica un alto grado de independencia de la empresa de sus acreedores.

$$Endeudamiento \ del \ Activo = \frac{Pasivo \ Total}{Activo \ Total}$$

- **Endeudamiento Patrimonial:** Este indicador mide el grado de compromiso del patrimonio para con los acreedores de la empresa, además muestra la capacidad de créditos con ello determinar si los propietarios o los acreedores son los que financian mayormente a la empresa, (Ordoñez, 2018) mostrando el origen de los fondos que ésta utiliza, ya sean propios o ajenos e indicando si el capital o el patrimonio son o no suficientes.

$$Endeudamiento \ Patrimonial = \frac{Pasivo \ Total}{Patrimonio}$$

- **Endeudamiento del Activo Fijo:** Este indicador determina el grado de compromiso patrimonial de cada unidad de inversión en activos fijos de la empresa. (Superintendencia de Compañías., 2015)

$$\text{Endeudamiento del Activo Fijo} = \frac{\text{Patrimonio}}{\text{Activo Fijo Neto Tangible}}$$

- **Apalancamiento:** (Méndez, 2020) Interpretado como el número de unidades monetarias de activos realizadas por cada patrimonio de unidades monetarias. Es decir, determina el grado de apoyo de los recursos internos de la empresa a recursos de terceros. En el ámbito de las finanzas comerciales se denomina apalancamiento. Es una estrategia que se utiliza para incrementar las ganancias, es decir, la ganancia obtenida con su propio capital.

$$\text{Apalancamiento} = \frac{\text{Activo Total}}{\text{Patrimonio}}$$

- **Apalancamiento Financiero:** (Esparza, 2017) expresa que es básicamente una estrategia que permite utilizar deuda con terceros, es decir, y cómo contribuye a la rentabilidad de la empresa.

$$\text{Apalancamiento financiero} = \frac{\frac{\text{Utilidades antes de impuestos}}{\text{Patrimonio}}}{\frac{\text{Utilidad antes de impuestos e intereses}}{\text{Activo Total}}}$$

En la relación, el numerador representa el rendimiento sobre el capital y el denominador representa el rendimiento sobre los activos.

1.2.6.4. *Indicadores de gestión*

Indicadores de desempeño buscan analizar la gestión de la empresa y su desempeño durante el período de análisis de los estados financieros. También miden la liquidez y la eficiencia de los activos que una empresa utiliza para aumentar las ventas y las ganancias, como el inventario, las cuentas por cobrar y las cuentas por pagar (Jurado, Narváez, Revela, Salvador, & Ruiz, 2017).

- **Rotación de Inventarios:** Mide la actividad o liquidez del inventario de una empresa.

$$\text{Rotación de Inventarios} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Inventarios}}$$

- **Rotación de cuentas por cobrar:** Mide la rapidez en que se convierten en efectivo las cuentas por cobrar.

$$\text{Rotación de cartera} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Cuentas por cobrar}}$$

- **Rotación de cuentas por pagar:** Mide el número de veces en que se convierte en efectivo las Cuentas por Pagar.

$$\text{Rotación de cuentas x pagar} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Cuentas por pagar}}$$

- **Rotación del Activo Fijo:** Indica el número de unidades de moneda vendidas por unidad de moneda invertida en el activo fijo. También indica que las ventas pueden disminuir; Por lo tanto, las ventas deben ser proporcionales al monto invertido en planta y equipo. De lo contrario, las ganancias se reducirán a medida que incurran en la depreciación de equipos redundantes o costosos; Beneficios hipotecarios y costos de mantenimiento (Superintendencia de Compañías., 2015).

$$\text{Rotación de activo fijo} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Fijo Neto Tangible}}$$

- **Rotación de Ventas:** A través de esta relación, se mide la eficiencia general de utilización de los activos, que también indica la frecuencia con la que se usa el activo hasta cierto punto.

$$\text{Rotación de ventas} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Total}}$$

- **Período Medio de Cobranza:** (Benitez, 2020) expresa que este indicador permite evaluar la liquidez (en días) que tarda una entidad para que las cuentas por cobrar comerciales se vuelvan efectivo, es decir, mientras mínimo sea el número de días, mostrara agilidad en los cobros de las cuentas que deben ciertos clientes, con ello permitiría que la empresa mantenga efectivo y solvente sus operaciones.

$$\text{Período medio de cobranza} = \frac{\text{Cuentas y Documentos por Cobrar} * 365}{\text{Ventas}}$$

- **Período Medio de Pago:** Indica el número de días que la compañía tarda en cubrir sus obligaciones de las existencias. El coeficiente muestra mayor significado al comparar el índice de liquidez y el período medio de cobranza (Superintendencia de Compañías., 2015).

$$\text{Período medio de pago} = \frac{\text{Cuentas y Documentos por Pagar} * 365}{\text{Inventarios}}$$

- **Impacto de los Gastos de Administración y Ventas:** La empresa puede presentar un margen bruto relativamente positivo, este puede disminuirse por el egreso de gastos operacionales (administrativos y de ventas) y luego registrarán un bajo margen operacional y por consecuencia la disminución de las utilidades netas de la empresa.

$$\text{Impacto de los gastos administrativos y de Ventas} = \frac{\text{Gastos Admin. y Ventas}}{\text{Ventas}}$$

1.2.7. Rentabilidad

(Redalyc, 2017, págs. 8-9) explica que la rentabilidad es un concepto que se aplica a cualquier actividad económica en la que se movilizan recursos físicos, humanos y financieros para alcanzar resultados, es decir, la rentabilidad, son la base de las metas marcadas por cada empresa. sobre la rentabilidad de los fondos invertidos en la realización de determinados tipos de actividades durante un determinado período de tiempo. También se puede definir como el resultado de decisiones tomadas por la dirección de la empresa.

La tasa de rendimiento intenta estimar la cantidad de rendimiento de las inversiones que las han generado, independientemente de si incluyen activos totales o patrimonio en sus cálculos. La rentabilidad es la relación que existe entre la utilidad y la inversión, ya que mide tanto la efectividad de la gerencia de una empresa, demostrada por los beneficios alcanzados de las ventas y uso de inversiones.

1.2.7.1. Importancia para determinar la rentabilidad

(Mejía, 2016) indica la importancia de determinar la rentabilidad.

- Determina la cantidad de resultado Utilidad generado por un insumo (El capital invertido)
- Facilita realizar comparaciones con el costo de capital o con inversiones alternativas libre de riesgo.

- Permite la conveniencia de mantener o acrecentar una determinada inversión en un sector económico o en otro.

Rentabilidad Económica o Rendimiento ROA (Return on Assets)

(Piza, 2018) menciona que el rendimiento ROA es uno de los indicadores financieros más utilizados por las organizaciones para medir su rentabilidad y su importancia está dada en la relación entre el beneficio logrado en un periodo y la totalidad de los activos de una compañía.

$$\text{Rentabilidad Económica} = \frac{\text{Beneficio neto}}{\text{Activos totales netos.}}$$

ROA o también conocido como el rendimiento sobre lo invertido mide la capacidad de la compañía para generar utilidades con los recursos disponibles, se considera que si el valor del coeficiente es alto la empresa está correctamente utilizando o empleando sus recursos, y está compuesta por la rotación de los activos y el margen de utilidad neta.

Rentabilidad financiera o Rendimiento ROE (Return on Equity)

Según (Redalyc, 2017, pág. 11) la rentabilidad financiera (ROE) se refiere a una medida de la rentabilidad del capital propio en un período de tiempo determinado, y no suele estar relacionada con la distribución de resultados. Por tanto, la rentabilidad financiera puede considerarse como una medida de rentabilidad más cercana a los accionistas.

$$\text{Rentabilidad Financiera} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Capital Contable.}}$$

Muestra la eficiencia de la producción de capital o de activos de los accionistas para generar ganancias. Cuanto mayor sea la proporción, mayor será el rendimiento por cada dólar invertido por los accionistas.

1.2.7.2. Factores que determinan la rentabilidad

Según (BECERRA, 2018, pág. 20), las principales estrategias que conducirán a obtener mayores utilidades y con ello una mayor rentabilidad son:

- Más participación en el mercado del giro del negocio

- Mayor calidad relativa
- Disminución de costos promedio

La mayor calidad relativa será necesario; puesto que una buena estrategia de calidad por medio de una diferenciación en el producto conllevará a una mejor acogida y percepción por parte del consumidor, resumiendo en el aumento de ventas y mayor de la participación del mercado. Es así que las ganancias generadas son engañosas cuando se presenta una pérdida de capacidad de competencia, por lo que es necesario tomar en cuenta los elementos señalados, que se resumen en estrategias de innovación y determinación para asegurar el éxito de la empresa. Ver fig. 1

Estrategias financieras para incrementar la rentabilidad de las empresas



Ilustración 3-1: Estrategias Financieras para Incrementar la Rentabilidad de las Empresas

Fuente: (Zurita, Pucutay, Córdova, & León, 2019).

1.2.7.3. Indicadores de rentabilidad

Según (Zurita T. , 2018) los ratios de rentabilidad, está conformado por un grupo de factores, cuyo objetivo es probar si la empresa genera ingresos, para solventar sus obligaciones, tanto proveedores como propietarios; en otras palabras permiten estudiar la extensión que tiene la organización, para generar beneficios económicos en base a sus ingresos, activos e inversiones.

- **Rentabilidad neta del activo**

(Superintendencia de Compañías., 2015) muestra que esta razón muestra la capacidad del activo para producir utilidades, independientemente de la forma como haya sido financiado, ya sea con deuda o patrimonio.

$$Rentabilidad = \frac{Utilidad\ Neta}{Ventas} * \frac{Ventas}{Activo\ Total}$$

En algunos casos este indicador puede ser negativo pues para obtener las utilidades netas, las utilidades del ejercicio se muestran afectadas por influencia de conciliación tributaria, en la cual, si concurre con un monto muy alto de gastos no deducibles el impuesto a la renta tendrá un valor elevado, y este al sumarse con la participación de trabajadores puede ser incluso superior a la utilidad del ejercicio.

- **Margen Bruto**

Según (Juarado & Revelo, 2017) el margen de utilidad bruta nos permite comprender la rentabilidad de las ventas en comparación con el costo de ventas, que mide la participación de cada dólar de ventas que recibe una empresa después de pagar los bienes.

$$Margen\ bruto = \frac{Ventas - Costo\ de\ Ventas}{Ventas}$$

- **Margen Operacional**

La utilidad operacional según (Andrade, 2021), la utilidad operativa se ve afectada por los costos y gastos operativos administrativos, este indicador muestra el nivel de eficiencia en la gestión de los recursos operativos de la empresa.

$$Margen\ operacional = \frac{Utilidad\ Operacional}{Ventas}$$

- **Rentabilidad Neta de Ventas (Margen Neto)**

(Nuñez, 2018) menciona que estos índices de rentabilidad de las ventas revelan la utilidad de la empresa por unidad de ventas, es decir, se compone de los ingresos obtenidos por cada dólar invertido.

$$\text{Margen neta} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$$

- **Rentabilidad Operacional del Patrimonio:** Se determina midiendo la utilidad neta relacionada con la inversión del propietario de la empresa, sin considerar los gastos financieros o impuestos y la participación de los trabajadores.

$$\text{Rentabilidad operacional del patrimonio} = \frac{\text{Utilidad Operacional}}{\text{Patrimonio}}$$

- **Rentabilidad Financiera:** Es un indicador que mide el impacto de la facturación, el apalancamiento financiero y los impuestos sobre la ganancia neta, es decir, calcula la ganancia neta relacionada con la inversión del propietario de la empresa (deduciendo los gastos financieros, los impuestos y la participación de los empleados).

$$\text{Rentabilidad financiera} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo}} * \frac{\text{UAI}}{\text{Ventas}} * \frac{\text{Activo}}{\text{Patrimonio}} * \frac{\text{UAI}}{\text{UAI}} * \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{UAI}}$$

1.3. Marco conceptual

Activo: Recursos que se generan debido a hechos pasados y que brindan beneficios económicos al sujeto en el futuro (Gutiérrez, 2019).

Activo neto tangible: Son recursos con valor económico por los que la empresa no tiene deuda (Donoso, 2017).

Beneficio: Es la diferencia entre ingresos y gastos, lo que significa que, si es un saldo positivo, es un ingreso (López J. , 2018)

Equity: (Aparicio, 2020) menciona que es igual al valor de la empresa, es decir, al patrimonio de una empresa se le suele llamar patrimonio neto, y representa la liquidación del monto si se les devuelve todos los activos.

Endeudamiento: Son todas las obligaciones financieras que la empresa ha suscrito con una entidad o empresa financiera (ISEF, 2019).

Estrategia: La estrategia es la determinación de metas a corto o largo plazo, y define la elección de áreas en las que competirá la empresa y la forma de ingresar a estas áreas (Porter 2015).

Gasto Operacional: Son los decrementos generados por el progreso de su actividad económica, pueden estar sujetos a variaciones.

Indicador: Según (Sánchez, 2020), Es una expresión cuantitativa visible y verificable, que permite representar características, comportamientos o fenómenos de la realidad, esto se logra a través del cálculo de una variable o una relación entre ellas.

Ingreso: según las (NIC., 2015) es el origen de intereses económicos, durante un periodo, surgidos en el lecho de las actividades ordinarias de una entidad, siempre que tal entrada dé zona a un crecimiento en el patrimonio, que no esté relacionado con las aportaciones de los propietarios de ese patrimonio.

Inversión: Es la colectividad de fortuna que se emplean para producir algo (proporcionadamente o servicio), para que en un futuro genere capital extra, con la espera de lograr una ganancia (López J. , 2018).

Pronóstico: Es una estimación cuantitativa o cualitativa de uno o varios factores, que conforman un evento futuro, con base en información actual o anterior (Villarreal, 2016).

Riesgo: Es la probabilidad de que ocurra un evento indeseable en una empresa u organización afectando económicamente.

CAPÍTULO II

2. MARCO METODOLÓGICO

2.1. Enfoque de investigación

Cuantitativo: (Sanchez, 2020) mencionó que la investigación bajo métodos cuantitativos se denomina así porque se ocupa de fenómenos medibles (es decir, se les puede asignar un número, como estados financieros, índices financieros).

Cualitativo: Según (Mejía 2014, p. 43) se entiende como un "programa metodológico que utiliza palabras, palabras, discursos, fotografías, ilustraciones e imágenes para estudiar cualitativamente diferentes objetos y comprender la vida social del sujeto a través del significado que desarrolla". El enfoque de la investigación es cualitativo porque se plantea estrategias de rendimiento para fomentar la rentabilidad y cuantitativo debido a que está sustentado en estados financieros y cálculos de ratios financieros en la empresa Gadway Hair Care & Beauty, de los periodos 2017 al 2019.

2.2. Nivel de Investigación

Descriptivo: Según (Vásquez, 2020) Los estudios descriptivos seleccionan una serie de puntos y cada pregunta se mide de forma independiente. Desde un punto de vista científico, la descripción es medida, tratan de explicar los atributos importantes de la persona, grupo, comunidad o cualquier otro fenómeno analizado.

Es por ello que el nivel de investigación es de carácter descriptivo, pues se logra exponer el análisis situacional financiero, además está sujeto a un análisis del medio interno y externo de la situación económica del país y de la empresa la actual, brindando un pronóstico de lo que sucederá a futuro en dicha empresa.

2.3. Diseño de investigación

Investigación no experimental: Desde el punto de vista de (Vásquez, 2020) significa que el diseño no experimental no tiene determinación aleatoria, variables manipuladas o grupos de comparación. Los investigadores observan lo que sucede de forma natural y no intervienen de ninguna manera.

El trabajo a realizar es de carácter no experimental de aplicación práctica pues se aplica cálculos y herramientas financieras ya establecidas, como las ratios, análisis horizontal y vertical, NOF, FM, ROE, ROA; mediante el uso de métodos y técnicas de análisis financiero y transversal porque se obtiene a través de una entrevista al gerente, la información del objeto del estudio se obtiene una única vez y no involucra seguimiento.

2.4. Tipo de estudio

Investigación Aplicada: La característica de la investigación aplicada es buscar aplicar o utilizar los conocimientos adquiridos luego de la implementación y sistematización de la práctica basada en la investigación, y al mismo tiempo implementar y sistematizar la práctica fundada en investigación (Vargas, 2009).

Estudio de campo (2021): Para (Ortega, 2017) se apoya en investigaciones que proceden de, encuestas, entrevistas, cuestionarios y observaciones.

Estudio Documental: (Ortega, 2017) menciona que depende de la fuente de la literatura. como subtipos de esta investigación, se encuentran la bibliografía, la filología y la investigación de archivos; la primera se enfoca en la consulta de libros, la segunda se basa en artículos o trabajos de revistas y periódicos, y la tercera se basa en documentos de archivo, cartas oficiales, avisos, documentos, etc.

El presente trabajo de investigación; es aplicada por que tiene como propósito la solución de problemas financieros de la empresa, es de campo (2021). porque se observa los fenómenos en un ambiente natural y documental porque se apoya en fuentes de carácter documental como libros, artículos y documentación financiera de la empresa.

2.5. Población y muestra

2.5.1. Población empresa

En esta investigación se trabajó con toda la población ya que está enfocado solo a los trabajadores internos de la empresa en el que se encuentran 15 empleados, involucradas en los diferentes departamentos de la Empresa Gadvay Hair Care & Beauty.

Tabla 1-2: Población de estudio

SECCION	N
Gerente	1
Supervisora de ventas	1
Financiero	2
Contabilidad	1
Área de Ventas	6
Área de Bodega	4

Fuente: Gadway Hair Care & Beauty (2021).

Realizado por: Gadway, M. 2021.

En la empresa Gadway Hair Care & Beauty, se aplicó las entrevistas específicamente en las secciones detalladas, con el objetivo de conocer su opinión acerca de la evaluación financiera y rentabilidad de la compañía, así como las estrategias para el desarrollo de la empresa.

2.5.1.1. *Población de análisis*

Para el presente trabajo de investigación se utiliza como base los estados financieros proporcionados por los administradores de la empresa tales como; balance general y estado de resultados de los años 2017, 2018, 2019. Ver anexo 1 y 2.

2.5.1.2. *Población clientes*

La empresa no cuenta con compradores fijos, para esta investigación se toma datos de número de clientes asistidos el día sábado debido a que existe mayor concurrencia de clientes los mismos que evalúan el ambiente y clima laboral, así como la calidad y precio de sus productos.

2.5.1.3. *Muestra*

Para aplicación de la encuesta se optó por la metodología de muestreo no probabilístico a conveniencia pues permite obtener muestras específicas, debido a que no tienen clientes fijos y se optara por el tamaño a conveniencia; se elegirá los dos sábados del mes de marzo de la población que asista en los días mencionados, a las 11 de la mañana el mismo que durara una hora por día; según (Otzen & Manterola, 2018) esta técnica permite seleccionar aquellos casos accesibles que acepten ser incluidos. Esto, fundamentado en la conveniente accesibilidad y proximidad de los sujetos para el investigador.

2.6. Métodos, técnicas e instrumentos de investigación

2.6.1. Método de la investigación

En el presente proceso del trabajo de investigación utilizara el método deductivo e inductivo:

Método deductivo: (Prieto, 2017) menciona que la aplicación es completamente diferente, porque en este caso, la deducción interna de los humanos nos permite pasar de principios generales a hechos específicos. Esto se traduce esencialmente en un análisis de los principios generales de un tema específico: una vez que un principio es verificado y validado, se aplica a un contexto específico.

El cual parte de lo general a lo particular, con este método se van a mostrar los diferentes cálculos correspondientes a las razones financieras las mismas que estarán detalladas en el marco teórico.

Método inductivo: Según (Prieto, 2017) es un método basado en el razonamiento, que "permite pasar de hechos concretos a principios generales, e incluir fundamentalmente la investigación u observación de hechos o experiencias concretas, pudiendo resumirse las conclusiones extraídas. o Permitir que se derive de ella una base teórica.

Para el presente trabajo de titulación se enfoca en el método inductivo por que va de lo particular a lo general, es así como orientando en el problema se muestra algunas alternativas donde la empresa podrá direccionar sus recursos.

2.6.2. Técnicas de la investigación

La entrevista: (Díaz, 2017) explica que la recolección de datos es una técnica útil en la investigación, se define como un diálogo que propone un propósito específico, más que un simple acto de hablar. Es una herramienta técnica en forma de diálogo coloquial.

Es así que es dirigida y aplicada al Gerente General de la empresa Gadway Hair Care & Beauty., de la ciudad de Machala provincia del Oro, esto con el propósito de adquirir información sobre el manejo financiero de la empresa y con el objetivo de identificar las falencias con ello desarrollar el proceso de investigación. Ver anexo 3

Observación: Las técnicas de observación incluyen observar personas, fenómenos, hechos, casos, objetos, acciones, situaciones, etc., para obtener cierta información necesaria para la investigación (Castellanos, 2017).

Para la presente investigación, la observación es necesaria para conocer el ambiente laboral y la atención al cliente, con ello comprobar y valorar el desempeño personal. Ver anexo 4

Encuesta; (López & Roldan, 2016) menciona que la encuesta es una de las técnicas de investigación social más utilizadas en el campo de la sociología, que ha trascendido el ámbito de la investigación científica estricta y que tarde o temprano se convertirá en una actividad cotidiana de cada uno. Se realiza la encuesta directamente a los clientes de la empresa con el fin de indagar información para desarrollar estrategias que ayuden a fidelizar al cliente. Ver anexo 5

2.6.3. Validación de la encuesta Alfa de Cronbach

Para validar la encuesta dirigida a la empresa Gadway Hair Care & Beauty se empleó el método alfa de Cronbach con ello permite obtener confiabilidad de la información para lo cual se empleó su fórmula pues según (Bojorquez, 2015) el valor mínimo admisible para el coeficiente alfa de Cronbach es 0.7 caso contrario sea debajo de ese valor la consistencia interna de la escala utilizada es baja.

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

α : Coeficiente de confiabilidad del cuestionario

k: Número de ítems del instrumento

Si: Sumatoria de las varianzas de los ítems

ST: Varianza total del instrumento

2.6.4. Instrumentos

Guía de entrevista: Esta herramienta le permite crear, planificar y organizar las preguntas necesarias para determinar la información en función del contenido que desea investigar. (Perugachi, 2017).

Sirve como guía, permitiendo realizar la entrevista, en el que muestra preguntas abiertas así conocer la situación actual de la empresa, estrategias y las acciones que se están llevando efecto, para la solución de las debilidades se establecerá preguntas que ayuden a conocer la proyección financiera en un periodo de etapa.

Guía de Observación; (Castellanos, 2017) señala que, el registro visual de lo sucedido en situaciones reales, clasifica y registra los datos según el esquema planificado y el problema en estudio.

Se elabora un formato direccionado a la empresa en su actividad, para observar el comportamiento de su entorno, tanto de los trabajadores y clientes.

Cuestionario; Como afirma (López & Roldan, 2016) recolecta preguntas a partir de datos para aparecer de manera sistemática y ordenada, y determina las respuestas a través del sistema de registro simple establecido.

Sirve como un registro de información por parte de los clientes para identificar sus preferencias y necesidades.

2.7. Interrogantes de estudio

Idea a defender

La evaluación financiera incide en la determinación óptima de la rentabilidad para la empresa Gadvay Hair Care & Beauty de la ciudad de Machala provincia del Oro, período 2017 – 2019?

Variables.

Variable independiente: Evaluación financiera

Variable dependiente: Rentabilidad

CAPÍTULO III

3. MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

3.1. Resultados

En este capítulo se detalla la guía de entrevistas, encuesta, guía de observación, junto a cada una de sus respuestas estudiadas, además seguido de esto continua con la evaluación y análisis de las herramientas aplicadas en los estados financieros de la empresa Gadvay Hair Care & Beauty.

3.1.1. Entrevistas

Guía de entrevista aplicado al Gerente General

GUÍA DE ENTREVISTA APLICADO AL GERENTE DE LA EMPRESA GADVAY HAIR CARE & BEAUTY

Objetivo: Conocer la situación financiera, por medio de la aplicación de entrevista, con ello demostrar la ejecución de la evaluación financiera a fin de determinar la rentabilidad, misma que será confidencial únicamente utilizada con fines académicos.

Entrevistador: María Liliana Gadvay

Entrevistado: Carlos Gadvay

Cargo: Gerente

Hora: 14:00 pm

Fecha:04/03/2021

Tabla 1-3: Guía de entrevista al gerente

N°	PREGUNTA	RESPUESTA
1.	¿Cuáles son las fortalezas y debilidades que la empresa ha afrontado en los períodos 2017 - 2019?	Como fortaleza la sistematización contable, debilidad el transporte de cooperativas en su totalidad; se desplazaron a una sola terminal.
2.	¿Cómo enfrentaría usted las debilidades económicas y financieras de la empresa para solventar dichas alteraciones que presente la compañía a futuro?	Vendiendo algún bien o buscando financiamiento mediante un crédito.

3.	¿Qué objetivos se ha planeado la empresa Gadvay Hair Care & Beauty para el crecimiento económico en los 3 últimos años?	Buscar más puntos de venta estratégicos, además de crecer en la estructura empresarial.
4.	¿En estos últimos 3 años como ha diagnosticado la fidelidad de sus consumidores?	Buena, debido a la trayectoria que tiene la empresa se ha podido captar varios clientes, e incluso se están añadiendo algunos clientes eventuales.
5.	¿Cuál es el mayor rubro donde la empresa Gadvay Hair Care & Beauty ha invertido en los tres últimos años?	En la apertura de nuevas sucursales, esto se lo realizo con el fin de captar más clientes y así la empresa sea reconocida y elegida con gran facilidad en sus productos.
6.	¿Desde su punto de vista, realice un análisis breve de evaluación financiera de su empresa según la liquidez y gestión?	La empresa no maneja evaluación financiera.
7.	Detalle rápidamente como se apalanca financieramente la empresa Gadvay Hair Care & Beauty.	El capital que se recibe por ventas diarias, con ello son invertidos en pago a proveedores.
8.	¿Como considera usted que se encuentra su compañía en sus niveles rentabilidad frente a su retorno de las inversiones?	Estable; sin embargo, no muestra datos exactos de rentabilidad debido a la falta de una evaluación financiera.
9.	¿Cuáles son las amenazas que presenta la compañía de cosméticos en el mercado?	La competencia.
10.	¿Sus clientes como han reaccionado ante el efecto de la emergencia sanitaria en función a su comportamiento de compra?	Normal, no habido gran cambio, las ventas continúan pese a las restricciones a nivel nacional.
11.	¿Por qué razón cree usted que prefieren los clientes los productos de la Gadvay Hair Care & Beauty?	Porque se oferta variedad en productos, sin perder la calidad, además otorgamos garantía con el fin de satisfacer las necesidades y requerimientos del consumidor.
12.	¿Como proyectaría usted afrontar las nuevas oportunidades de crecimiento financiero y de ventas a futuro?	Adquiriendo profesionales con experiencia que se aporten al fortalecimiento de la empresa.
13.	¿Cómo evalúa usted el crecimiento económico y financiero de su empresa en los últimos años?	Sin duda la empresa va creciendo debido al incremento en ventas, logrando un mejor equipamiento de la empresa, obtenidas con las utilidades retenidas.
14.	¿Qué acciones está tomando para mejorar la rentabilidad, liquidez, el crecimiento de la compañía?	Surtir más la mercancía e innovar la exhibición de los productos, además de ofrecer beneficios

atractivos para captar más clientes y con ello mejorar las utilidades.

Fuente: Investigación de campo (2021).. 2021.

Realizado por: Gadway, M. 2021.

Análisis

El gerente de la empresa Gadway Hair Care & Beauty menciona que presenta una buena sistematización contable; aportando así al fortalecimiento al momento del manejo eficiente y eficaz de las ventas y presentar sus registros contables, sin embargo no cuenta con la evaluación financiera es decir no conoce los resultados en cuanto a la liquidez, gestión, endeudamiento, rentabilidad, en su momento la empresa tuvo una disminución en sus ventas debido al cambio del terminal terrestre de Machala, bajando así sus ventas pues la matriz se encontraba a lado del mismo, por ello ha invertido gran parte de su capital en la apertura de nuevas sucursales; con la finalidad de fidelizar a sus clientes ofreciendo sus productos en muchos puntos de venta, una de las estrategias que tienen es evitar negociar con dinero que genere interés; optando por aprovechar los beneficios que ofrecen sus proveedores, pero otra forma de invertir en caso de no poder sostenerla económicamente optaría vender algún bien o el último caso apalancándose por medio de un crédito bancario.

3.1.1.1. Guía de entrevista aplicada a la jefa en ventas

ENTREVISTA DIRIGIDA AL DEPARTAMENTO DE VENTAS DE LA EMPRESA GADVAY HAIR CARE & BEAUTY

Objetivo: Conocer la situación financiera, por medio de la aplicación de entrevista, con ello demostrar la ejecución de la evaluación financiera a fin de determinar la rentabilidad, misma que será confidencial únicamente utilizada con fines académicos.

Entrevistador: María Liliana Gadvay

Entrevistado: Mercedes Cuñis

Cargo: Jefa de Ventas

Hora: 14:00 pm

Fecha: 04/03/2021

Tabla 2-3: Guía de entrevista aplicada a la jefa de ventas.

N°	PREGUNTA	RESPUESTA
1.	¿Cuáles son las fortalezas y debilidades que la empresa ha afrontado en los períodos 2017 - 2019?	Como fortaleza la sistematización contable y como debilidad el cambio del terminal terrestre a otro sector.
2.	¿Mencione cuáles son los objetivos que ha planteado la empresa para el crecimiento económico de la misma?	Ofrecer a nuestros clientes promociones, servicio técnico, garantía, capacitar a nuestros trabajadores en maquillaje y otros, con el fin de ofrecer mejores servicios para los consumidores con ello incrementar las ventas.
3.	¿En los periodos 2017- 2019 qué elementos fueron tomados en cuenta para fijar las metas en ventas?	Primero revisión de las ventas del año anterior luego enfatizarnos en; <ul style="list-style-type: none">• Verificar la calidad del producto.• Analizar la atención al cliente.• Movimiento del inventario.• Publicidad.
4.	¿Cuál es el mayor rubro donde la empresa Gadvay Hair Care & Beauty ha invertido en los años tres últimos años?	En inventarios y en aperturas sucursales ubicados en el terminal, Guabo, Pasaje, Ponce; que ofrezcan la misma mercadería que la empresa matriz.
5.	¿Ha recibido usted capacitaciones en los últimos 3	Si directamente en el área de Marketing y negocios; con el fin de ser aplicados en estrategias para incrementar las ventas.

años cuales fueron las temáticas tratadas?	
6. ¿Cuáles son las amenazas que presenta la compañía de cosméticos en el mercado?	La amenaza que está pasando la empresa es la presencia de la pandemia, porque las personas debemos cubrirnos parte de nuestro rostro reduciendo así el maquillaje y pintura para labios e incluso afectado a los demás productos por que la gente se abstiene a salir.
7. ¿Según el mercado de cosméticos como se encuentra la empresa frente a su con competencia?	Siempre alerta; variando mercadería, también se capacita siempre al personal que labora en la sección de ventas y personal de bodega, porque ellos están encargados de visualizar los productos que más rota y piden los clientes.
8. ¿Como considera usted que esta el nivel de ventas respecto al mercado	Moderadas, pues existen clientes eventuales
9. ¿Qué acciones está usted tomando frente a los efectos de la emergencia sanitaria para incrementar las ventas?	Entrega de compras a domicilio.
10. ¿Según los datos registrados cual es el comportamiento de cobro y devolución en ventas de la mercadería?	El cobro se lo hace en efectivo, la devolución se acepta uno que otro; por lo general se cambia por otro de mayor valor
11. ¿Cuál sería la estrategia primordial que tomaría el departamento de ventas para incrementar los ingresos?	Buen trato al cliente, atención inmediata y cumpliendo con todos los cuidados de bioseguridad.
12. ¿Las resoluciones optadas por parte del gerente es adecuado para la toma de decisiones?	Si, en realidad la toma de decisiones es familiar por la razón que es una empresa netamente familiar.
13. Mencione brevemente ¿Como es el ambiente de trabajo en la empresa?	En realidad, la empresa proyecta siempre el respeto mutuo entre todos quienes forman parte de la empresa Gadvay Hair Care & Beauty así poder ofrecer un trato acogedor al cliente.
14. ¿Según su punto de vista los recursos asignados al departamento de ventas son suficientes sí o no? ¿por qué?	Si son suficientes, porque la empresa depende de los ingresos generados por la venta de mercadería, para con ello poder ser utilizados para el pago de existencias.

15. ¿Cree usted que el departamento en ventas cuenta con suficientes habilidades para negociar los productos? ¿por qué?	Si, por que existe personal profesional capacitado en belleza; las mismas que ayudan al cliente a orientarse por el producto que le convenga.
16. ¿Mediante el cumplimiento de sus funciones como diagnostica usted el desarrollo administrativo de la gestión empresarial?	Buena; porque trabajamos adecuadamente acatándonos a los procesos para dirigir las funciones, ahorramos gastos innecesarios, motivando al personal con un buen trato a los trabajadores y pago a tiempo.

Fuente: Investigación de campo (2021).

Realizado por: Gadway, M. 2021.

Análisis

Según la entrevista a la jefa de ventas compaginan en su opinión dando a conocer que la fortaleza es contar con una buena sistematización contable, y su debilidad el cambio de lugar el terminal terrestre, los objetivos planteados para el crecimiento económico se basa en ofrecer algunos beneficios a sus clientes, capacitar a los trabajadores con el fin de ofrecer mejores servicios para los consumidores; con estos factores poder incrementar las ventas, pese a la amenaza de la pandemia, el trabajo siempre esta acatado a los procesos para dirigir las funciones tratando de ahorrar gastos innecesarios.

3.1.1.2. *Guía de entrevista aplicada a la contadora de la empresa*

**ENTREVISTA DIRIGIDA A LA SECCION DE
CONTABILIDAD DE LA EMPRESA GADVAY HAIR CARE & BEAUTY**

Objetivo: Conocer la situación financiera, por medio de la aplicación de entrevista, con ello demostrar la ejecución de la evaluación financiera a fin de determinar la rentabilidad, misma que será confidencial únicamente utilizada con fines académicos.

Entrevistado: Lic. Narcisa García

Entrevistador: María Liliana Gadvay

Cargo: Contadora

Hora: 14:00 pm

Fecha:04/03/2021

Tabla 3-3: Guía de entrevista aplicada a la sec. de contabilidad

N°	PREGUNTA	RESPUESTA
1.	¿Según los registros financieros de la empresa; cómo evalúa usted la situación económica-Financiera de la empresa en los periodos 2017al 2019?	Estable
2.	¿Cuáles son las herramientas financieras aplicadas en los últimos 3 años en la empresa Gadvay Hair Care & Beauty a las cuentas contables para tomar decisiones?	No se aplica aún ninguna herramienta financiera en la empresa.
3.	¿Como ha sido el comportamiento de rentabilidad según los periodos 2017 al 2019	A partir de la apertura de sucursales la rentabilidad aumento.
4.	¿Ha recibido usted capacitaciones en los últimos 3 años cuales fueron las temáticas tratadas?	Si. Régimen microempresas, actualizaciones en SRI.
5.	¿Usted presenta la información financiera adecuada y a tiempo para sus registros contables? ¿Por qué?	Si, para la toma correcta de decisiones.
6.	¿Cuáles han sido las amenazas o deficiencias que se han presentado en los registros contables?	Ninguna.
7.	¿Mediante la revisión de las cuentas principales como diagnostica usted el comportamiento contable de la empresa; ha decrecido o incrementado en movimiento monetario actualmente?	Ha incrementado.
8.	Realice un breve análisis de los datos contables registrados, la situación económica en que se encuentra la empresa actualmente.	Estable.

9. Realice un breve diagnóstico de la rentabilidad obtenida en la empresa; ha mantenido, aumentado o a sufrido alguna reducción.	Aumentado debido a que los compradores reconocen a la empresa comercial en varios lugares de Machala.
10. Detalle rápidamente como se apalanca financieramente la empresa Gadvay Hair Care & Beauty.	Las compras que se realizan a proveedores son proyectadas para un mes y así no tener mercadería sin rotación.
11. ¿Qué tipo de información financiera usted presenta a la compañía, según su punto de vista es adecuada o no, argumente por qué?	Reportes mensuales de compras y ventas.

Fuente: Investigación de campo (2021).

Realizado por: Gadvay, M. 2021.

Análisis

La empresa Gadvay Hair Care & Beauty se preocupa por el bienestar del personal para su mejor desempeño en el cargo que ejercen; por la misma razón designa un presupuesto para las capacitaciones, la situación económica financiera se encuentran estable aunque no se basa en el juicio tras un análisis luego de la evaluación de herramientas financieras, sin embargo se puede distinguir en los registros de estados financieros que la utilidad aumentado a partir de la apertura de sucursales, frente a este crecimiento se tiene más cuidado en las compras que se realizan a los proveedores; el mismo que está proyectado para un mes con ello no dejar la mercadería estancada, por esto la información que la sección de contabilidad entrega son reportes mensuales de compras y ventas siendo adecuada y útil para ayudar en la toma de decisiones.

3.1.1.3. Guía de entrevista aplicada a la jefa financiera

ENTREVISTA DIRIGIDA A LA SECCION FINANCIERA DE LA EMPRESA GADVAY HAIR CARE & BEAUTY

Objetivo: Conocer la situación financiera, por medio de la aplicación de entrevista, con ello demostrar la ejecución de la evaluación financiera a fin de determinar la rentabilidad, misma que será confidencial únicamente utilizada con fines académicos.

Entrevistador: María Liliana Gadvay

Entrevistado: Jessica Gadvay

Cargo: Jefa Financiera

Hora: 14:00 pm

Fecha:04/03/2021

Tabla 4-3: Guía de entrevista aplicada a la sec. financiera

N°	PREGUNTA	RESPUESTA
1.	¿Mencione cuáles son los objetivos que ha planteado la empresa para el crecimiento económico y financiero de la misma?	Captación de nuevos clientes, diversificación del negocio
2.	¿La información financiera que presenta contabilidad es útil y oportuna para la toma de decisiones?	Efectivamente ya que a través de la misma se analiza y corrige el comportamiento financiero.
3.	¿Como se encuentra la empresa en comparación de otros con la misma actividad económica?	Se puede alegar que bien desde una perspectiva microeconómica.
4.	¿Según los registros financieros de la empresa; cómo evalúa usted la situación económica-Financiera de la empresa en los periodos 2017al 2019?	Actualmente la empresa permanece estable y saludable en términos financieros el periodo del 2017al 2019 registra un índice de crecimiento del 5%
5.	Realice un análisis breve de la rentabilidad actual de la empresa.	No se realiza ningún tipo de indicadores que indique exactamente la rentabilidad de la empresa, pero según el estado de resultados ha crecido.
6.	¿Como considera usted que se encuentra la compañía en sus niveles rentabilidad frente a su retorno de las inversiones?	Efectivamente se encuentra en un nivel alto en base a lo que muestra el estado de resultados.

7. ¿Desde su punto de vista, realice un análisis breve de evaluación financiera en la empresa según la liquidez y gestión?	No aplica; al momento la empresa no realiza evaluación de herramientas financieras, para conocer dicho indicador.
8. ¿Según los registros analizados de la utilidad obtenida durante todo el año a donde suelen ser destinados por qué?	La utilidad obtenida sirve para volver a invertir en la compra de mercadería.
9. ¿Qué acciones tomaría usted para incrementar la rentabilidad y poseer liquidez adecuada en la empresa?	Establecer un sistema de incentivos y promoción justa.
10. ¿Como se encuentra financieramente la empresa de cosméticos Gadway Hair Care & Beauty, realice un breve análisis?	Financieramente saludable
11. Detalle rápidamente como se apalanca financieramente la empresa Gadway Hair Care & Beauty.	A través de los créditos proporcionados por los proveedores

Fuente: Investigación de campo (2021).

Realizado por: Gadway, M. 2021.

Análisis

Su objetivo se ha enfocado en la captación de nuevos clientes y diversificación de productos con el mismo fin, la decisiones a tomar se basa en la información oportuna que entrega contabilidad, según los registros financieros la empresa se encuentra estable; en el periodo 2017 al 2019 presenta un índice de crecimiento del 5%, sin embargo no realiza ningún tipo de indicadores que muestre exactamente la rentabilidad de la empresa, pero según el estado de resultados la utilidad ha crecido; con esta ganancia se invierte en la compra de mercadería, desde el punto de vista financiero busca apalancarse a través de los créditos proporcionados por los proveedores.

3.1.1.4. Resultados de las entrevistas

En base a las entrevistas realizadas a las diferentes secciones como el de gerencia, ventas, contabilidad y financiero de la empresa Gadway Hair Care & Beauty debido que es netamente familiar; las decisiones tomadas son por los mismos, mostrando el respeto y fomentando así un buen ambiente laboral junto a sus trabajadores y por consecuencia a sus clientes, ahora como fortaleza menciona que es la sistematización contable posibilitando así el procedimiento de los datos, incluso su personal en ventas son capacitadas en belleza lo que garantiza el asesoramiento de los cosméticos al momento de su compra, sobre todo capacita a sus trabajadores de otras secciones con diferentes temáticas como régimen de microempresas y actualizaciones del SRI,

marketing, belleza, entre otros, presenta variedad en productos a pesar de esto la empresa en el periodo 2017 al 2019 presento un problema; La cooperativa de transportes Machala estaba a lado del negocio; este tuvo una nueva sede en otro lugar; sin embargo, ha sido una oportunidad para abrir nuevas sucursales y expandir su negocio.

En base al análisis se determina que la empresa presenta algunas debilidades como presencia de la pandemia limitando a los compradores, falta del control financiero, aplicación de herramientas financieras para con ello detectar problemas a futuro y búsqueda de soluciones, a pesar de esto la empresa opta por vender al máximo ofreciendo productos de calidad, otorgando garantías especialmente en muebles o máquinas para peluquería; para solventar el pago de los proveedores aprovechando las facilidades de pago y evitar créditos que impliquen intereses.

La forma de pago de sus clientes es en efectivo, en cuanto a la devolución en compras es mínima, la empresa ha optado por evitar devoluciones en ventas aplicando por otra alternativa como el cambio de productos con un valor aún más alto, hoy en día las comercializaciones se han mantenido estables gracias a estrategias aplicadas como entregas a domicilio facilitando al cliente adquirir los productos, pero para la empresa ocasionan otros gastos, como es el de transporte.

La sección de finanzas se ha visto comprometida en la captación de nuevos clientes, diversificando sus productos y reduciendo costos, para así mantenerse bien lógicamente dentro de una microeconomía, pues se ha mantenido estable, menciona que ha tenido un crecimiento en la rentabilidad basándose en la utilidad que presenta el estado de resultados y esta ganancia destinan a compra de nueva mercadería.

3.1.2. Resultados de la Ficha de Observación

Guía de Observación

Tabla 5-3: Guía de entrevista

N	PREGUNTA	RESPUESTA		
		SI	NO	OBSERVACIÓN
1	¿Cuenta la empresa con misión y visión?	X		
2	¿La empresa se trazó objetivos a cumplir durante el año?	X		
3	¿Los objetivos planteados a corto y largo plazo, lo realizan junto a los empleados del área administrativa?	X		No, solo se encarga el Gerente General junto a su familia.
4	¿La empresa realiza una evaluación del cumplimiento de los objetivos?	X		
5	¿Realiza la empresa análisis y evaluación financiera?	X		No, se basa en los datos de estados financieros que arroja la empresa durante el año.
6	¿Posee manual de funciones y procedimientos?	X		
7	¿Verifica la empresa el comportamiento de la rentabilidad mediante herramientas financieras?	X		No, se verifica la ganancia en la utilidad.
8	¿Qué tipo de indicadores Financieros aplica?	X		No suele aplicar ningún tipo de herramientas financieras, el motivo es porque no solicita esta evaluación y análisis la empresa.
9	¿La empresa distribuye sus recursos según la rentabilidad obtenida en el año?	X		No, depende la necesidad o la oportunidad que se presente.
8	¿Antes de invertir la empresa elabora un plan estratégico?	X		
10	¿Existen políticas adjuntas a la contabilidad de la empresa?	X		

Fuente: Investigación de campo (2021).

Realizado por: Gadvay, M. 2021.

3.1.2.1. *Resultados de la ficha de observación*

Mediante la ficha de observación aplicada a la sección financiera Gadway Hair Care & Beauty se puede evidenciar que cuenta con misión y visión en cuanto a las decisiones a tomar dentro de la empresa lo hace el gerente junto a su familia debido que la empresa es netamente familiar, los objetivos no son medidos simplemente mencionan sobre un crecimiento de económico y financiero empírico, pese a esto no han aplicado ningún tipo de herramientas financieras por la misma situación desconocen el nivel de crecimiento referente a su liquidez, solvencia, endeudamiento y rentabilidad, tampoco posee manual de funciones y procedimientos es decir no tienen un documento serio donde indique las diferentes descripciones del puesto adjunto al trabajo que lo realizan; evitando que facilite la gestión en la entidad por quienes lo controlen, además la empresa no invierte en base a la rentabilidad obtenida durante el año sino dependiendo de la necesidad que se presente en el tiempo, sea por oportunidad de compra o expansión de su actividad económica, no elabora un plan estratégico para ejecutar la toma de decisiones en cuanto a la inversión, finalmente no presenta políticas adjuntas a la contabilidad esto sería un factor en contra de mejoras para el desempeño de la empresa en información financiera.

3.1.3. *Encuestas*

Las encuestas se realizaron a los clientes que asistieron los dos sábados del mes de marzo del 2021 de 11:00 am a 12 pm; con ello ayuda a evaluar el ambiente, clima laboral, así como la preferencia, calidad y precio de sus productos.

1. ¿Qué productos prioriza en su maquillaje o belleza?

Tabla 6-3: Prioridad en compras de maquillaje

	Frecuencia	Porcentaje
Maquillaje para el rostro	25	26,3%
Cosméticos para el cabello	36	37,9%
Cremas	11	11,6%
Artículos de belleza.	15	15,8%
Otros	8	8,4%
Total	95	100%

Fuente: Investigación de campo (2021).

Realizado por: Gadvay, M. 2021.

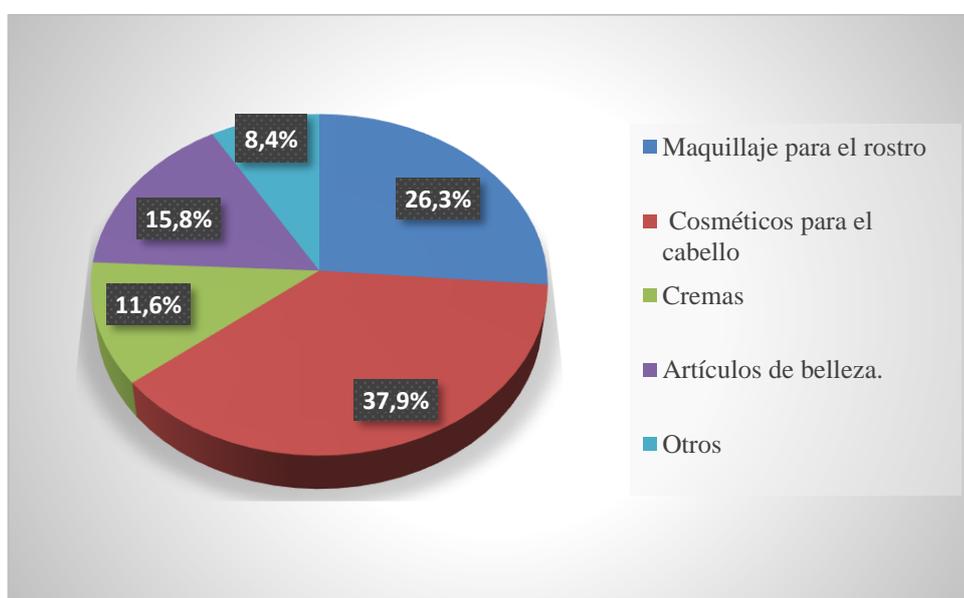


Ilustración 1-3: Prioridad en compras de maquillaje

Realizado por: Gadvay, M. 2021.

Interpretación y Análisis

Según los datos arrojados actualmente el 37.9% de los encuestados indica tener preferencia por los cosméticos para el cabello; las peluquerías son las que adquieren más productos en tintes, tratamientos, shampoo etc, ahora en el maquillaje para el rostro representa solo el 26.3% esto influye más por las restricciones sanitarias a causa de COVID-19; pues debido al cuidado sanitario todas las personas debemos usar cubrebocas; conllevando a la reducción de uso de maquillaje.

2. ¿Desde hace cuántos años adquiere los productos de Gadway Hair Care & Beauty?

Tabla 7-3: Tiempo que adquiere los productos de la empresa

	Frecuencia	Porcentaje
De 1 a 4 años	41	43,2%
De 4 a 8 años	27	28,4%
De 8 a 12 años	14	14,7%
De 12 a 16 años	6	6,3%
De 16 a 20 años	7	7,4%
Total	95	100,0%

Fuente: Investigación de campo (2021).

Realizado por: Gadway, M. 2021.

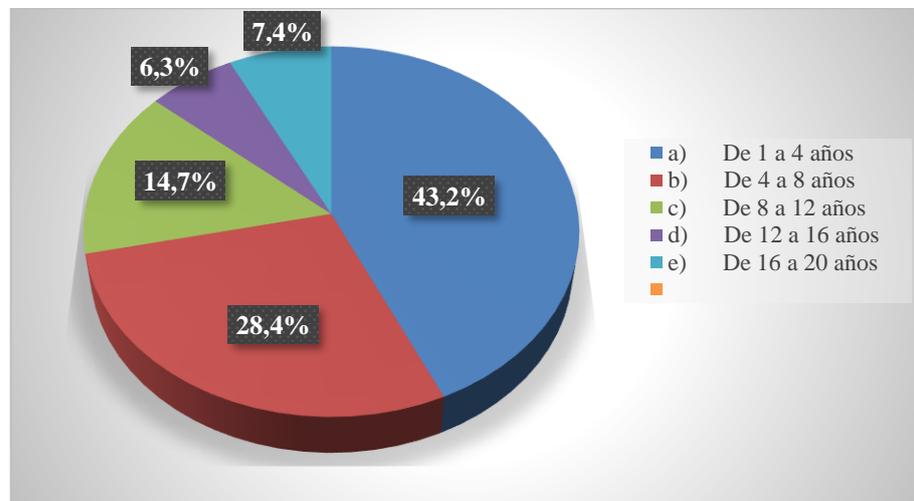


Ilustración 2-3: Tiempo que adquiere los productos de la empresa

Realizado por: Gadway, M. 2021.

Interpretación y Análisis

Según las encuestas realizadas a los clientes asistidos el 43.2% dicen adquirir sus productos de hace 1 a 4 años; pese a esto la empresa mantiene ventas muy elevadas de sus productos tratando de incrementar la fidelidad de los compradores, tal como muestra el gráfico solo 7 personas mencionaron que conocen la empresa de 16 a 20 años.

3. ¿Qué porcentaje de sus ingresos asigna para compra de maquillaje o productos de belleza mensualmente?

Tabla 8-3: Porcentaje de ingresos destinados para compra de cosméticos

	Frecuencia	Porcentaje
Del 5 al 10%	32	33,7%
Del 15 al 20%	34	35,8%
Del 25 al 30%	16	16,8%
Del 35 al 40%	7	7,4%
Del 45 al 50%	6	6,3%
Total	95	100%

Fuente: Investigación de campo (2021).

Realizado por: Gadway M. 2021.

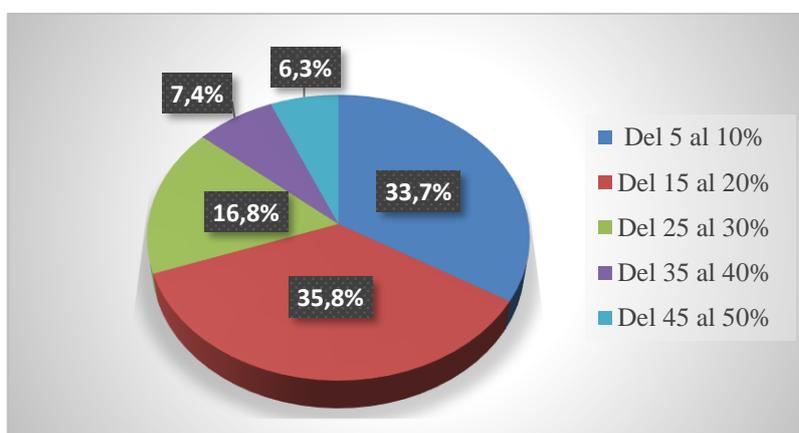


Ilustración 3-3: Porcentaje de ingresos destinados para la compra

Realizado por: Gadway M. 2021.

Interpretación y Análisis

Según los datos recolectados los clientes mencionan que destinan del 15 al 20 % sus ingresos para la compra de cosméticos, representando así el 35.8% del total de los encuestados; vale mencionar que es debido al lugar geoilustración donde se encuentra la empresa y la influencia en la tendencia del consumo del cliente; pese a todas estas amenazas presentes el negocio se mantiene estable.

4. ¿Con que frecuencia usted hace compras de productos de belleza en la empresa Gadvay Hair Care & Beauty?

Tabla 9-3: Frecuencia con la que adquieren los productos de la empresa

	Frecuencia	Porcentaje
Una vez por semana	17	17,9%
Dos veces por semana	18	18,9%
Una vez a los quince días	14	14,7%
Una vez por mes	34	35,8%
Tres veces por mes	12	12,6%
Total	95	100%

Fuente: Investigación de campo (2021).

Realizado por: Gadvay M. 2021.

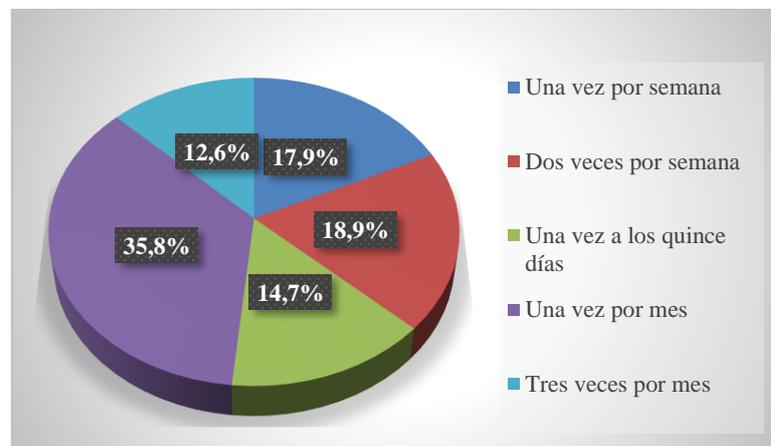


Ilustración 4-3: Frecuencia con la que adquieren los productos de la empresa
Realizado por: Gadvay, M. 2021.

Interpretación y Análisis

Los datos estadísticos muestran que la frecuencia con la que realiza sus compras de belleza en la empresa Gadvay Hair Care & Beauty en su mayoría es una vez por mes, es decir el 35.8%; sin embargo, estas personas suelen adquirir productos con un monto considerable, las ventas crecen debido a que el mercado no distingue edad, además el gráfico muestra que otras personas también optan por comprar 2 veces semana mostrando el 18.9% del total encuestados.

5. ¿Considera usted que el precio de venta de los productos adquiridos es?

Tabla 10-3: Opinión sobre el precio de los productos

	Frecuencia	Porcentaje
Altos	3	3,20%
Medios	25	26,30%
Bajos	5	5,30%
Razonables	62	65,30%
Imprudente	0	0,00%
Total	95	100%

Fuente: Investigación de campo (2021)..

Realizado por: Gadway M. 2021.

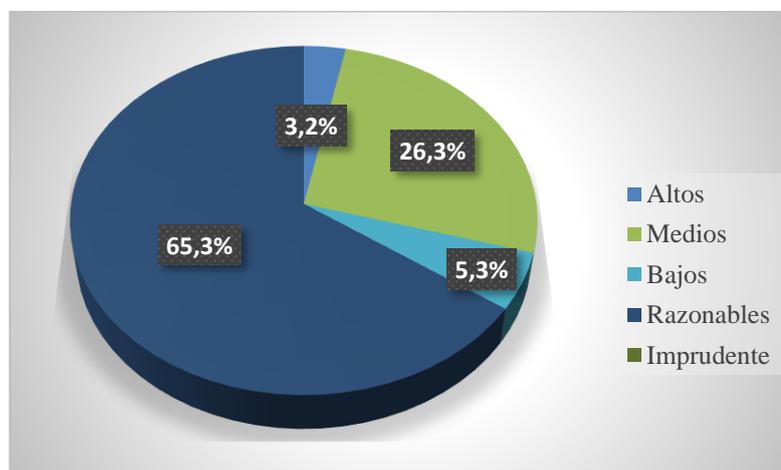


Ilustración 5-3: Opinión sobre el precio de los productos

Realizado por: Gadway, M. 2021.

Interpretación y Análisis

Tras la opinión el 65.3% de los encuestados muestran que el precio de los productos es razonable, es decir 62 de 95 personas afirmaron dicha opción, sin duda esto testifica que hay posibilidad que los clientes frecuentan la compra, pues el valor de la mercadería suele ser en base a la calidad del mismo.

6. ¿Según su punto de vista los productos que ofrece la empresa Gadvay Hair Care& Beauty satisfacen sus necesidades?

Tabla 11-3: Reacción de Satisfacción del cliente al adquirir los productos

	Frecuencia	Porcentaje
Definitivamente si	79	83,2%
Probablemente si	13	13,7%
Indeciso	3	3,2%
Probablemente no	0	0,0%
Definitivamente no	0	0,0%
Total	95	100,0%

Fuente: Investigación de campo (2021).

Realizado por: Gadvay, M. 2021.

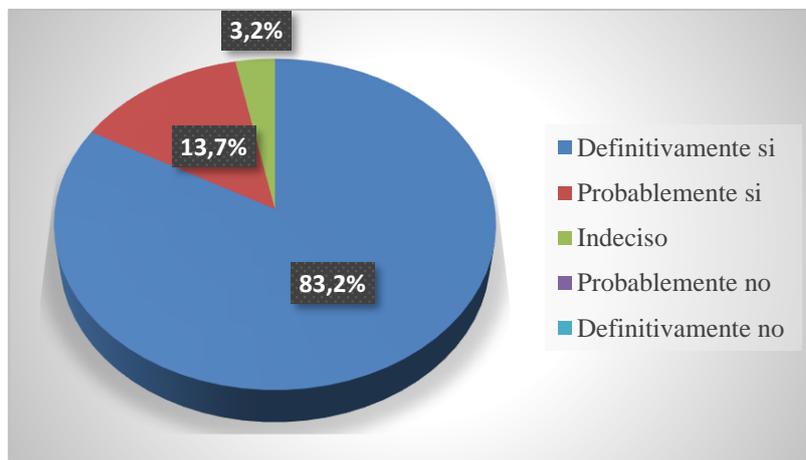


Ilustración 6-3: Reacción de Satisfacción del cliente al adquirir los productos

Realizado por: Gadvay, M. 2021.

Interpretación y Análisis

Según los datos mostrados por el gráfico el 83.2% de los encuestados están contentos con los productos adquiridos por la empresa, pues mencionan que cubren la necesidad o muestran resultados esperados; pueden ser estos equipos de peluquería o cosméticos en maquillaje, cremas, o productos para el cabello.

7. Califique según su consideración en base a los siguientes parámetros; Al momento de elegir nuestros productos en qué nivel de valor son tomados en cuenta los estos factores, del 1 menos importante al 5 más importante.

Tabla 12-3: Nivel de valor considerado al adquirir un producto

	1	2	3	4	5	Total
Calidad del producto	0	1	4	14	76	95
Variedad de productos	0	4	4	13	74	95
Asesoría en aplicación de productos	1	0	3	10	81	95
Precio del producto	0	0	15	11	69	95
Eficacia en Servicio	0	0	4	9	82	95
Eficiencia de entrega del producto	0	0	3	8	84	95

Fuente: Investigación de campo (2021).

Realizado por: Gadvay, M. 2021.

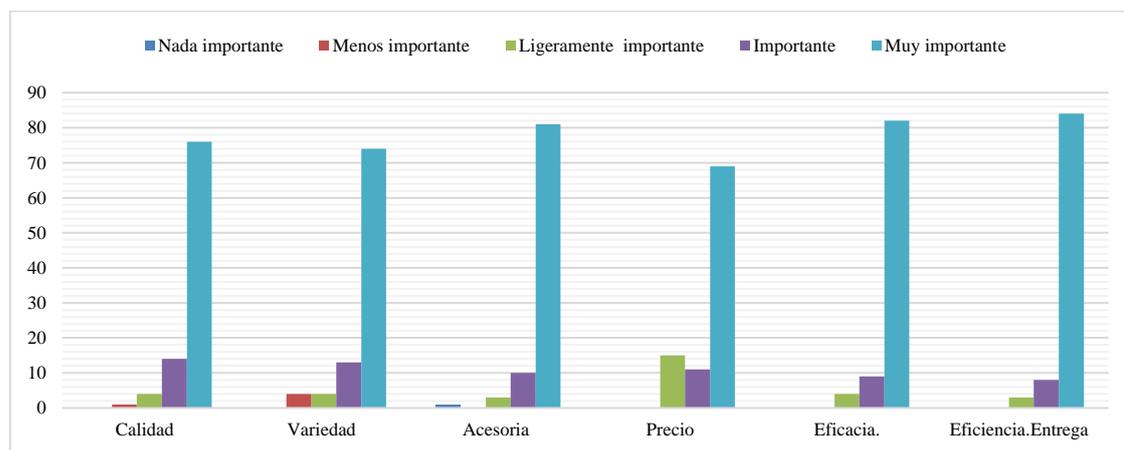


Ilustración 7-3: Nivel de valor considerado al adquirir un producto

Realizado por: Gadvay, M. 2021.

Interpretación y Análisis

Según las encuestas 84 personas consideran que la eficiencia es lo más importante para ellas es decir la capacidad que tiene el personal para atender y entregar los productos con rapidez, 82 personas mencionan que la eficacia es necesario para cumplir adecuadamente la entrega de los productos sin causar algún daño al momento de llegar a las manos del consumidor; estos dos factores suelen ser de relevancia debido a que los ciudadanos en general suelen tener días bastante ajetreados, sin embargo no dejan de lado el tener preferencia por la asesoría de productos, para adquirir los productos con mayor confianza.

8. ¿Cuál es su comportamiento de compra en productos Gadvay Hair Care & Beauty por efecto de la pandemia en la compra de maquillaje o equipos de peluquería?

Tabla 13-3: Comportamiento de compra tras efecto de la pandemia.

	Frecuencia	Porcentaje
Mantenido	52	54,7%
Ha incrementado levemente poco	8	8,4%
Ha incrementado mucho	4	4,2%
Ha reducido poco	23	24,2%
Ha reducido notablemente	8	8,4%
Total	95	100,0%

Fuente: Investigación de campo (2021).

Realizado por: Gadvay, M. 2021.

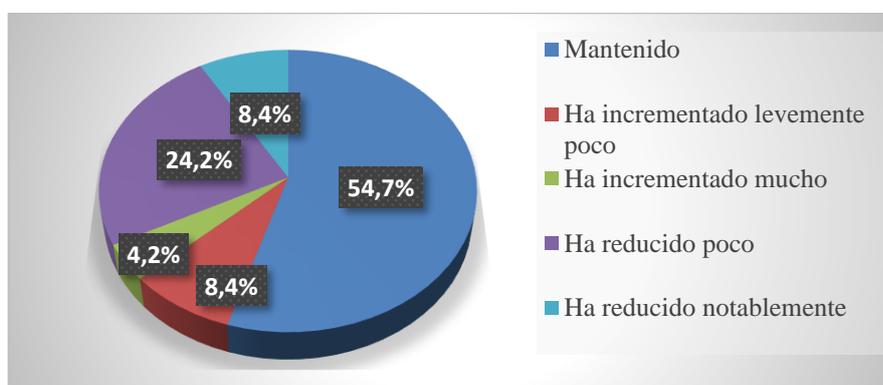


Ilustración 8-3: Comportamiento de compra tras efecto de la pandemia.

Realizado por: Gadvay M. 2021.

Interpretación y Análisis

La mayor parte de los encuestados mencionan que han mantenido sus compras tras el efecto económico ocasionado por la pandemia; el 54.7% es decir un poco más de la mitad lleva sus compras con normalidad, pese a esto el 24,2% dice haber reducido sus compras explicando que; en la emergencia sanitaria en la que nos encontramos no suele ser exhibido parte del rostro por la utilización de los cubrebocas, pero a más de esto debido a que la situación económica es inestable en algunas familias.

9. ¿Qué servicios adicionales desea que se implemente en la empresa?

Tabla 14-3: Necesidad de adquirir servicios adicionales por una compra

	Frecuencia	Porcentaje
Promoción	27	28,40%
Descuento	27	28,40%
Garantía	8	8,40%
Cursos de Belleza	18	18,90%
Mayor variedad en marcas	14	14,70%
Otros (créditos quincenales)	1	1,10%
Total	95	100,00%

Fuente: Investigación de campo (2021).

Realizado por: Gadvay, M. 2021.

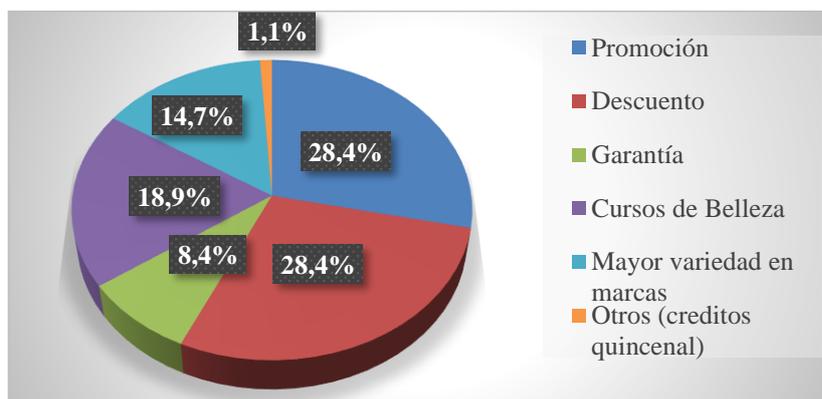


Ilustración 9-3: Necesidad de adquirir servicios adicionales por una compra

Realizado por: Gadvay, M. 2021.

Interpretación y Análisis

Los servicios adicionales que los clientes desean se implementen esta entre el descuento y promoción los dos presentan el 28.4%; para los consumidores suele ser llamativos los descuentos, pero la empresa oferta productos con precios fijos salvo que sea maquinas o muebles para peluquería, se debe entender que la empresa opta por presentar montos accesibles o razonables con el fin de no perder el tiempo en regatear costos.

10. ¿Qué acciones desea que se implementen en bienestar del servicio que oferte la empresa Gadvay Hair Care & Beauty?

Tabla 15-3: Acciones necesarias en beneficio del cliente

	Frecuencia	Porcentaje
Entrega puerta a puerta	26	27,4%
Catalogo electrónico	53	55,8%
Un catálogo físico	2	2,1%
Cobro por internet	9	9,5%
Prueba de aplicación de maquillaje por medio del Teams, Zoom u otro.	5	5,3%
Otros	0	0,0%
Total	95	100%

Fuente: Investigación de campo (2021).

Realizado por: Gadvay M. 2021.

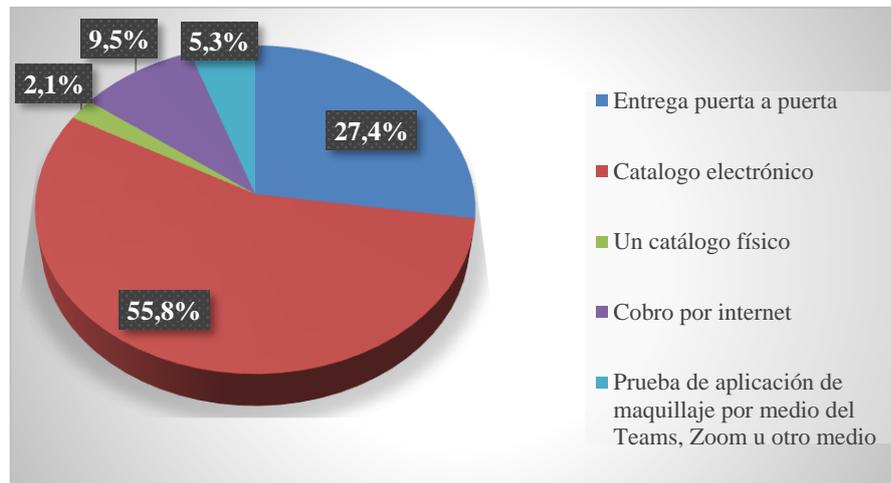


Ilustración 10-3: Acciones necesarias en beneficio del cliente

Realizado por: Gadvay, M. 2021.

Interpretación y Análisis

La mayor parte de los encuestados es decir el 55.8% muestra que deberían implementarse un catálogo electrónico; con el fin de conocer mejor los productos junto a su beneficio y costo antes de comprarlo, con ello tener un presupuesto establecido sin necesidad de haber llegado al lugar de la compra.

11. ¿Qué factor primordial cree usted nos hace falta para diferenciarnos de las demás empresas con el mismo giro de negocio?

Tabla 16-3: Factores sugeridos para diferenciarse de otras empresas

	Frecuencia	Porcentaje
Servicio	6	6,30%
Precio	5	5,30%
Calidad	4	4,20%
Garantía	27	28,40%
Ofertas	47	49,50%
Otros (Ninguno)	6	6,30%
Total	95	100,00%

Fuente: Investigación de campo (2021).

Realizado por: Gadvay, M. 2021.

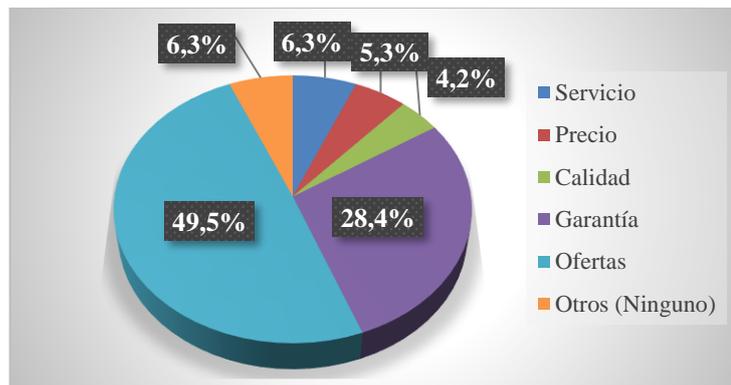


Ilustración 11-3: Factores sugeridos para diferenciarse de otras empresas

Realizado por: Gadvay, M. 2021.

Interpretación y Análisis

El factor primordial que creen hace falta en la empresa para diferenciarse de las demás empresas con el mismo giro de negocio es la oferta pues tuvo el 49.5% de preferencia; la oferta ayudaría con aquel descuento y obtener un gran beneficio económico al cliente, el otro factor importante que muestra es la garantía pues representa el 28.4%.

12. ¿Por qué medios desea que la empresa Gadvay Hair Care & Beauty de a conocer sus productos y beneficios?

Tabla 17-3: Preferencia publicitaria para conocer los productos y beneficios

	Frecuencia	Porcentaje
Redes sociales	76	80,0%
Prensa	6	6,3%
Radio	4	4,2%
Televisión	6	6,3%
Volantes	3	3,2%
Total	95	100,0%

Fuente: Investigación de campo (2021).
Realizado por: Gadvay, M. 2021.

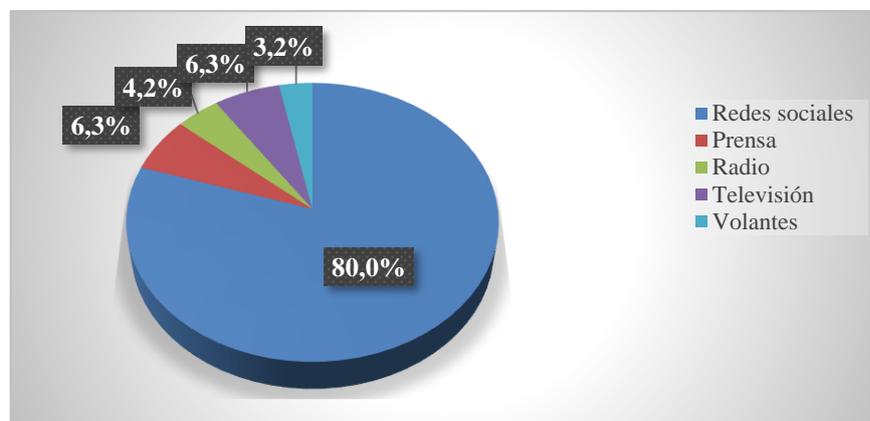


Ilustración 12-3: Preferencia publicitaria para conocer los productos y beneficios
Realizado por: Gadvay, M. 2021.

Interpretación y Análisis

Los clientes muestran su preferencia publicitaria con un porcentaje del 80 % en las redes sociales; la razón es porque todos estamos inmersos en ella es decir las páginas más visitadas son estas; llegando a ser el centro de atención, así los consumidores podrían visitar el sitio sin necesidad de salir de su página social.

Cálculo del Alfa de Cronbach

A continuación, se muestra el cálculo para validación de la encuesta por el método de alfa de Cronbach.

Tabla 18-3: Varianza según las respuestas encuestadas

Preguntas	Varianza
1 ¿Qué productos prioriza en su maquillaje o belleza?	2,189
2 ¿Desde hace cuántos años adquiere los productos de Gadvay Hair Care & Beauty?	1,507
3 ¿Qué porcentaje de sus ingresos asigna para compra de maquillaje o productos de belleza mensualmente?	1,354
4 ¿Con que frecuencia usted hace compras de productos de belleza en la empresa Gadvay Hair Care & Beauty?	1,783
5 ¿Considera usted que el precio de venta de los productos adquiridos es?	0,946
6 ¿Según su punto de vista los productos que ofrece la empresa Gadvay Hair Care & Beauty satisfacen sus necesidades?	0,226
7 Califique según su consideración en base a los siguientes parámetros; Al momento de elegir nuestros productos en qué nivel de valor son tomados en cuenta los estos factores, del 1 menos importante al 5 más importante.	2,189
8 ¿Cuál es su comportamiento de compra en productos Gadvay Hair Care & Beauty por efecto de la pandemia en la compra de maquillaje o equipos de peluquería?	2,286
9 ¿Qué servicios adicionales desea que se implemente en la empresa?	2,189
10 ¿Qué acciones desea que se implementen en bienestar del servicio que oferte la empresa Gadvay Hair Care & Beauty?	2,165
11 ¿Qué factor primordial cree usted nos hace falta para diferenciarnos de las demás empresas con el mismo giro de negocio?	1,771
12 ¿Por qué medios desea que la empresa Gadvay Hair Care & Beauty de a conocer sus productos y beneficios?	0,349

Fuente: Sistema SPSS.

Realizado por: Gadvay, M. 2021.

k: 12

Si: 18,605

ST: 65,929

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

$$\alpha = \frac{12}{12-1} \left[1 - \frac{\sum 18,605}{65,929} \right]$$

$$\alpha = 1,0909 - [0,7178]$$

$$\alpha = 0.7831$$

Se puede demostrar que el estudio de campo muestra un rango de confiabilidad del 0.78, frente a las encuestas realizadas a 95 clientes las mismas que respondieron 12 preguntas abiertas cada uno,

demostrando que es $>$ de 0.7 lo que indica que se encuentra dentro de un rango muy confiable es decir hay una fuerte relación entre interrogantes, además se puede decir que se realizó con el sistema estadístico SPSS con el fin de demostrar la exactitud del cálculo.

Análisis general de la Encuesta

La encuesta se realizó a los 95 compradores asistidos dentro de los dos primeros sábados del mes de marzo a las 11 de la mañana el mismo que duró una hora por día; luego de obtener las respuestas de los consumidores se logró identificar que un 37.9% adquieren cosméticos para el cabello esto entre cremas, shampoo, tintes etc. Ahora el 43,2% muestran que realizan sus compras hace 1 a 4 años, además el 35,8% suele destinar un 15 al 20% de su sueldo para comprar cosméticos de la empresa sin embargo muchos compran productos una vez al mes; es importante mencionar que estos clientes compran en cantidades considerables con el fin de abastecerse durante el tiempo mencionado.

Según los resultados arrojados por los clientes mencionan que la empresa ofrece productos a precios rozables, la empresa Gadway Hair Care & Beauty cumple las expectativas deseadas en rapidez de entrega y una calidad atención, por la influencia de la tecnología desean acceder a un catálogo electrónico por medio de redes sociales.

Según el Alfa de Cronbach la confiabilidad de este estudio presenta el 0.78 de confiabilidad, pues según los estudios muestran que para estar en este rango no debe bajar de 0.72 a 0.92, para este cálculo se basó en todos los encuestados y sus respuestas, pues la encuesta era de preguntas abiertas.

Aunque la empresa mantiene una buena reputación es necesario mantener estrategias de mejoramiento de rentabilidad así aprovechar las ganancias, pues según los datos recibidos por la empresa registran un promedio de 461 compradores por día, esto quiere decir que existe un ingreso razonable por sus ventas.

3.2. Evaluación y análisis financiero

3.2.1. Análisis horizontal y vertical de los estados financieros

Tabla 19-3: Balance general-análisis horizontal y vertical

GADVAY HAIR CARE & BEAUTY										
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA										
AL 31 DE DICIEMBRE										
CUENTAS	2017	A. Vertical %	2018	A. Vertical %	2019	A. Vertical %	Análisis Horizontal 2017-2018		Análisis Horizontal 2018-2019	
							V. Absoluta	V. Relativa	V. Absoluta	V. Relativa
ACTIVOS										
ACTIVO CORRIENTE		92%		72%		67%				
Efectivo y Equivalentes	\$90.274,99	38%	\$25.653,30	15%	\$5.462,58	3%	-\$64.621,69	-72%	-\$20.190,72	-79%
Caja	\$90.274,99	38%	\$16.696,33	10%	\$2.731,29	1%	-\$73.578,66	-82%	-\$13.965,04	-84%
Bancos	\$0,00	0%	\$8.956,97	5%	\$2.731,29	1%	\$8.956,97		-\$6.225,68	-70%
Activos Financieros										
Cuentas por Cobrar Clientes (neto)	\$25.499,16	11%	\$24.578,60	15%	\$13.945,87	8%	-\$920,56	-4%	-\$10.632,73	-43%
Otras Cuentas por Cobrar	\$100,00	0%	\$96,00	0%	\$0,00	0%	-\$4,00	-4%	-\$96,00	-100%
Activos por Impuestos Corrientes										
Crédito Tributario (IVA)	\$24.069,68	10%	\$0,00	0%	\$0,00	0%	-\$24.069,68	-100%	\$0,00	0%
Crédito Tributario (I. Renta)	\$11.374,87	5%	\$15.077,91	9%	\$14.849,90	8%	\$3.703,04	33%	-\$228,01	-2%
Inventarios										
Inventario de Mercadería	\$70.328,01	29%	\$55.221,08	33%	\$89.915,60	48%	-\$15.106,93	-21%	\$34.694,52	63%
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$221.646,71	92%	\$120.626,89	72%	\$124.173,95	67%	-	-46%	\$3.547,06	3%
							\$101.019,82			
ACTIVO NO CORRIENTE		8%		28%		33%				
Muebles y Enseres		0%		0%	\$4.463,39	2%	\$0,00		\$4.463,39	
Maquinaria, Equipo e Instalaciones	\$4.961,31	2%	\$11.342,01	7%	\$11.787,01	6%	\$6.380,70	129%	\$445,00	4%
Equipo de Computación y Software	\$13.575,31	6%	\$36.611,22	22%	\$24.427,65	13%	\$23.035,91	170%	-\$12.183,57	-33%
Vehículo	\$0,00	0%	\$0,00	0%	\$20.991,25	11%	\$0,00		\$20.991,25	
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	\$18.536,62	8%	\$47.953,23	28%	\$61.669,30	33%	\$29.416,61	159%	\$13.716,07	29%

TOTAL ACTIVOS	\$240.183,3	100%	\$168.580,1	100%	\$185.843,2	100%	-\$71.603,21	-30%	\$17.263,13	10%
	3		2		5					
PASIVOS Y PATRIMONIO										
PASIVO CORRIENTE		93%		20%		33%				
Cuentas por Pagar Proveedores	\$214.945,0	96%	\$7.747,10	22%	\$39.203,70	63%	-	-96%	\$31.456,60	406%
	4						\$207.197,94			
Impuestos por Pagar	\$4.999,09	2%	\$17.370,29	48%	\$13.706,36	22%	\$12.371,20	247%	-\$3.663,93	-21%
Participación a Trabajadores por Pagar		0%	\$7.683,63	21%	\$7.548,90	12%	\$7.683,63		-\$134,73	-2%
Obligaciones con el IESS		0%	\$772,54	2%	\$1.503,23	2%	\$772,54		\$730,69	95%
Otros Pasivos Corrientes	\$4.350,84	2%	\$0,00	0%	\$0,00	0%	-\$4.350,84	-100%	\$0,00	
TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$224.294,9	100%	\$33.573,56	93%	\$61.962,19	100%	-	-85%	\$28.388,63	85%
	7						\$190.721,41			
PASIVO NO CORRIENTE		0%		1%		0%				
Obligaciones financieras L/P	\$0,00	0%	\$2.441,86	7%	\$0,00	0%	\$2.441,86	0%	-\$2.441,86	-100%
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	\$0,00	0%	\$2.441,86	7%	\$0,00	0%	\$2.441,86			
TOTAL PASIVOS	\$224.294,9	100%	\$36.015,42	100%	\$61.962,19	100%	-	-84%	\$25.946,77	72%
	7						\$188.279,55			
PATRIMONIO NETO		7%		79%		67%				
Capital Contable	-\$3.094,61	-19%	\$93.867,47	71%	\$84.182,69	68%	\$96.962,08	-3133%	-\$9.684,78	-10%
Utilidad del Ejercicio	\$18.982,97	119%	\$38.697,23	29%	\$39.698,37	32%	\$19.714,26	104%	\$1.001,14	3%
TOTAL PATRIMONIO	\$15.888,36	100%	\$132.564,7	100%	\$123.881,0	100%	\$116.676,34	734%	-\$8.683,64	-7%
			0		6					
TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	\$240.183,3	100%	\$168.580,1	100%	\$185.843,2	100%	-\$71.603,21	-30%	\$17.263,13	10%
	3		2		5					

Fuente: (Gadvay Hair Care & Beauty,2020)

Realizado por:Gadvay, M. 2021.

3.2.2. Estructura económica – financiera valores monetarios

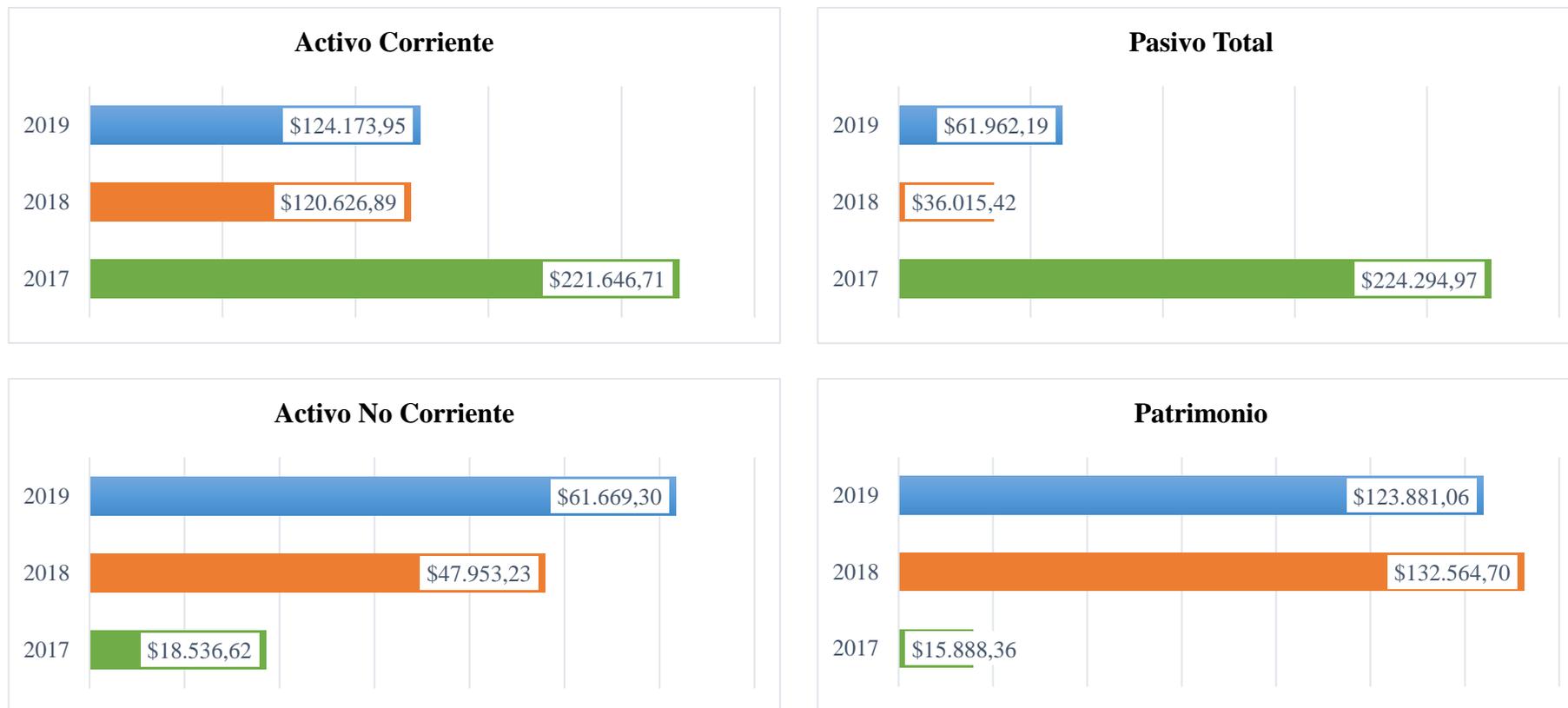


Ilustración 13-3: Estructura económica - financiera.

Fuente: (Gadvay Hair Care & Beauty,2021).

Realizado por: Gadvay, M. 2021.

3.2.3. Estructura económica – financiera en valores monetarios y variaciones

A continuación, se presenta la estructura económica que comprende los activos, pasivos y patrimonio más la estructura financiera que se deriva del pasivo y patrimonio que ha evolucionado del 2017 al 2019.

Tabla 20-3: Estructura económica – financiera

Cuenta	Valor Monetario	Análisis Vertical	Valor Monetario	Análisis Vertical	Valor Monetario	Análisis Vertical
Activo	2017	%	2018	%	2019	%
Activo Corriente	\$221.646,7	92%	\$120.626,8	72%	\$124.173,9	67%
	1		9		5	
Activo no Corriente	\$18.536,62	8%	\$47.953,23	28%	\$61.669,30	33%
Total Activo	\$240.183,3	100%	\$168.580,1	100%	\$185.843,2	100%
	3		2		5	
Pasivo	2017	%	2018	%	2019	%
Pasivo Corriente	\$224.294,9	93%	\$33.573,56	20%	\$61.962,19	33%
	7					
Pasivo no Corriente	\$0,00	0%	\$2.441,86	1%	\$0,00	0%
Total Pasivo	\$224.294,9	100%	\$36.015,42	100%	\$61.962,19	100%
	7					
Patrimonio	\$15.888,36	7%	\$132.564,7	79%	\$123.881,0	67%
			0		6	
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$240.183,3	100%	\$168.580,1	100%	\$185.843,2	100%
	3		2		5	

Fuente: Gadway Hair Care & Beauty (2021).

Análisis

Se ha examinado en la empresa Gadway Hair Care & Beauty presenta variaciones en el estado financiero durante los tres periodos, al comparar los años 2017 al 2019, la razón por el cual bajo es por la apertura de sucursales, invirtiendo con el capital generado, las cuentas por cobrar a clientes bajaron. Sin embargo, el activo no corriente creció; la empresa vio la necesidad de invertir en equipos de cómputo, instalaciones, muebles y enseres que ayuden a llevar el giro de negocio con eficiencia, además presentó la necesidad de contraer un vehículo con el fin de facilitar el transporte de mercadería.

Tras el análisis de los pasivos han tenido una gran diferencia entre el corriente y no corriente; pues el de corto plazo representa el 93% (\$224.294,97) en el 2017 y para el año 2018 varía a 20% (\$33.573,56), porque la empresa opta por un crédito que representa el 1% sin embargo para el

2019 cuenta con un 33% (\$61.962,19), pues la empresa opta por evitar negociaciones con dinero que genere interés.

Ahora bien, el patrimonio ha tenido un comportamiento en crecimiento del 7% (\$15.888,36) en el primer periodo, en el 2018 participó con 79% (\$132.564,70) pero para el último año en estudio obtuvo el 67% debido a que las utilidades han aumentado y el capital contable ha reducido.

En mi opinión la empresa en el activo corriente debe reservar más su capital en cuentas del efectivo, pese a ser una empresa comercial con inventarios de fácil convertibilidad, no puede quedarse sin reserva para alguna posible inversión. Además, en el 2019 se redujo las cuentas por cobrar a los clientes, incluso evita compras a crédito por parte de los clientes, con ello genera mejor dinero productivo en el tiempo.

3.2.3.1. Interpretación del Balance general en base al análisis vertical y horizontal

3.2.3.2. Estructura económica del activo

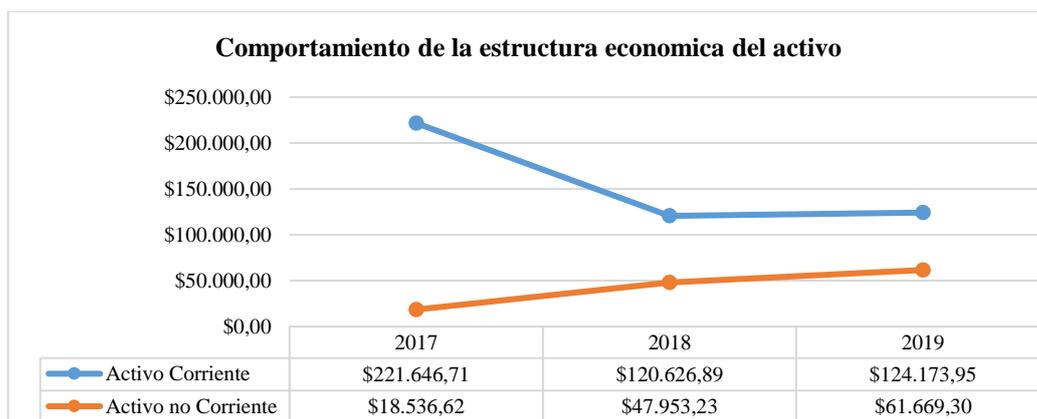


Ilustración 14-3: Estructura económica del Activo Análisis Horizontal

Fuente: Gadway Hair Care & Beauty (2021).

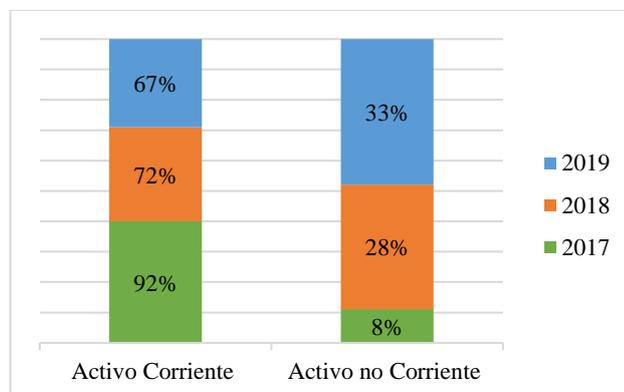


Ilustración 15-3: Estructura económica del Activo Análisis Vertical

Fuente: Gadway Hair Care & Beauty (2021).

Análisis

La empresa Gadway Hair Care & Beauty muestra en la estructura económica mayor capital acumulado en el activo corriente, pero presenta variaciones en los tres periodos, pues en el año 2017 participaba con un 92%, sin embargo al comparar con el año 2019 tuvo un decrecimiento al 67% es de decir tuvo una diferencia de 25 % (\$97.472,76) debido a la reducción en equivalentes al efectivo y activos por impuestos, mientras que el activo no corriente desarrollo un incremento, en el período 2017 contaba con el 8% y en el año 2019 participo con el 33% a causa de invertir más en equipo de cómputo Software y vehículo, generando una diferencia de (\$43.132,68); estas modificaciones se debe a que la empresa amplio más su línea de productos llevando a la necesidad de emplear más en los períodos continuos, con ello tener más eficiencia y eficacia en atención al cliente y el negocio.

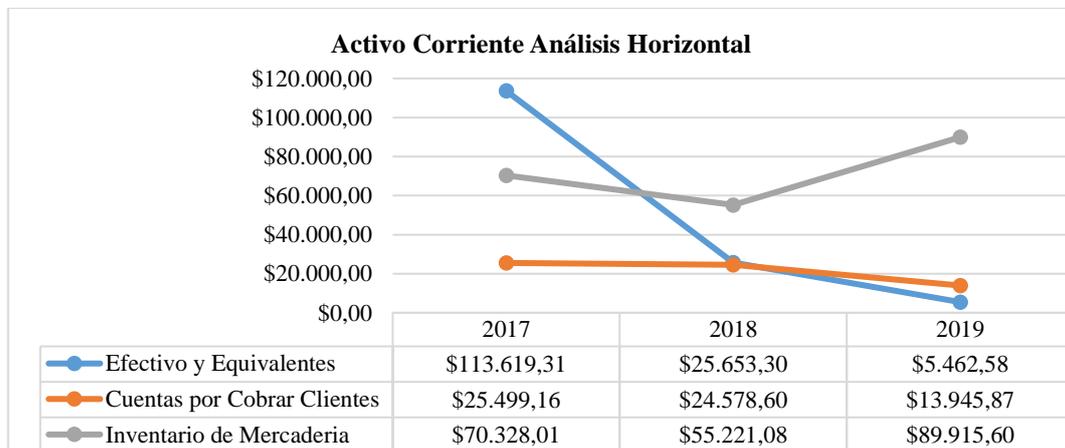


Ilustración 16-3: Descomposición del Activo Corriente Análisis Horizontal

Fuente: Gadway Hair Care & Beauty (2021)

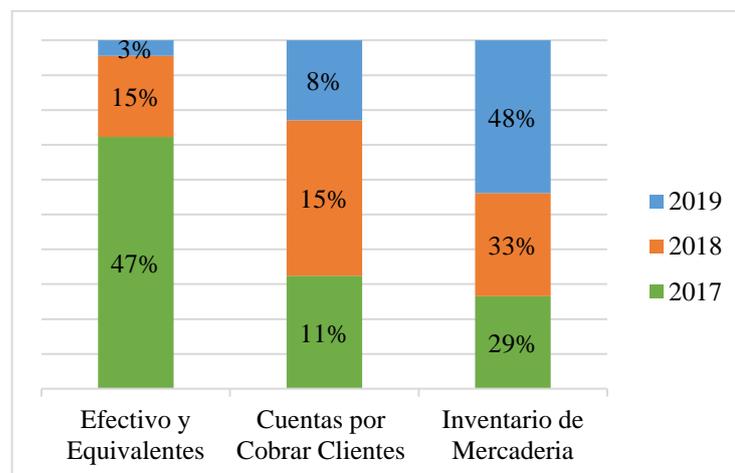


Ilustración 17-3: Descomposición del Activo Corriente Análisis Vertical

Fuente: Gadway Hair Care & Beauty (2021).

Análisis

De acuerdo con los datos obtenidos y evaluados financieramente en la empresa Gadway Hair Care & Beauty de las cuentas principales del activo corriente; equivalente al efectivo, cuentas y documentos por cobrar clientes e inventarios, estas cuentas variaron en los tres períodos para empezar el equivalente al efectivo en el 2017 cuenta con un 47% (\$113.619,31) del total de sus activos mientras que el 2018 bajo al 15% (\$25.653,30), ahora para el 2019 decreció aún más quedando en un 3% (\$5.462,58); esta decisión se dio por invertir su capital acumulado en mejoras de la empresa matriz e invertir en la apertura de nuevas sucursales, ahora la comparación de los años más recientes presenta una variación del (\$-20.190,72). Mientras que los inventarios incrementaron para el año 2018 registraba 33% (\$55.221,08) y en el año 2019 48% (\$89.915,60) mostrando una diferencia positiva del 63% (\$34.694,52) esto debido a la necesidad de satisfacer las necesidades de las áreas de ventas al adquirir nuevos productos con ello optimizar los ingresos. Los documentos por cobrar bajo significativamente debido a estrategias de cobro a sus clientes mostrando así en el análisis de las dos últimas etapas un 43% (\$-10.632,73).

3.2.3.3. Descomposición del activo no corriente

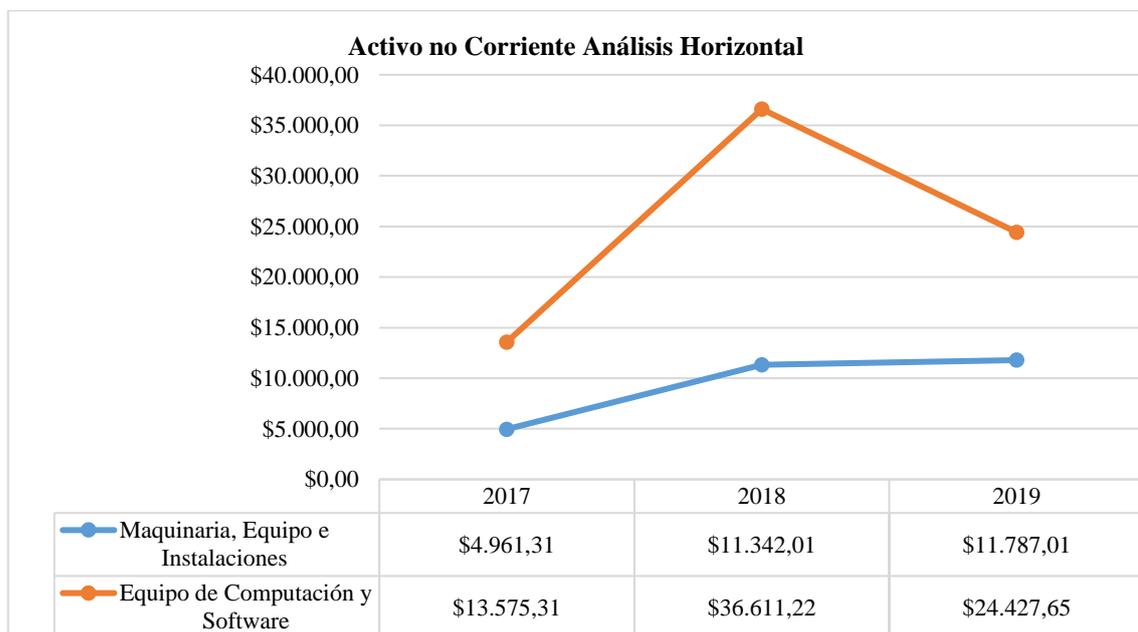


Ilustración 18-3: Descomposición del Activo no corriente

Fuente: Gadway Hair Care & Beauty (2021)

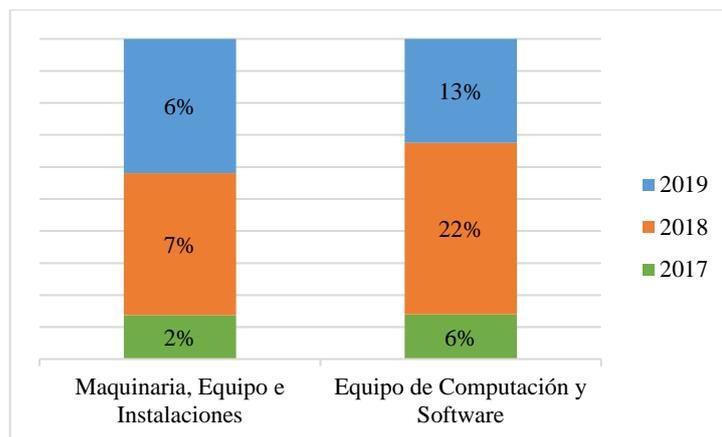


Ilustración 19-3: Descomposición del Activo no Corriente Análisis Vertical
Fuente: Gadvay Hair Care & Beauty (2021).

Análisis

Respecto al activo no Corriente se identificó un crecimiento; las cuentas a analizar son maquinaria equipo e instalaciones y equipo de cómputo Software, el mismo que tiene mayor inversión en el período 2017 presenta el 6% con un total de (\$13.575,31), en cambio en el año 2018 incremento a 22% (36.611,22), esto debido a que la empresa amplió su comercio; posteriormente presento la necesidad de invertir en tecnología para equiparse mejor con el fin de ofrecer un servicio eficiente al cliente y registrar sus compras con eficacia, sin embargo para el 2019 tras realizar el análisis horizontal demostró una variación pues la diferencia es del al 13% (24.427,65) frente al período 2018; demostrando en los dos años una reducción al 33% (-12.183,57). Ahora en las cuentas estudiadas aumento una pequeña proporción que fue del 4% dándonos en valores monetarios (\$445,00).

3.2.3.4. Estructura financiera de pasivo

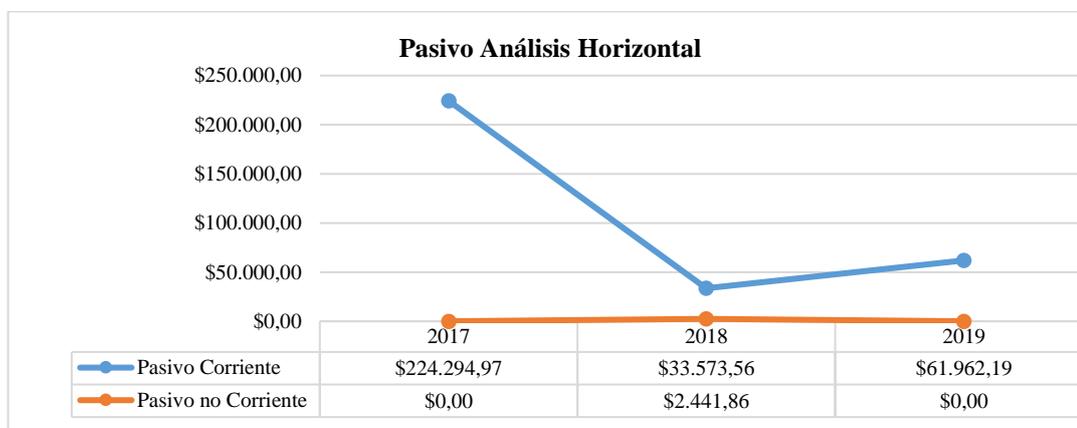


Ilustración 20-3: Descomposición financiera del Pasivo
Fuente: Gadvay Hair Care & Beauty (2021).

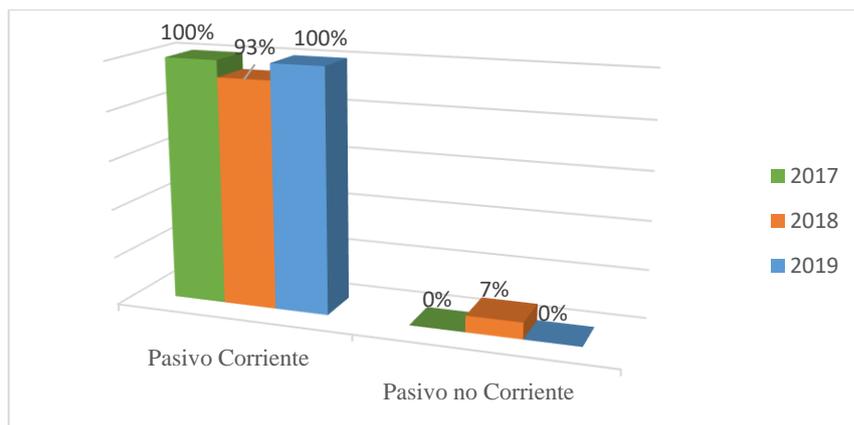


Ilustración 21-3: Descomposición financiera del Pasivo Análisis Vertical
Fuente: Basado en estados financieros del periodo 2017 al 2019

Análisis

Luego de la evaluación se puede demostrar la diferencia en el pasivo corriente y no corriente, la empresa ha optado por deudas que no generen interés, esto debido a que cuenta con efectivo disponible para invertir en su empresa; por esto dentro del año 2017 la mayor concentración de rubros es en pasivo corriente, sin embargo para el año 2018 bajo la deuda espontánea y genero un financiamiento a largo plazo de \$ 2.441.86; pero para el año 2019 se eliminó las deudas del pasivo no corriente, constando deudas corrientes de \$61.962,19 mostrando así la cuenta principal de proveedores casi duplicada en relación al año anterior.

Gadvay Hair Care & Beauty se ha caracterizado por eliminar deudas a largo plazo generadoras de interés, mira importante y necesario realizar negociaciones solo con sus proveedores aprovechando los beneficios que estos ofrecen, sin duda tras varios años en el mercado sus ventas son altas; lo que ayuda a cumplir con sus obligaciones por si sola sin necesidad de financiamiento externo.

3.2.3.5. Descomposición del pasivo corriente

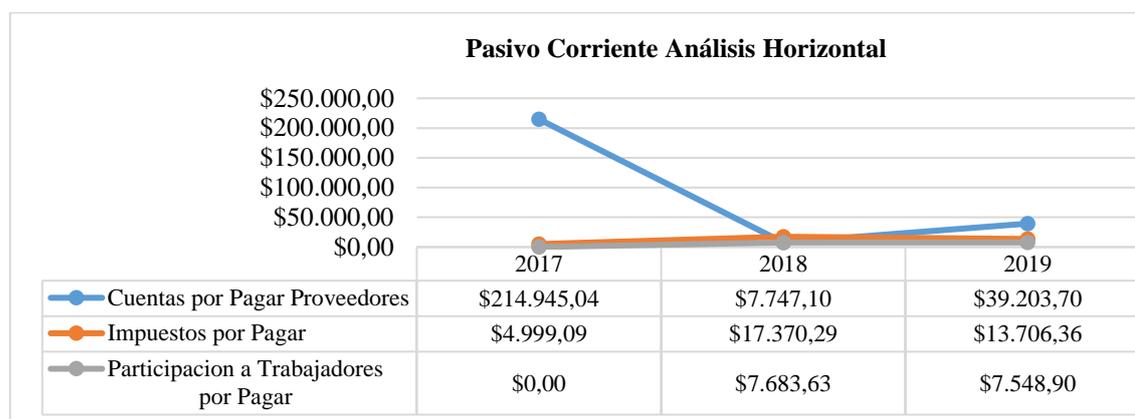


Ilustración 22-3: Descomposición del Pasivo Corriente

Fuente: Gadway Hair Care & Beauty (2021).

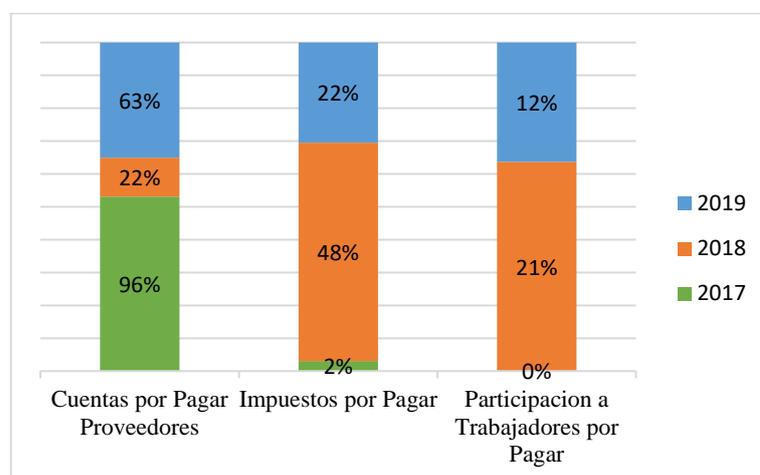


Ilustración 23-3: Descomposición del Pasivo Corriente Análisis Vertical

Fuente: Gadway Hair Care & Beauty (2021).

Análisis

En el balance general de los tres períodos muestran novedades relevantes principalmente en las cuentas; proveedores , impuestos por pagar, participación a trabajadores, en el año 2017 se observa una deuda en las cuentas por pagar el 96% dándonos en valor monetario un total de (\$214.945,04), mientras que en el 2018 optaron por pagar más rápido sus deudas reduciendo notoriamente al 22% (\$7.747,10) , sin embargo en el período 2019 varió al 63 % (\$39.203,70) esto debido a que la estrategia de la empresa fue pagar lo más tarde posible y aprovechar los beneficios sin necesidad de optar deudas que generen interés, además de financiar con capital propio su capital disponible. Los impuestos han aumentado en relación de sus ventas tras realizar el análisis horizontal en los dos primeros años presento una diferencia de 247% (\$12.371,20) es decir casi triplico los impuestos a pagar, aunque en comparación de los dos últimos años

analizados este bajo solo un -21% (\$-3:663,93). El impuesto a los trabajadores ha disminuido un mínimo 2 % \$-134,73, debido a que en los 2 últimos años han optado disminuir empleados en la empresa matriz y colocarlas en las sucursales.

3.2.3.6. Descomposición del pasivo no corriente

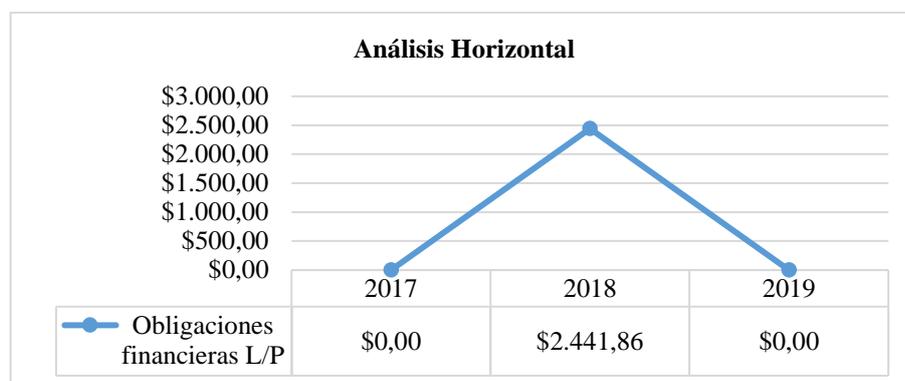


Ilustración 24-3: Descomposición del Pasivo no Corriente
Fuente: Gadway Hair Care & Beauty (2021).

Análisis

La empresa Gadway Hair Care & Beauty presenta en su balance general los resultados en el pasivo no corriente en los tres períodos solo se registró una deuda a largo plazo en el año 2018 el mismo que representaba el 7% y en valores monetarios \$2.441,86, la empresa al presentar dinero disponible opta por invertir con ello, además es claro que la empresa realiza acuerdos con los proveedores siendo ellos su principal acreedor.

Según los registros obtenidos la empresa procura no endeudarse optando por autofinanciarse, sin duda el evitar que el dinero este ocioso es saludable para el mismo, sin ser opositor para continuar con su giro de negocio; disminuyendo la necesidad de créditos que en el tiempo generen gastos a causa del interés acumulado.

3.2.3.7. Descomposición de la estructura financiera pasivo y patrimonio

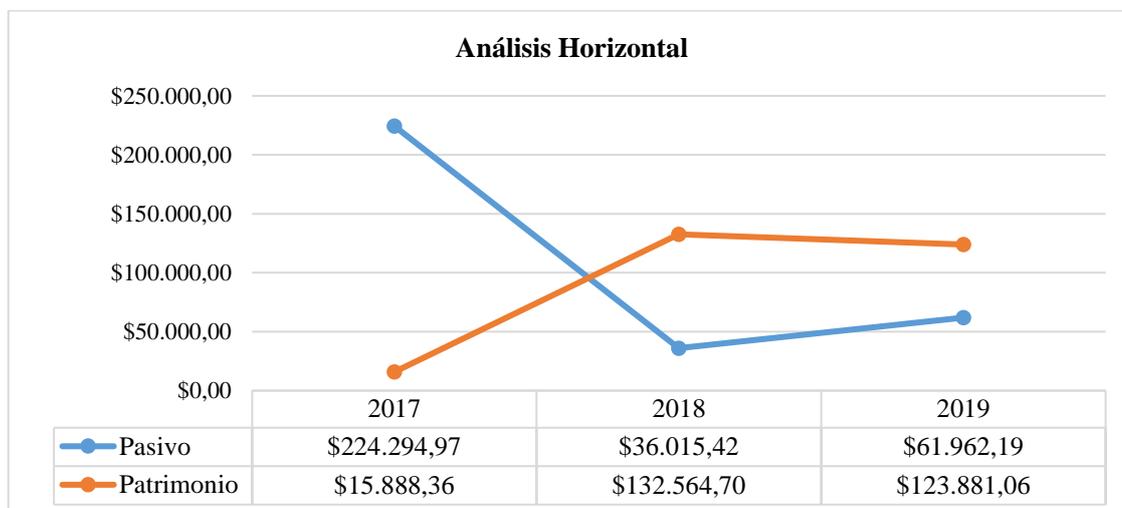


Ilustración 25-3: Descomposición del Pasivo y Patrimonio

Fuente: Gadvay Hair Care & Beauty (2021).

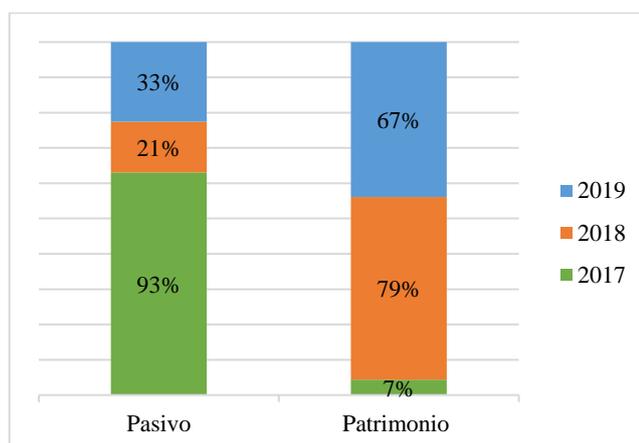


Ilustración 26-3: Descomposición del Pasivo y Patrimonio- Análisis Vertical

Fuente: Gadvay Hair Care & Beauty (2021).

Análisis

Según los datos obtenidos tras la evaluación muestra variaciones en el año 2017 el patrimonio representaba el 7% es decir \$15.888,36 a diferencia del pasivo que mantenía con el 93% (\$224.294,97) registrando el 86 % (208.406, 61) sin embargo haciendo una comparación con el año 2018-2019 el patrimonio aumento a 79% mientras que el pasivo presento una disminución considerable en sus deudas quedando así con un 21%, esto debido al incremento de la rentabilidad y a la reducción de las deudas onerosas y espontaneas.

Sin embargo, la empresa debe ajustar los costos y gastos para generar mayor ganancia neta, debido al incremento de las ventas la empresa pudo generar mayor acumulación de capital, dejando como su mayor deuda con los proveedores, sin duda al gozar de liquidez aumenta la posibilidad de financiarse con su propio dinero; lo que aventaja a la empresa a menor gasto mayor beneficio.

3.2.4. Análisis horizontal y vertical del estado de resultados

Tabla 21-3: Estado de resultados análisis vertical-horizontal periodo 2017-2019

-GADVAY HAIR CARE & BEAUTY										
ESTADO DE RESULTADOS										
AL 31 DE DICIEMBRE										
CUENTAS	2017	A.V	2018	A.V	2019	A. Vertical	Análisis Horizontal		Análisis Horizontal	
		%		%			2017-2018		2018-2019	
						%	V. Absoluta	V. Relativa	V. Absoluta	V. Relativa
Ventas totales	\$784.446,58	100%	\$1.314.515,92	100%	\$1.791.237,76	100%	\$530.069,34	68%	\$476.721,84	36%
Costo de ventas	\$727.344,63	93%	\$1.186.947,30	90%	\$1.694.093,07	95%	\$459.602,67	63%	\$507.145,77	43%
Ventas netas	\$57.101,95	7%	\$127.568,62	10%	\$97.144,69	5%	\$70.466,67	123%	-\$30.423,93	-24%
Gastos Operativos	\$33.119,89	4%	\$76.344,43	6%	\$46.818,69	3%	\$43.224,54	131%	-\$29.525,74	-39%
Gatos Administrativo	\$28.528,17	4%	\$67.220,12	5%	\$29.382,69	2%	\$38.691,95	136%	-\$37.837,43	-56%
Gasto en Ventas	\$4.591,72	1%	\$9.124,31	1%	\$17.436,00	1%	\$4.532,59	99%	\$8.311,69	91%
Utilidad de operación	\$23.982,06	3%	\$51.224,19	4%	\$50.326,00	3%	\$27.242,13	114%	-\$898,19	-2%
Gastos Financieros	\$0,00	0%	\$0,00	0%	\$0,00	0%	\$0,00		\$0,00	
Utilidad Antes de Impuestos	\$23.982,06	3%	\$51.224,19	4%	\$50.326,00	3%	\$27.242,13	114%	-\$898,19	-2%
15% trabajadores	\$3.597,31	0%	\$7.683,63	1%	\$7.548,90	0%	\$4.086,32	114%	-\$134,73	-2%
Utilidad antes del Impuesto a la Renta	\$20.384,75	3%	\$43.540,56	3%	\$42.777,10	2%	\$23.155,81	114%	-\$763,46	-2%
Impuesto a la Renta	\$1.401,78	0%	\$4.843,33	0%	\$3.078,73	0%	\$3.441,55	246%	-\$1.764,60	-36%
Utilidad Neta	\$18.982,97	2%	\$38.697,23	3%	\$39.698,37	2%	\$19.714,26	104%	\$1.001,14	3%

Fuente: Gadvay Hair Care & Beauty 2021).

Realizado por: Gadvay.M, (2021).

3.2.4.1. Descomposición de ingresos en base al análisis horizontal y vertical

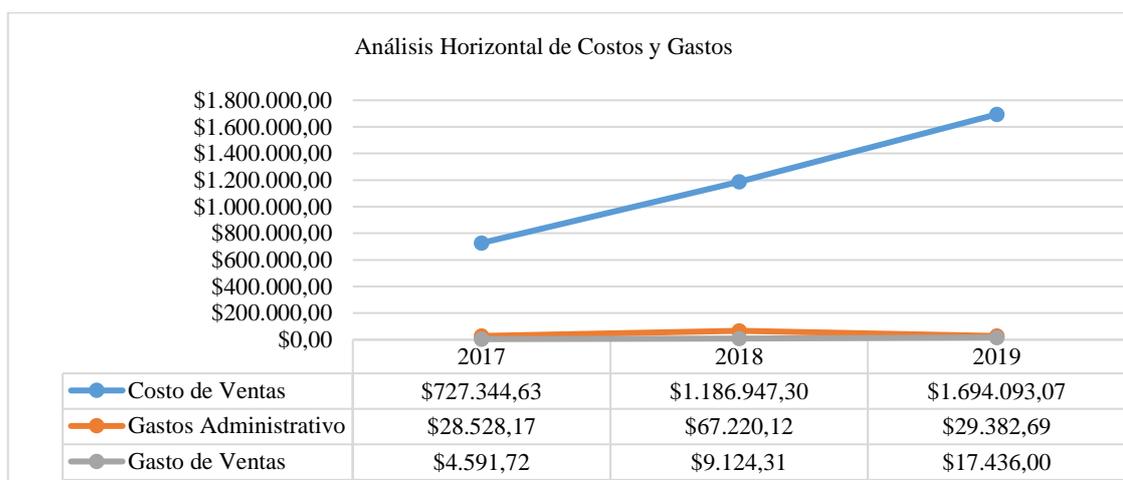


Ilustración 27-3: Comparación de costos y gastos del estado de resultados

Fuente: Gadvay Hair Care & Beauty (2021).

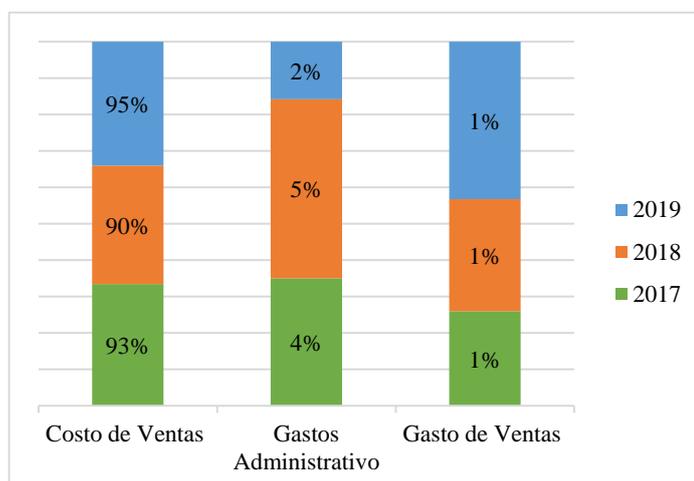


Ilustración 28-3: Análisis Horizontal de costos y gastos del estado de resultados

Fuente: Gadvay Hair Care & Beauty (2021).

Análisis

Según los datos registrados de la empresa Gadvay Hair Care & Beauty muestra variaciones en el estado de resultados, para el análisis se basó en las tres cuentas principales como el Costo de Ventas, Gasto administrativo y Gasto de Ventas; en los período en estudio muestra el precio de ventas mayor concentración de erogaciones y el aumento de existencias, en el período 2018 registra \$1.186.947,30 mientras que en el año siguiente muestra \$1.694.093,07 ahora en el análisis horizontal en los dos últimos años varía con el (36%) \$476.721,84. En el gasto administrativo solo representa el 5% (\$67.220,12) de las ventas totales, en comparación con el 2019 que redujo al 2% (\$29.382,69) debido a la reducción de sueldos-salarios y arrendamiento.

Ahora en gasto de ventas incremento en la cuenta comisiones y publicidad estrategia que utilizo la empresa para incrementar sus ventas y tener mayor utilidad; es por ello que en 2018 registra 1% (\$9.124,31) y en el 2019 registra el 1% que monetariamente visualiza el \$17.436,00 debido al aumento la utilidad neta.

Debido a que la empresa es netamente comercial genera alto porcentaje en costo de ventas, sin embargo, existe costos de ventas que se puede disminuir como el arriendo realizando una mejor organización de su mercadería a ofrecer, además reducir al máximo los otros costos de ventas publicidad, mantenimiento y reparación de lo contrario podría igualar sus gastos y costos con las ventas generadas provocando registrar una utilidad neta en cero.

3.2.4.2. Descomposición de estado de resultaos entre ventas y costo de vetas

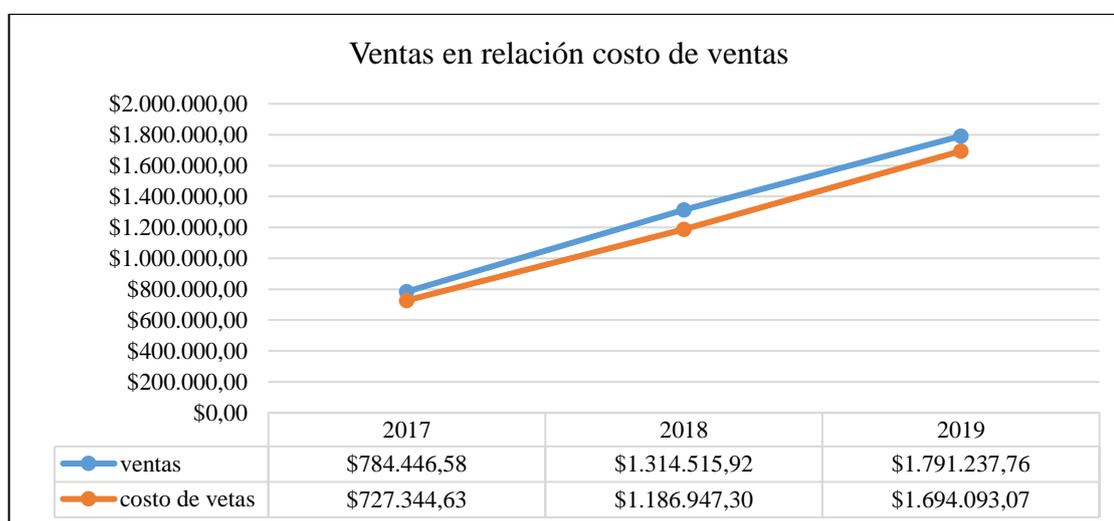


Ilustración 29-3: Comparación entre costos y gastos

Fuente: Gadway Hair Care & Beauty (2021).

Análisis

Según la evaluación financiera existe variaciones en el estado de resultados; entre ellas las ventas, costo de ventas, los ingresos son tomados en cuenta como el 100% es así que; en el año 2017 muestra (\$784.446,58) y el costo de ventas 727.344,63 representando el 93% del total de las ventas, tras esto la empresa busco estrategias para incrementar las ventas y tener mayor utilidad, en el año 2018 creció la demanda a (1.314.515,92) pero el costo de venta redujo representando el 90% del total de los ingresos, sin embargo para el período 2019 registro un total de 1.791.237,76 en ventas sin embargo el costo de ventas incremento al 95% de los ingresos; la empresa subestimo el control de estos, provocando que la utilidad neta no registre mayor variación frente a sus ventas.

Es importante que la empresa busque alternativas para bajar el costo de ventas, según el análisis en la igualación de cuentas en caso de no controlar el costo de ventas la empresa podría tener un déficit y situaría un peligro de quiebra del mismo; para evitar estos excesos podría optar por reducir costo en transporte, gestionar el almacenamiento de los productos.

3.2.4.3. Descomposición del estado de resultados entre utilidad neta y utilidad operacional.

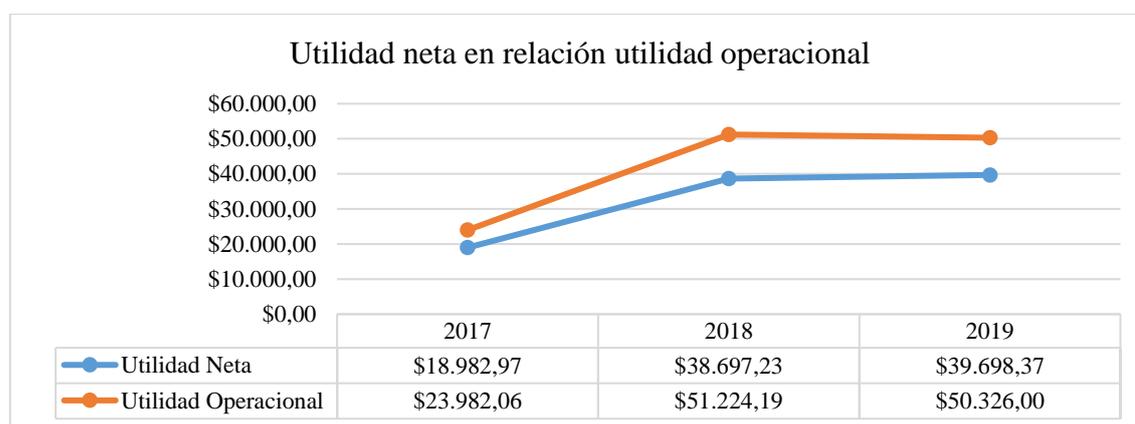


Ilustración 30-3: Comparación entre utilidad neta y operacional

Fuente: Gadway Hair Care & Beauty (2021).

Análisis

Haciendo un análisis con el estado de resultados se identificó que la utilidad operacional en el período 2017 registra 3% (\$23.982,06) dejando como utilidad neta el 2% (18.982,97), ahora para el 2018 creció el gasto operacional a 6% (\$51.224,19) con referencia a las ventas; esto por los costos por ventas y los gastos operativos; es decir aumento la cuenta sueldos y salarios, la influencia de erogaciones por arrendamiento sin embargo la ganancia neta creció a 3% (\$38.697,23), y en el año 2019 la utilidad operacional redujo a un 3% (\$50.326,00) recalcando que el costo de ventas subió un 5% y los gastos operacionales redujeron un 3%, lógicamente las utilidades mejoraron con referencia a la utilidad operacional pero con referencia a los ingresos obtenidos redujo un 1% quedando en 2% (\$39.698,37).

La empresa debe formar estrategias que ayuden a mejorar la rentabilidad optando por el incremento de ventas, una reorganización de costos por cada compra de los productos, estrategias de reducción de costos entre otros, así evitar pérdidas monetarias innecesarias.

3.2.5. Indicadores financieros

Tabla 22-3: Aplicación de ratios financieros

Indicadores de Liquidez		2017	2018	2019	OPTIMO
Liquidez Corriente	Activo Corriente /Pasivo Corriente	0,99	3,59	2,00	1.5 a 2*
Prueba Ácida	Activo Corriente-Inventarios /Pasivo Corriente	0,67	1,95	0,55	1.2 a 1.4*
Capital de Trabajo	Activo Corriente -Pasivo Corriente	-2648,26	87053,33	62211,76	Positivo*
Indicadores de Endeudamiento		2017	2018	2019	
Endeudamiento del Activo	Pasivo Total/ Activo Total	0,93	0,21	0,33	De 0.40 a 0.60*
Endeudamiento Patrimonial	Pasivo Total/ Patrimonio	14,12	0,27	0,50	
Endeudamiento del Activo Fijo	Patrimonio/ Activo Fijo Neto	0,86	2,76	2,01	
Apalancamiento	Activo Total/ Patrimonio	15,12	1,27	1,50	
Indicadores de Gestión		2017	2018	2019	
Rotación de Inventario	Ventas/Inventarios	10,34	21,49	18,84	>1*
Periodo Promedio de Inventario	365/Rotación de Inventarios	35,29	16,98	19,37	>1*
Rotación de Cartera	Ventas/Cuentas por Cobrar	30,64	53,48	128,44	De 6 a 12 veces*
Rotación de Activo Fijo	Ventas/Activo Fijo	42,32	27,41	29,05	Dependen de las políticas de la empresa *
Rotación de Ventas	Ventas /Activo Total	3,27	7,80	9,64	Dependen de las políticas de la empresa *
Periodo Medio de Cobranza	(Cuentas por Cobrar *365) /Ventas	11,86	6,85	2,84	30 a 60 días*
Periodo medio de Pago	(Cuentas y Documentos por pagar *365) /Compras	97,02	3,13	10,81	30 a 60 días*
Impacto Gastos Administrativos	Gasto Administrativos de Ventas/Ventas	0,04	0,06	0,03	Depende de las políticas de la empresa*

Indicadores de Rentabilidad		2017	2018	2019	
Rentabilidad Neta del Activo	(Utilidad Neta / Ventas) *(Ventas/Activo Total)	0,08	0,23	0,21	Depende de las políticas de la empresa *
Margen Bruto	Ventas Netas- Costo de Ventas/Ventas	-0,85	-0,81	-0,89	-0.70% **
Margen Operacional	Utilidad Operacional/Ventas	0,03	0,06	0,03	Debe ser positivo *
Rentabilidad Neta de Ventas	Utilidad Neta /Ventas	0,02	0,03	0,02	>4% *
Rentabilidad Operacional del Patrimonio	Utilidad Operacional/ Patrimonio	1,51	0,39	0,41	>0.07*
Rendimiento del Patrimonio (ROE)	(Utilidad Neta /Patrimonio) * 100	119,48	29,19	32,05	118% **
Rendimiento del Activo (ROA)	(Utilidad Neta/ Activo Total) *100	7,90	22,95	21,36	14% **

*Datos biblioilustraciones (Suárez Gastón 2019).

**Datos en comparación al líder del mercado Yanbal

Fuente: Basados en los estados financiero

3.2.5.1. Indicadores de liquidez

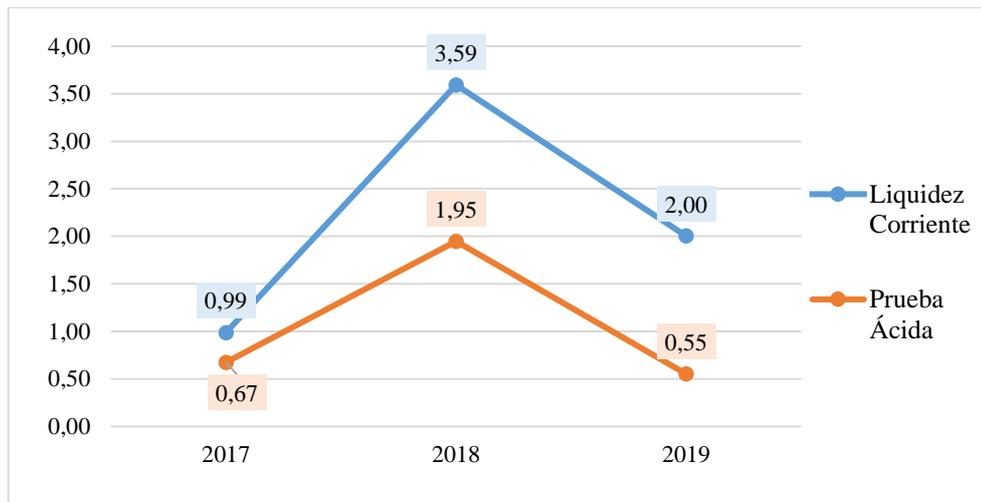


Ilustración 31-3: Resultados del indicador de liquidez

Fuente: Gadway Hair Care & Beauty (2021).

Análisis

Gadway Hair Care & Beauty en el año 2018 presentó un nivel de liquidez el 3.59 el motivo es porque su inversión se encuentra mayormente en los inventarios, y equivalentes al efectivo y cuentas por cobrar; al pasarse de la posición establecida la empresa presenta un exceso de liquidez es decir muestra dinero improductivo, sin embargo para el periodo 2019 muestra una posición optima presenta un 2 esto quiere decir que la empresa está cubriendo adecuadamente sus obligaciones pues la empresa opto por disminuir el equivalente al efectivo para invertir el negocio, ahora la prueba acida mantiene un 0.55 sin embargo debido a que es una empresa comercial depende mucho de los inventarios por tanto si no se mantienen productivo el negocio no obtendrá capital.

3.2.5.2. Indicadores de endeudamiento

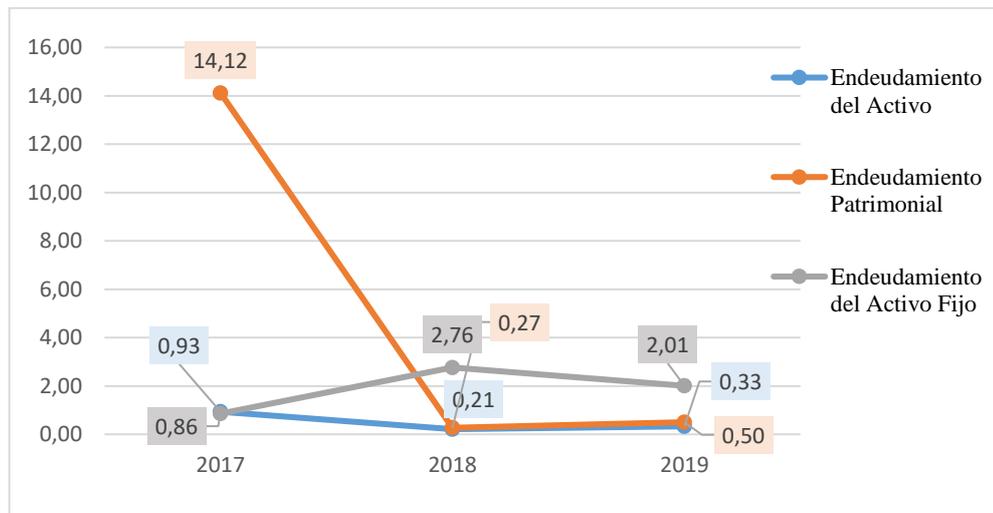


Ilustración 32-3: Resultado del indicador de endeudamiento

Fuente: Gadway Hair Care & Beauty (2021).

Análisis

Según la evaluación del endeudamiento del activo muestra el 33% debido a los convenios que realiza la empresa con sus acreedores es decir es considerable; pues las deudas que presenta no generan interés por que el 93% son deudas a corto plazo. En referencia al endeudamiento patrimonial podemos visualizar que incremento del 0.27 al 0.50 dando a entender que son los propietarios quienes están financiando más. Ahora el endeudamiento del activo fijo es 2.01 mostrando que los activos fijos se financio con dinero propio de la empresa sin necesidad de endeudarse.

3.2.5.3. Indicadores de gestión

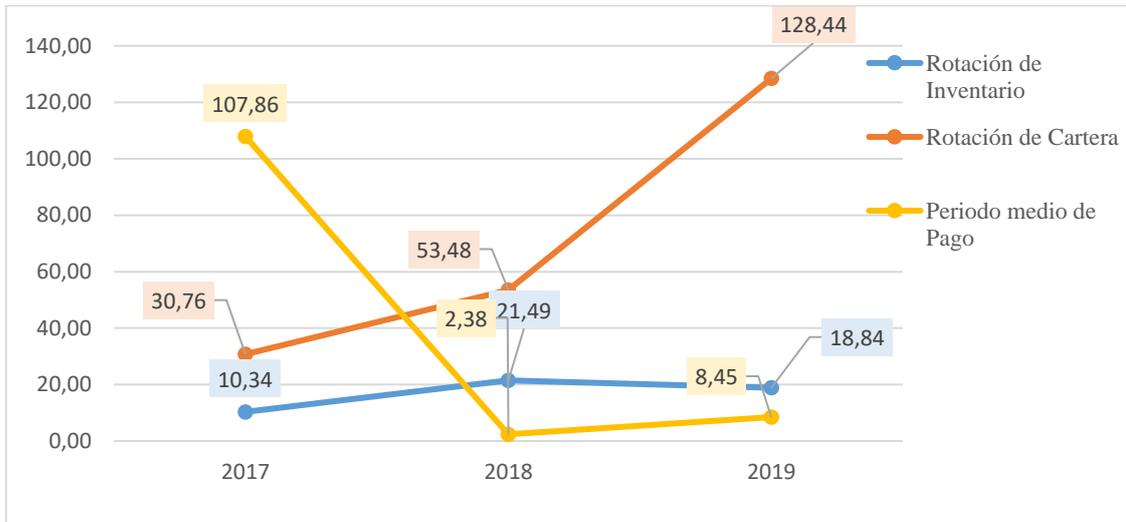


Ilustración 33-3: Resultado del indicador de gestión

Fuente: Gadvay Hair Care & Beauty (2021).

Análisis

La empresa Gadvay Hair Care Beauty presenta variaciones en los periodos en la rotación de inventarios para el año 2018 muestra el 23.80 pero el siguiente año muestra el 19.92, debido a que la empresa tuvo una mayor eficacia al momento de rotar sus inventarios es decir las existencias se renuevan debido a que la mercadería no se queda estancado en bodega, la rotación de cartera incremento a 128, 44 siendo este el tiempo que le toma para convertir sus cuentas por cobrar en efectivo es decir dura de 30 a 128. Ahora el periodo medio de pago tarda 8.45 en pagar sus deudas a los proveedores.

3.4.1.4 Indicadores de rentabilidad

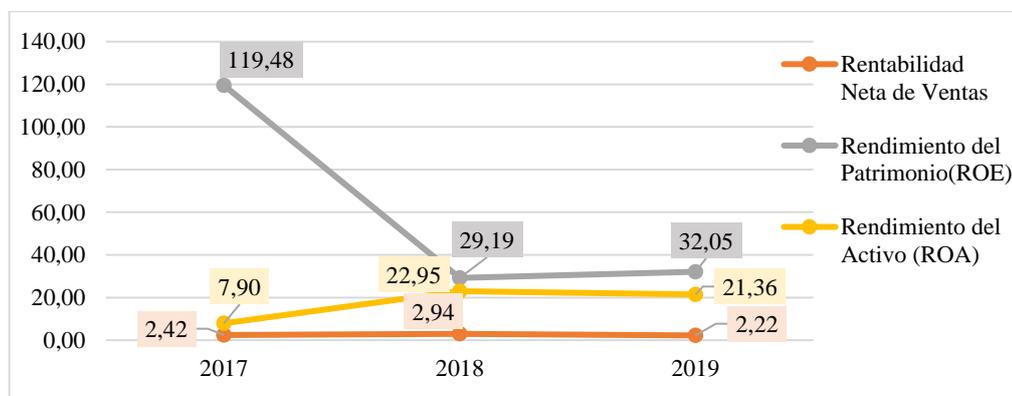


Ilustración 34-3: Resultado del indicador de rentabilidad

Fuente: Gadvay Hair Care & Beauty (2021).

Análisis

Luego del análisis con la aplicación de las herramientas financieras en la rentabilidad neta de ventas muestra el 0,3 en el 2018 pero para el 2019 disminuyó al 0,2 esto por el incremento en el costo de ventas, quiere decir que disminuyó su capacidad de retribución de rentabilidad en comparación de las ventas obtenidas durante el año. El (ROE) presentó el 29,19 para el último año en estudio mostró el 32,05 señalando que el rendimiento del patrimonio incrementó la capacidad de recompensar ganancias al empresario. El (ROA) disminuyó a 21,33% por que tuvo una deficiencia al momento de administrar las ventas y controlar los costos generados, pese a esto indica que los activos están aportando a las utilidades de las ventas y genera retorno frente a la inversión en los activos totales.

3.3. Cálculo de las Necesidades Operativas de Fondos (NOF)

A continuación, se procede a calcular el las NOF 2017 al 2019, entraran todas las cuentas operativas del giro de negocio, con el fin de conocer las necesidades operativas de la empresa.

Tabla 23-3: Resultado de las NOF

NECESIDADES OPERATIVAS DE FONDOS			
AL 31 DE DICIEMBRE			
CUENTAS	2017	2018	2019
Activo Corriente			
Efectivo- Equivalente al efectivo	\$90.274,99	\$16.696,33	\$2.731,29
Cuentas por Cobrar	\$25.499,16	\$24.578,60	\$13.945,87
Crédito Tributario IVA	\$24.069,68	\$0,00	\$0,00
Crédito Tributario Renta	\$11.374,87	\$15.077,91	\$14.849,90
Inventario Mercadería	\$70.328,01	\$55.221,08	\$89.915,60
TOTAL ACTIVO OPERATIVO	\$221.546,71	\$111.573,92	\$121.442,66
Pasivo Espontaneo			
Cuentas por pagar Proveedores	\$214.945,04	\$7.747,10	\$39.203,70
Impuesto por Pagar	\$4.999,09	\$17.370,29	\$13.706,36
Participación Trabajadores por Pagar	\$0,00	\$7.683,63	\$7.548,90
Obligación con el IESS	\$0,00	\$772,54	\$1.503,23
Otros Pasivos	\$4.350,84	\$0,00	\$0,00
TOTAL PASIVO EXPONTANEO	\$224.294,97	\$33.573,56	\$61.962,19
NOF	-\$2.748,26	\$78.000,36	\$59.480,47

Fuente: Gadvay Hair Care & Beauty, Estado Financieros. (2021).

Realizado por: Gadvay, M. 2021.

Nota: En los pasivos espontáneos se toma en cuenta otros pasivos debido a que son arriendos por pagar, pago de luz, agua, teléfono; mismas que para el año 2018 y 2019 no continuaron pagando por que se unifico el negocio en un solo local.

Gadvay Hair Care & Beauty en las necesidades operativas de fondos muestra una escasez de - \$2.748,26 el mismo que debe ser financiada; evitando quedar estancada o implicando negativamente en los ingresos de la empresa, sin embargo, tras elevar sus ingresos mejora la situación económica financiera de la empresa en los años posteriores, los cuales muestran su requerimiento para financiar sus ventas alcanzables.

3.3.1. *Calculo fondo de maniobra*

El FM está a consideración por los dos métodos para probar la veracidad del cálculo.

Tabla 24-3: Resultado del FM.

FONDO DE MANIOBRA			
AL 31 DE DICIEMBRE			
CUENTAS	2017	2018	2019
MÉTODO 1			
Activo Corriente	\$221.646,71	\$120.626,89	\$124.173,95
Pasivo Corriente	\$224.294,97	\$33.573,56	\$61.962,19
TOTAL FONDO DE MANIOBRA	-\$2.648,26	\$87.053,33	\$62.211,76
MÉTODO 2			
Total Patrimonio	\$15.888,36	\$132.564,70	\$123.881,06
Total Pasivo No corriente	\$0,00	\$2.441,86	\$0,00
Total Activo Fijo	\$18.536,62	\$47.953,23	\$61.669,30
TOTAL FONDO DE MANIOBRA	-\$2.648,26	\$87.053,33	\$62.211,76

Fuente: Gadvay Hair Care & Beauty, Estado Financieros. (2021).

Realizado por: Gadvay, M. 2021.

El capital de trabajo, con que la empresa contaba en el 2017 muestra un activo corriente menor que el pasivo corriente con un desfase de -\$2.648,26; evitando que la empresa pueda cumplir con sus obligaciones a corto plazo y con ello podría tener problemas de pagos, sin embargo para el año 2019 ha tenido un incremento positivo contando con un colchón de seguridad esto quiere decir; aun si no paga todos los clientes podrá cumplir con los contratos de sus proveedores, además está ayudando a conllevar y aprovechar un coste de oportunidad.

3.3.1.1. *Calculo porción real de liquidez*

Tabla 25-3: Resultado de PRL

FM	-\$2.648,26	\$87.053,33	\$62.211,76
NOF	-\$2.748,26	\$78.000,36	\$59.480,47
NRN	- \$100,00	\$9.052,97	\$2.731,29

Fuente: Gadway Hair Care & Beauty, Estado Financieros. (2021).

Realizado por: Gadway, M. 2021.

Tras mostrar los datos obtenidos en las NOF Y FM se demuestra que efectivamente la empresa en el periodo 2017 le faltaba dinero para continuar con sus operaciones; con una cantidad de \$100, sin duda la empresa ha incrementado sus ingresos logrando tener un aumento en su porción real de liquidez y demostrando que puede existir un excedente para el 2019 de \$2.731,29.

3.3.1.2. *Financiamiento NOF*

Tabla 26-3: Financiamiento de las NOF

Inversión	2017	%	2018	%	2019	100%
NOF	-\$2.748,26	103,78%	\$78.000,36	89,60%	\$59.480,47	95,61%
Excedente	\$100,00	-3,78%	\$9.052,97	10,40%	\$2.731,29	4,39%
TOTAL	-\$2.648,26	100,00%	\$87.053,33	100%	\$62.211,76	100%
Financiamiento	2017	%	2018	%	2019	%
FM	-\$2.648,26	100,00%	\$87.053,33	100,00%	\$62.211,76	100,00%
Deudas C/P	\$0,00	0,00%	\$0,00	0,00%	\$0,00	0,00%
Total	-\$2.648,26	100%	\$87.053,33	100%	\$62.211,76	100%

Fuente: Gadway Hair Care & Beauty, Estado Financieros. (2021).

Realizado por: Gadway, M. 2021.

3.3.1.3. *Balance financiero*

Tabla 27-3: Nuevo balance financiero

Balance Financiero			
Gadway Hair Care & Beauty			
Al 31 de diciembre			
Activo	2016	2018	2019
NOF	\$-2.748,26	\$78.000,36	\$59.480,47
Excedente	\$100,00	\$9.052,97	\$2.731,29
Activo No corriente	18536,62	\$47.953,23	\$61.669,30
Activo Total	\$15.888,36	\$135.006,56	\$123.881,06
Pasivo			
Pasivo Corriente	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Pasivo no Corriente	\$0,00	\$2.441,86	\$0,00
Patrimonio	\$15.888,36	\$132.564,70	\$123.881,06
Pasivo + Patrimonio	\$15.888,36	\$135.006,56	\$123.881,06

Fuente: Gadway Hair Care & Beauty, Estado Financieros. (2021).

Realizado por: Gadway, M. 2021.

3.3.1.4. Resultados

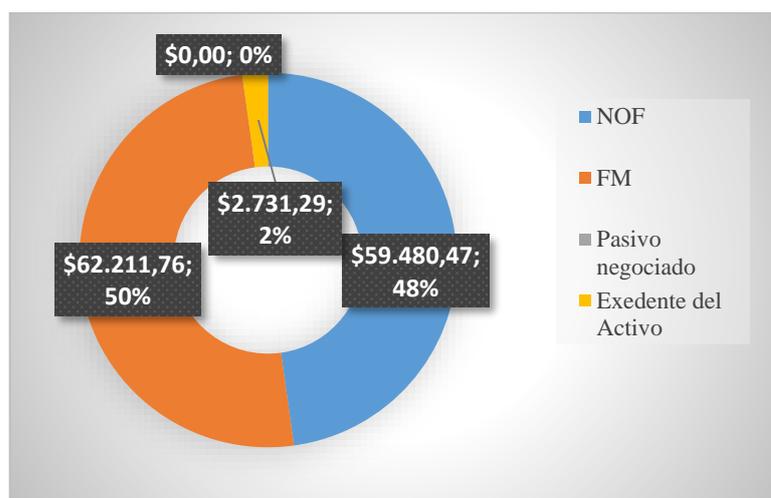


Ilustración 35-3: Resultado de las NOF, FM, Excedente del Efectivo

Fuente: Gadway Hair Care & Beauty, Estado Financieros. (2021).

Realizado por: Gadway, M. 2021.

Análisis

Las (NOF) necesidades operativas de fondo muestra que en la empresa Gadway Hair Care & Beauty existe un excedente de liquidez razón por la cual muestra a las $NOF < FM$ debido a que la empresa no cuenta con deudas financiadas a largo plazo que generen intereses; sin embargo, en relación con el 2018 (-\$9.052,97) muestra una variación para el periodo 2019 (-\$2.731,29), presenta un decrecimiento, pero no existe necesidad de buscar financiamiento externo.

3.3.1.5. Comportamiento de las NOF y los días de Cobro

Tabla 28-3: Días de cobro

AÑO	NOF	COBRO
2017	-2748,26	11,8647
2018	78000,36	6,8247
2019	59480,47	2,8417

Fuente: Gadway Hair Care & Beauty, Estado Financieros. (2021).

Realizado por: Gadway, M. 2021.

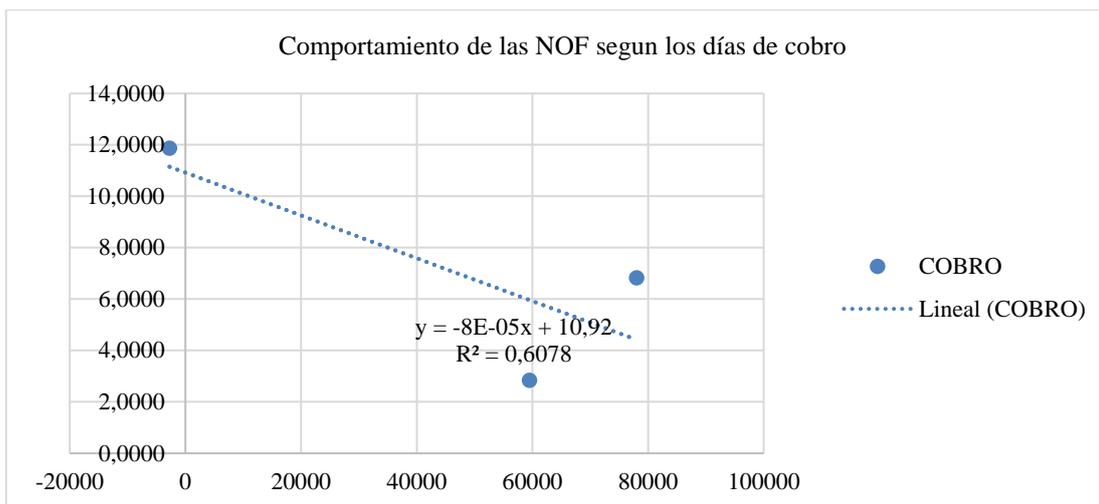


Ilustración 36-3: Coeficiente de determinación entre las NOF y Días de cobro

Fuente: Gadvay Hair Care & Beauty, Estado Financieros. (2021).

Realizado por: Gadvay, M. 2021.

Tabla 29-3: Comportamiento de las NOF

Estimación	Valor	Descripción
Pendiente	-7292,98	Debe ser positiva dado que a más días de crédito otorgado al cliente más necesidad de fondos. Coeficiente de variación de los fondos en función de los días concedidos a clientes.
Coeficiente de determinación	0,61	Multiplicado por 100 indica el porcentaje de variación de las necesidades de fondos explicado por la variación en los días de cobro a clientes

Fuente: Gadvay Hair Care & Beauty, Estado Financieros. (2021).

Realizado por: Gadvay, M. 2021.

Análisis

Se muestra los resultados en la evaluación de las NOF con los días de cobro; muestra un dato negativo debido a la disminución de tiempos de cobranza otorgada a los clientes, tal como se muestra en las NOF no presenta necesidad de fondos, es necesario mencionar que la empresa trabaja con un mínimo de créditos para sus clientes debido al riesgo de pago, en cuanto al coeficiente de determinación muestra una variación del 61% de las necesidades de fondos.

3.3.1.6. Comportamiento entre las NOF y los días de pago

Tabla 30-3: Días de pago

Las NOF según los días de Pago		
AÑO	NOF	PAGO
2017	-2748,26	97,02
2018	78000,36	3,13
2019	59480,47	10,81

Realizado por: Gadvay Hair Care & Beauty, Estado Financieros. (2021).

Realizado por: Gadvay, M. 2021.

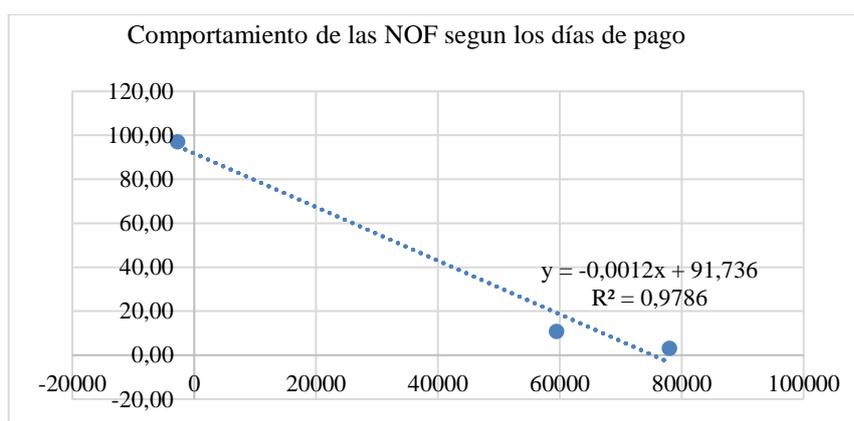


Ilustración 37-3: Coeficiente de determinación entre las NOF y días de pago

Fuente: Gadvay Hair Care & Beauty, Estado Financieros. (2021).

Realizado por: Gadvay, M. 2021.

Análisis

Según los resultados la pendiente presenta -802,650142 dado que es negativo indica que existe menos necesidad de fondos; ahora el coeficiente de variación es en función de los días concedidos por proveedores, se puede apreciar que el coeficiente de determinación muestra el 98% indicando así la variación en los días de pago a los proveedores.

3.4. Igualación de cuentas

Tabla 31-3: Igualación de Cuentas de Ingresos y Costos

Igualación de cuentas Ventas Vs Gastos			
CUENTAS	2017	2018	2019
Ingresos	784446,58	1314515,92	1791237,76
Costos / Gastos	760464,52	1263291,73	1740911,76
Análisis Horizontal			
V.A 2017/2018	%	V.A 2018-2019	%
\$ 530.069,34	0,68	\$476.721,84	0,36
\$ 502.827,21	0,66	\$477.620,03	0,38

Fuente: Gadvay Hair Care & Beauty, Estado Financieros. (2021).

Realizado por: Gadvay, M. 2021.

Cálculo del año 2018

$$\begin{aligned}C(1 + i)^n &= C(1 + i)^n \\[1314515,92 (1 + 0,68)^n] &= [1263291,73 (1 + 0,66)^n] \\[n \log 1314515,92 + n \log 1,68] &= [n \log 1263291,73 + n \log 1,66] \\ \log 1314515,92 - \log 1263291,73 &= n (\log 1,68 - \log 1,66) \\ 6,1188 - 6,1015 &= n (0,2253 - 0,2201) \\ 0,0173 &= n 0,0052 \\ n &= 3,3196 \text{ años} \\ (0,3196 * 12) &= 3,8352 \text{ meses} \\ (0,8352 * 30) &= 25,056 \text{ días} \\ n &= 3 \text{ años } 3 \text{ meses y } 25 \text{ días}\end{aligned}$$

Cálculo del año 2019

$$\begin{aligned}C(1 + i)^n &= C(1 + i)^n \\[1791237,76 (1 + 0,36)^n] &= [1740911,76 (1 + 0,38)^n] \\[\log 1791237,76 + n \log 1,36] &= [\log 1740911,76 + n \log 1,38] \\ \log 1791237,76 - \log 1740911,76 &= n (\log 1,38 - \log 1,36) \\ 6,2532 - 6,2408 &= n (0,1399 - 0,1335) \\ 0,0124 &= n 0,0064 \\ n &= 1,9375 \text{ años} \\ (0,9375 * 12) &= 11,25 \text{ meses} \\ (0,25 * 30) &= 7,5 \text{ días} \\ n &= 1 \text{ año } 11 \text{ meses } 7 \text{ días}\end{aligned}$$

Análisis

La igualación entre ingresos y gastos generados por la actividad económica de la empresa Gadvay Hair Care & Beauty; muestra, que en caso de no haber cambiado la estrategia optadas en el año 2018 igualaría sus ventas en tres años tres meses y veinticinco días, sin embargo en el período 2019 aunque bajaron sus gastos operativos en un 3% en el costo de ventas subieron el 5% en referencia el año anterior; por ello la empresa igualara sus ingresos con los costos y gastos en un tiempo de un año once meses aproximadamente; esto quiere decir que podría presentar sus utilidades en cero y evidenciar perdidas en el resultado de su ejercicio contable (utilidades netas).

3.5. Crecimiento sostenible de la empresa Gadvay Hair Care & Beauty

$$G = \frac{\frac{ROS}{NOF}}{\frac{VENTAS}{NOF}} = \frac{\frac{UTILIDAD NETA}{VENTAS}}{\frac{NOF}{VENTAS}}$$

Tabla 32-3: Crecimiento Autofinanciado

Periodos	Utilidad Neta	Ventas	NOF	G
2017	18982,97	784446,58	-2748,26	-6,9072686
2018	38697,23	1314515,92	78000,36	0,49611604
2019	39698,37	1791237,76	59480,47	0,66741857

Fuente: Gadvay Hair Care & Beauty, Estado Financieros. (2021).

Realizado por: Gadvay, M. 2021.

Análisis

La empresa muestra el comportamiento del Crecimiento sostenible autofinanciado, en el año 2019 muestra el 67% como máximo crecimiento que puede tener la empresa en caso que decida crecer solamente con sus beneficios retenidos.

Sin embargo, si desea crecer sin financiamiento externo debe generar suficiente utilidad para financiar su desarrollo entre mayor sea el ROS mayor será el crecimiento sostenido.

3.6. Diagnostico situacional de la empresa

3.6.1. Filosofía Empresarial

3.6.1.1. Misión

Brindar valor a nuestros clientes y colaboradores como medio para lograr un crecimiento rentable del negocio u contribuir al bienestar de la comunidad en la que operamos.

3.6.1.2. Visión

Organizar con proyección Nacional socialmente responsable y orientada hacia el cliente.

3.6.1.3. Valores

Respeto a la diversidad: pasión por la excelencia, honestidad en cada acción, agilidad en el desempeño, orden en la gestión.

3.6.1.4. Organigrama estructural de la empresa

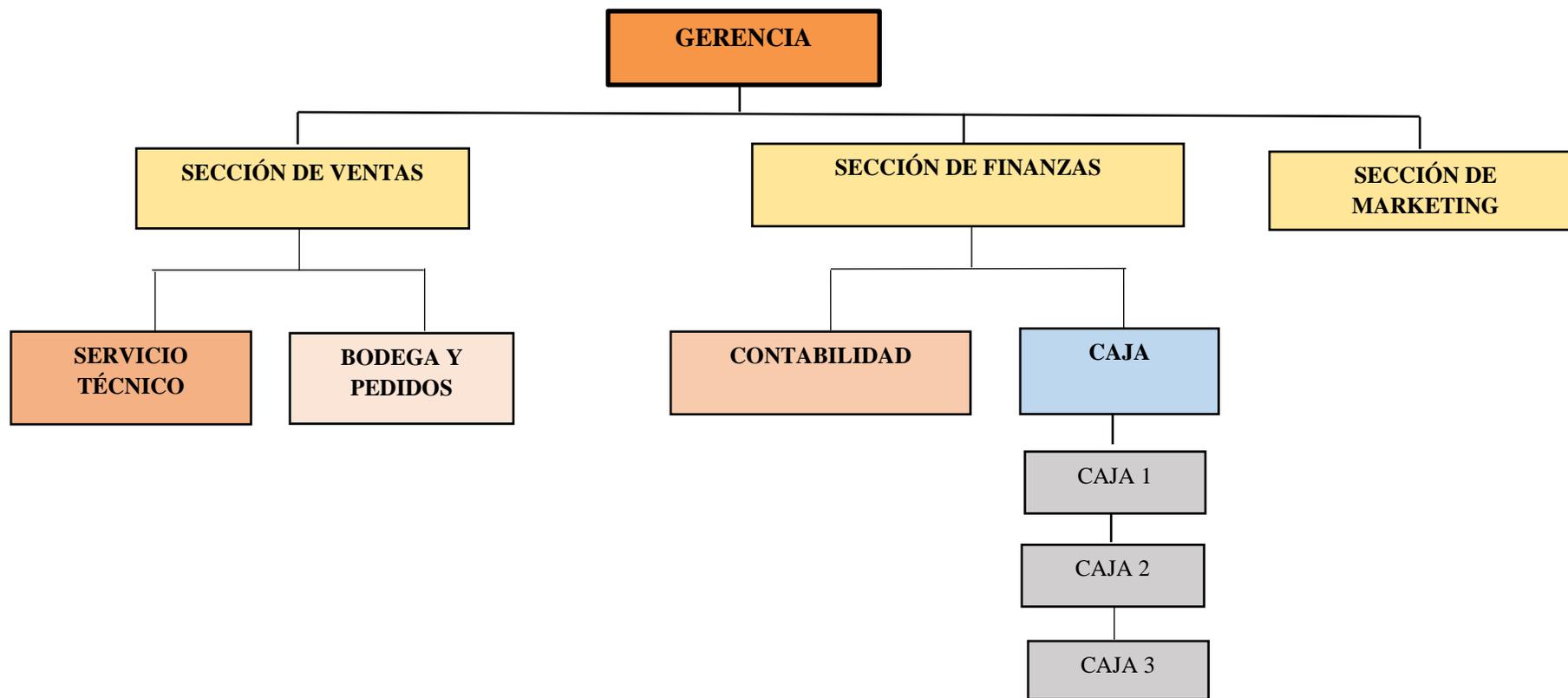


Ilustración 38-3: Organigrama estructural de la empresa

Fuente: Gadway Hair Care & Beauty, Estado Financieros. (2021).

Realizado por: Gadway, M. 2021.

3.7. Análisis de factores externos

Tabla 33-3: Factores externos influyentes en la empresa.

Factor	Impacto	Detalle
Externo		
Restricciones de Ventas por parte del COE nacional	Medio	(COE, 2021) desde 23 de abril optaron por nuevas medidas de prevención frente al estado de emergencia en el que durante 28 días tendrá prohibido de movilidad los de ciudadanos y vehículos de lunes a jueves desde 20: 00 A 05:00 y prohibición de movilidad absoluta todo el día desde viernes 20:00 hasta el lunes 05:00.
Utilización obligatoria de mascarillas y protectores faciales	Medio	(Alvarado, 2020) dice que, en Ecuador en el área de los cosméticos, las fragancias, maquillaje y protectores solares han sufrido una caída del 35%. Sin embargo, dentro de los cosméticos los productos para ojos son los que menor descenso han experimentado.
Incertidumbre económica	Medio	(Banco central del Ecuador, 2020) menciona que el segundo trimestre de 2020 el Producto Interno Bruto (PIB) decreció en 12,4% en relación al período de 2019. El PIB sumó USD 15.790 millones en términos constantes y USD 23.550 millones en valores corrientes. En el comercio el VAB de esta industria registró una variación negativa de 9,8%, comportamiento que se relaciona directamente con el desempeño de las demás industrias, las cuales se vieron afectadas por la inestabilidad económica que vive el país a causa del endeudamiento.
Pandemia COVID-19	Medio	(Cota, 2021) menciona que a causa de la pandemia Covid -19 el Ecuador presentó una doble crisis, el país ya estaba en recesión y el Gobierno iniciaba un muy necesario ajuste al gasto público, sufre de una masiva de empleos y un alarmante incremento en la pobreza. Según los datos más recientes apuntan a que el producto interno bruto cayó 8,8% en el tercer trimestre de 2020, en comparación con el mismo el año anterior. Se espera que la caída anual sea cercana al 9%, de acuerdo con el banco central.
Vacunación masiva	Medio	(MSP, 2021) expresa que e en todo el país inicia con un plan de vacunación beneficiando a la población prioritaria y la nacionalidad en general, para agilizar el proceso de inmunización contra la COVID-19, esto luego de varias gestiones a nivel internacional, desarrollando de 2 millones a 6 millones las dosis negociadas con el país.

Fuente: Investigación de campo (2021)..

3.8. Micro entorno

Tabla 34-3: Microentorno de la empresa.

Influencia de la publicidad en cosméticos	Alta	El mercado de los cosméticos es amplio hoy en día, sin embargo, la afición por la belleza se ha convertido en una necesidad y vanidad para hombres y mujeres de toda posición social, de toda edad con diferentes productos, conllevando a la búsqueda de más productos de belleza que cumplan con las expectativas del consumidor.	Entrevista
Alta tendencia en productos capilares	Medio	La información recaudada muestra que un mayor porcentaje opta por comprar productos para el cabello, debido a la necesidad del cuidado capilar que presentan los consumidores.	Entrevista
Competencia desleal	Medio	La competencia desleal aumentó en los últimos años, sin embargo, la empresa incrementó sus ventas gracias a la variedad en productos y calidad de servicio que ofrece.	Entrevista
Reactivación económica nacional	Alta	Luego de cumplir con las restricciones dispuestas por el COE, en todo el país se logra una reactivación económica, para dinamizar la economía de Ecuador.	Entrevista

Fuente: Investigación de campo (2021)..

3.8.1. Análisis de factores internos

Tabla 35-3: Análisis de factores internos

Factores Internos	Impacto	Detalle	Fuente
Talento humano capacitado	Medio	Según los trabajadores de la empresa manifiestan que reciben capacitaciones, con el fin de fortalecer los conocimientos y aplicar en la empresa.	Entrevista
Buena comunicación laboral	Medio	La empresa sostiene una buena comunicación laboral entre todo el personal, con el propósito de ejecutar bien las funciones de la empresa y transmitir buen ambiente al cliente.	Entrevista
Organización estructural no establecida	Medio	Tras la revisión de la organización estructural de la empresa se puede evidenciar, un orden no adecuado es decir no cuenta con una clasificación ordenada para cada función, por lo cual los departamentos no se encuentran bien agrupados y organizados.	Observación

Satisfacción del cliente con sus productos	Alto	Uno de los objetivos que la empresa ha optado es ofrecer a sus clientes promociones, servicio técnico, garantía, entregas a domicilio, además capacitar a los trabajadores con el fin de cumplir con las expectativas esperadas del consumidor e incrementar las ventas.	Entrevista
Implementación de un sistema contable	Alto	La empresa Gadway Hair Care & Beauty cuenta con un sistema contable óptimo, para llevar en orden la contabilidad y con ello sus estados financieros.	Entrevista
Escaso capital en efectivo.	Medio	En el año 2017 se registró en equivalentes al efectivo el 38% del total de los activos, pero para el 2018 redujo a 15% sin embargo para el periodo 2019 la empresa decidió reducir mucho más a un 3%, esto podría afectar directamente al momento de presentar una inversión o reajuste en algunos gastos de la empresa.	Evaluación financiera.
Variedad en productos	Medio	Gadway Hair Care & Beauty, presenta variedad en productos como; diversidad en cosméticos para la piel, cabello, rostro, uñas, máquinas y muebles para peluquería, lo cual le es atractivo para el consumidor.	Entrevista
Manejo de una cartera de créditos adecuado	Alto	Una de las estrategias de la empresa es evitar la acumulación de cuentas por cobrar, es decir; otorgamiento de productos a crédito a sus clientes.	Entrevista y evaluación financiera.
Incremento de Publicidad	Medio	La empresa en el 2017 no se enfocó mucho en la publicidad, pero para los periodos 2018 y 2019 ha invertido y enfatizado trabajado en el tema, realizando demostraciones de belleza, actualizando su página por internet, descuentos, promociones.	Entrevista y estado de resultados
Incremento en ventas	Alto	Según los datos registrados en el estado de resultados y luego de la evaluación financiera, muestra un incremento de ventas año a año, pues entre el año 2017 y 2018 muestra una variación absoluta de \$530.069,34 para el 2019 registra ventas superiores al año anterior.	Entrevista y Evaluación financiera
Elevado costo de ventas.	Alto	Según muestra el estado de resultados los costos de ventas se han incrementado; en el año 2018 muestra el 90% en comparación del total de ventas y para el 2019 subió a 95% dificultando una mayor utilidad neta.	Estado de resultados.

Inexistencia de evaluación financiera	Alto	La empresa Gadvay Hair Care & Beauty no maneja herramientas financieras para diagnosticar con precisión la situación económica y financiera de la empresa.	Entrevista
Información financiera limitada	Alto	La función de la contadora es reportar netamente registros en compras y ventas mensuales.	Entrevista
Óptimo nivel de liquidez	Alto	Tras la evaluación en relación a la liquidez a mejorado gracias al crecimiento económico y financiero de la empresa, en el año 2017 solo contaba con 0.99 de liquidez mientras que para el período 2019 mejora a 2; siendo óptimo pues posee capacidad de atender sus obligaciones, aunque tiene mayor capital invertido en mercadería no es problema debido a la facilidad de conversión en efectivo.	Evaluación Financiera
Baja representación en prueba ácida	Medio	El indicador de prueba ácida nos muestra que la empresa sin sus inventarios no podrá ser capaz de cubrir con todas sus obligaciones de corto plazo; pues solo muestra una posibilidad de pago en 0.55, llegando a ser esto un problema para la empresa; es decir sin sus inventarios la empresa quedaría vulnerable o débil económicamente.	Evaluación financiera
Crecimiento lento de utilidad neta	Alto	Tras la evaluación financiera se visualiza que la utilidad neta para el año en el año 2017 fue de \$18.982,97 pero para el periodo 2018 se logró un beneficio neto de \$38.697,23 es decir incrementó \$19.714,26 en ganancias; pero para el 2019 no surgió el mismo resultado pues sólo creció en referencia al año anterior con \$1.001,14, debido a un incremento de los egresos antes la utilidad neta.	Evaluación Financiera
Bajo Margen bruto	Medio	Las ventas del año 2018 generaron un 10 % de utilidad bruta, sin embargo, para el periodo 2019 decreció a un 5% de ganancia bruta es decir que por cada dólar vendido tuvo un beneficio de 0.05 centavos de utilidad bruta.	Evaluación Financiera
Bajo nivel de rentabilidad	Alto	La empresa Gadvay Hair Care & Beauty en el periodo 2018 registró el 3% de rentabilidad neta de las ventas, ahora en el año 2019 bajo a al 2% esto se debe a una falta de control en costos de ventas, es por ello que no cuenta con una rentabilidad óptima para	Evaluación Financiera

el giro de negocio y podría ingresar en un riesgo financiero.

Fuente: Investigación de campo (2021). Gadway Hair & Care Beauty (2021).

Realizado por: Gadway, M. 2021.

3.8.2. *Matriz de evaluación de factores internos*

Tabla 36-3: M. E. Factores Internos

Factores internos claves	Valor	Calificación	Puntuación ponderada
Fortalezas			
F1. Talento humano capacitado	0,04	4	0,16
F2. Buena comunicación laboral	0,03	3	0,09
F3. Satisfacción del cliente con sus productos	0,1	4	0,4
F4. Implementación de una contable	0,03	4	0,12
F5. Variedad en productos	0,06	4	0,24
F6. Manejo de una cartera de créditos adecuado	0,05	4	0,20
F7. Incremento de Publicidad	0,03	3	0,09
F8. Incremento en ventas	0,09	4	0,36
F9 Buen nivel de liquidez	0,07	4	0,28
Debilidades			
D1. Organización estructural deficiente	0,02	1	0,02
D2. Escaso capital en efectivo	0,04	1	0,04
D3. Elevado costo de ventas	0,08	2	0,16
D4. Inexistencia de evaluación financiera	0,06	2	0,12
D5. Información financiera limitada	0,04	2	0,08
D6. Baja representación en prueba acida	0,05	1	0,05
D7. Crecimiento lento de utilidad neta	0,05	2	0,1
D8. Bajo Margen bruto	0,07	1	0,07
D9. Bajo nivel de rentabilidad	0,07	2	0,14
TOTAL	1		2,75

Fuente: Investigación de campo (2021). Gadway Hair & Care Beauty (2021).

Realizado por: Gadway, M. 2021.

La Fortaleza más relevante de Gadway Hair Care & Beauty es el incremento en ventas ayudando con ello obtener un beneficio neto y mejorando la liquidez para la empresa, es importante mencionar que no recibe devoluciones en ventas salvo en ciertas ocasiones que optan por cambiarlo por otro de mayor valor, es decir sus clientes están satisfechos con los productos adquiridos.

Sin embargo, la empresa muestra algunas de las debilidades, entre ellas las más destacada s elevado costo de ventas y a causa de ello presenta bajo nivel de rentabilidad, además otra de las

falencias que muestra es la inexistencia de evaluación financiera, dificultando conocer exactamente la liquidez, endeudamiento, gestión y rentabilidad para llegar a una toma de decisiones a tiempo; pues solo existe reportes mensuales de compras y ventas por parte de contador; provocando el desconocimiento de la situación económica y financiera real de la empresa.

Por otra parte, Gadway Hair Care & Beauty debe controlar sus costos de ventas para evitar una posible igualación junto a los gastos con referencia a las ventas y por consecuencia una pérdida del ejercicio, para ello será de gran utilidad la aplicación de herramientas financieras con el propósito de proponer nuevas estrategias para incrementar la rentabilidad.

3.8.3. Matriz de evaluación factores externos

Tabla 37-3: M.E. Factores Externos

Factores externos claves	Valor	Calificación	Puntuación ponderada
Oportunidades			
O1. Influencia de la publicidad en cosméticos	0,1	3	0,3
O2. Alta tendencia en productos capilares	0,1	2	0,2
O3. Apertura de negociación con los proveedores internacionales	0,1	3	0,3
O4. Reactivación económica nacional	0,1	4	0,4
O5. Vacunación masiva	0,1	2	0,3
Amenazas			
A1. Restricciones de Ventas por parte del COE nacional.	0,1	2	0,2
A2. Utilización obligatoria de mascarillas y protectores faciales	0,1	3	0,3
A3. Incertidumbre económica	0,1	3	0,3
A4. Competencia desleal	0,1	3	0,3
A 5. Pandemia COVID -19	0,1	2	0,2
TOTAL	1		2,7

Fuente: Investigación de campo (2021). Gadway Hair & Care Beauty (2021).

Realizado por: Gadway, M. 2021.

La empresa muestra en sus oportunidades la facilidad de negociación con los proveedores; esto podría ser una ventaja para formar nuevas políticas de compras en beneficio de Gadway Hair Care & Beauty, además el crecimiento estructural ayuda a ser eficientes y eficaces en el servicio al cliente, por otra parte, la tendencia en productos capilares ayudara a optimizar la rotación de inventarios.

Sin embargo, la incertidumbre económica que el país está enfrentado provoca riesgo de pérdida, las restricciones en las ventas y reducción de demanda en algunos productos hacen un reto mayor,

para ello han realizado alternativas como entrega a domicilio y otros beneficios demostraciones rápidas de belleza en aplicación de maquillaje y tratamientos capilares.

Gadvay Hair Care & Beauty debe aprovechar la trayectoria en el mercado, buscando nuevas rutas de mercado, fidelizando a los nuevos clientes para asegurar las compras mensuales en la empresa, además proponer beneficios a los proveedores por la compra de productos.

3.8.4. Matriz FODA

Tabla 38-3: Matriz FODA

INTERNOS		1. NEGATIVO	
POSITIVO	Fortalezas F1. Talento humano capacitado F2. Buena comunicación laboral F3. Satisfacción del cliente con sus productos F4. Variedad en productos F5. Implementación de un sistema contable F6. Manejo de una cartera de créditos adecuado F7. Incremento de Publicidad F8. Incremento en ventas F9. Buen nivel de liquidez		Debilidades D1. Organización estructural deficiente D2. Escaso capital en efectivo D3. Elevado costo de ventas D4. Inexistencia de evaluación financiera D5. Información financiera limitada D6. Baja representación en prueba ácida D7. Crecimiento lento de utilidad neta D8. Bajo Margen bruto D9. Bajo nivel de rentabilidad
	Oportunidades O1. Influencia de la publicidad en cosméticos O2. Tendencia en productos capilares O3. Apertura de negociación con los proveedores internacionales O4. Reactivación económica nacional O5. Vacunación masiva		Amenazas A1. Restricciones de Ventas por parte del COE nacional. A2. Utilización obligatoria de mascarillas y protectores faciales A3. Incertidumbre económica A4. Competencia desleal A 5. Pandemia COVID -19
EXTERNOS			

Fuente: Investigación de campo (2021).
 Realizado por: Gadvay, M. 2021.

3.8.5. Matriz DAFO

Tabla 39-3: Matriz DAFO

Análisis Interno y Externo		Estrategia
Oportunidades		FO
O1. Influencia de la publicidad en cosméticos	F7-O1. Diseñar un plan de marketing	
O2. Tendencia en productos capilares	F1-F4-F5-O2. Diseñar una base de datos con clientes segmentados.	
O3. Apertura de negociación con los proveedores internacionales	F8-O3. Optimizar las existencias más rotadas	
O4. Reactivación económica nacional	F2-F3-F6-O4. Desarrollar un plan de conexión con el cliente y el producto	
O5. Vacunación masiva	F9- O5. Fortalecer la estructura financiera y elaborar políticas de compras.	
Amenazas		Estrategia
		FA
A1. Restricciones de Ventas por parte del COE nacional	F7-A1. Establecer un presupuesto para el alcance de las metas.	
A2. Utilización obligatoria de mascarillas y protectores faciales	F4-F9-A2. Optimizar los inventarios guiado de un manual de procesos.	
A3. Incertidumbre económica	F6-F8-A3. Establecer periódicamente un análisis del comportamiento de la empresa.	
A4. Competencia desleal	F1-F2-F3-F5-A4. Evaluar a la competencia y generar valor agregado al producto.	
A 5. Pandemia COVID -19	F7-A5. Desarrollar nuevas alternativas de ventas online e indagar nuevas rutas de mercado.	
Fortalezas		Estrategia
		DO
F1. Talento humano capacitado	D1-O2 Realizar un plan de capacitación en el área de ventas y de comunicación laboral	
F2. Buena comunicación laboral		
F3. Satisfacción del cliente con sus productos	D1-O2-O4. Incrementar mayor capital en efectivo para futuras inversiones en productos.	
F4. Variedad en productos		

F5. Implementación de un sistema contable	D5-O2. Desarrollar métodos y políticas de cobro a fin de mejorar la liquidez, con ello cubrir futuras inversiones.
F6. Manejo de una cartera de créditos adecuado	D8-O1-O3. Desarrollar un plan de alianza en publicidad con los proveedores y retener mayor margen de ganancia.
F7. Incremento de Publicidad	D3-D8-D7-O2 Incrementar los niveles de ventas y optimizar costos.
F8. Incremento en ventas	D2-D6-D9--O3. Impulsar las ventas mejorando el servicio con un valor agregado
F9. Buen nivel de liquidez	D5-O2. Desarrollar métodos y políticas de cobro a fin de mejorar la liquidez, con ello cubrir futuras inversiones.
	Estrategia
Debilidades	DA
D1. Organización estructural deficiente	D1-D2-A2. Definir procesos en las actividades de la sección en ventas y finanzas.
D2. Escaso capital en efectivo	
D3. Elevado costo de ventas	D3-D7-D8-D9-A1. Desarrollar un equilibrio entre liquidez, rentabilidad y endeudamiento
D4. Inexistencia de evaluación financiera	D4-D5-A4. Desarrollar un sistema de Self Control
D5. Información financiera limitada	D6-A3. A5. Impulsar las ventas de crédito menores a 30 días.
D6. Baja representación en prueba ácida	
D7. Crecimiento lento de utilidad neta	
D8. Bajo Margen bruto	
D9. Bajo nivel de rentabilidad	

Fuente: Investigación de campo (2021)..

Análisis DAFO

Tras el cruce de variables DAFO en el análisis interno y externo de la empresa muestra algunas estrategias aprovechando las fortalezas y oportunidades (FO), en base a las necesidades del mismo, es así que, necesita un plan de marketing con ello podría realizar un sistema de control presupuestario así reducir costos de publicidad, además es necesario mejorar las existencias más rotadas, desarrollar un plan de conexión con el cliente y el producto, fortalecer políticas de compras, con ello perfeccionar las ganancias. Ahora en las (FA) enfatiza el establecer presupuestos, optimizar los inventarios; el mismo que será guiado por un manual de procesos, realizar análisis periodos del comportamiento de la empresa, evaluar a la competencia, indagar nuevas rutas de mercado, con el fin de enfrentar las amenazas.

Las estrategias para las debilidades y oportunidades (DO) están direccionadas a realizar un plan de capacitación en áreas como, el de ventas y comunicación laboral, incrementar el capital en activos del efectivo para enfrentar futuras inversiones, por otra parte, es necesario evaluar la empresa mediante herramientas financieras, controlar políticas de cobro, formar nuevas negociaciones con los proveedores, con ello ser una empresa solvente en el mercado.

Finalmente, las estrategias trazadas en las debilidades y amenazas (DA) está inmerso en desarrollar procesos de actividades en la sección de marketing y finanzas, Impulsar las ventas de crédito menor a 30 días, además desarrollar un sistema Self Control entre otros.

Sin duda las estrategias financieras para incrementar la rentabilidad de la empresa es la prioridad para cumplir objetivos, así poder ayudar a extender la cuenta en ventas, reorganizando los costos por compra; reduciendo los precios generados, aplicando nuevas políticas de compras, así ayudará a incrementar la Liquidez; gestionando financieramente y manteniendo una política de crédito y cobranzas, pues con un manejo óptimo de los recursos se logrará equilibrar económicamente y aprovechar el beneficio retenido.

3.8.6. Estrategias y actividades

Tabla 40-3: Estrategias y actividades

Estrategia	Actividad	Responsable	Recursos	Valor
1. Diseñar un plan de marketing	<ul style="list-style-type: none"> ● Realizar un sistema de control presupuestado por la sección de marketing. ● Reducir costos de publicidad por medio de la utilización de catálogos electrónicos los mismos que podrán ser publicados por medio online 	Sección de Marketing	Humanos	\$400,00
2. Diseñar una base de datos con clientes segmentados	<ul style="list-style-type: none"> ● Fidelizar a los clientes mediante muestras de los productos más rentables, con bajo nivel de presupuesto y segmentar los clientes. ● Interactuar con el cliente mostrándole los productos que oferta la empresa. 	Sección de Ventas	Humanos y económicos	\$150,00
3. Optimizar las existencias más rotadas	<ul style="list-style-type: none"> ● Generar una base de datos de los clientes más generadores de flujo de caja con el fin de ofertar nuevos productos. ● Optimizar las existencias más rotadas en el corto plazo 	Sección de finanzas	Humanos	\$400,00
4. Desarrollar un plan de conexión con el cliente y el producto.	<ul style="list-style-type: none"> ● Para vender más, desarrollar confianza con el cliente, solicitar informes de sus preferencias optimizando la productividad del trabajador. 	Sección de Ventas	Humanos económico	\$10,00
5. Fortalecer la estructura financiera y elaborar políticas de compras.	<ul style="list-style-type: none"> ● Pagar más tarde a los proveedores, retener mayor tiempo el efectivo para posibles inversiones. ● Obtener productos al menor coste posible, de calidad y plazos de pago además acceder a políticas de descuento por pronto pago. ● Realizar un plan de inversión a realizar; las adquisiciones deberán realizarse por la sección de compras. 	Gerencia	Humanos	\$0,00
6. Establecer un presupuesto para el alcance de las metas.	<ul style="list-style-type: none"> ● Evaluar el crecimiento en ventas por cada inversión y la ganancia del capital invertido. 	Sección de Finanzas	Humanos	\$200,00
7. Optimizar los inventarios guiado de un manual de procesos.	<ul style="list-style-type: none"> ● Desarrollar información detallada por medio de un sistema de control interno. ● Disminuir los productos que no rotan rápido, evitar el Stock y adaptarse a los clientes. ● Realizar un plan de ofertas en nuevos productos capilares. 	Sección de Ventas	Humanos	\$0,00

8. Establecer periódicamente un análisis del comportamiento de la empresa	<ul style="list-style-type: none"> Exigir productividad por parte de la sección contable y financiera en la distribución de recursos. Evaluar los objetivos planteados semestralmente. Realizar un plan de inversiones en activos con la finalidad de reducir el pago de impuestos. 	Sección de finanzas	de	Humanos	y	\$0,00
9. Evaluar a la competencia y generar valor agregado al producto.	<ul style="list-style-type: none"> Realizar un plan de satisfacción de sus clientes, ofreciendo entrega a domicilio sin necesidad de contratar más empleados aprovechar los recursos humanos con el que cuenta la empresa y evitar gastos innecesarios. 	Sección de Ventas		Humanos económicos	y	\$0,00
10. Desarrollar nuevas alternativas de ventas online e indagar nuevas rutas de mercado.	<ul style="list-style-type: none"> Generar una base de datos de los clientes más generadores de flujo de caja, a los mismos ofrecer más productos sin bombardearlos de ofertas. Ofrecer los productos a nuevas rutas de mercados (rurales) y vender a los clientes directamente con el fin de captar canales de ventas. 	Sección de Ventas		Humanos económicos	y	\$400,00
11. Realizar un plan de capacitación en el área de ventas y de comunicación laboral.	<ul style="list-style-type: none"> Fortalecer capacitaciones auspiciadas y presupuestadas para reducir costos. Tomar en cuenta la nueva estructura organizativa y socializar con los trabajadores de la empresa para una mejor eficiencia en el crecimiento empresarial. 	Gerencia		Humanos económicos	y	\$40,00
12. Incrementar mayor capital en efectivo para futuras inversiones en productos.	<ul style="list-style-type: none"> Realizar un plan de presupuesto establecido en relación al crecimiento económico de la empresa. 	Gerencia		Humanos económicos	y	\$00,00
13. Desarrollar evaluaciones periódicas entre el departamento de contabilidad y finanzas	<ul style="list-style-type: none"> Realizar aplicación y análisis de las distintas herramientas financieras, informar a gerencia la situación para una toma adecuada de decisiones. 	Sección Finanzas	de	Humanos económicos	y	\$0,00
14. Desarrollar métodos y políticas de cobro a fin de mejorar la liquidez, con ello cubrir futuras inversiones.	<ul style="list-style-type: none"> La sección de ventas será la responsable de la gestión de cobros y se informará los problemas de recaudación a la gerencia. 	Sección de Ventas		Humanos económicos	y	\$0,00
15. Desarrollar un plan de alianza en publicidad con los proveedores y retener mayor margen de ganancia.	<ul style="list-style-type: none"> Establecer acuerdos de marketing con el proveedor para obtener un mayor margen de ganancia. 	Sección Marketing	de	Humanos económicos	y	\$0,00

16. Incrementar los niveles de ventas y optimizar costos.	<ul style="list-style-type: none"> Recortar los costos de transporte por mercadería, e incrementar su nivel de rentabilidad acorde a las ventas generadas. 	Sección de finanzas	de	Humanos y económicos	\$0,00
17. Impulsar las ventas con mejor servicio con un valor agregado	<ul style="list-style-type: none"> Incrementar el costo mínimo en productos llamativos y auténticos para recompensar en nuevas inversiones, Impulsar la preventa de los productos ofertados. Relacionar el inventario con una opción de producción garantizando la rotación de las existencias sin afectar negativamente a la rentabilidad. 	Sección de Ventas y finanzas		Humanos y económicos	\$0,00
18. Definir procesos en las actividades de la sección en ventas y finanzas.	<ul style="list-style-type: none"> Designar metas a obtener por mes y compararlos en base a las herramientas financieras al final. Desarrollar un sistema que permita medir y evaluar financieramente. Establecer capital para enfrentar futuras inversiones. 	Sección de finanzas	de	Humanos y económicos	\$0,00
19. Desarrollar un equilibrio entre liquidez, rentabilidad y endeudamiento	<ul style="list-style-type: none"> Establecer un plan de financiamiento a largo plazo y disminuir el pago a proveedores con dinero propio. 	Gerencia		Humanos y económicos	\$0,00
20. Desarrollar un sistema de Self Control.	<ul style="list-style-type: none"> Crear un posicionamiento diferente, un nicho con quien trabajar, innovar constantemente los productos. 	Gerencia		Humanos y económicos	\$0,00
21. Impulsar las ventas de crédito menores a 30 días.	<ul style="list-style-type: none"> Reducir el costo de transporte en mercadería, estableciendo acuerdos de entrega con el proveedor. Realizar un plan de distribución en la deuda entre el corto y largo plazo, revisando la tasa de interés. 	Gerencia.		Humanos	\$00,00
TOTAL					\$1620,00

Fuente: Investigación de campo (2021).

3.9. Resultados generales de la evaluación financiera

La empresa Gadway Hair Care & Beauty es una empresa netamente comercial que inicia sus actividades el 17 de abril de 1997, ubicada en Machala provincia del Oro; según la estructura económica mantiene un activo de \$185.843,25, pasivo \$61.962,19, patrimonio \$123.881,06; mediante la evaluación financiera se demuestra el incremento de las ventas del año 2018 al 2019 de \$476.721,84 es decir el 36% en referencia al año anterior, sin embargo no ha sido eficiente al momento de controlar los costos generados por el giro de negocio, en virtud de que el año 2018 representaba el 90% del total de las ventas, pero en el período 2019 llegó a presentar el 95%; esto ha conllevado a registrar el 2% de rentabilidad para el año 2019; visualizando que es bajo en relación a los ingresos totales mientras que el (ROA) disminuyó a 21,33% porque la utilidad neta en referencia a las ventas totales redujeron el casi el 1% , pues los costos incrementaron, sin embargo muestra que los activos están aportando a las utilidades y genera retorno frente a la inversión en los activos totales; además al revisar una igualación entre los ingresos, costos y gastos se determina que 1 año 11 meses presentará un resultado en cero lo que implica que este período en adelante la empresa mostrara pérdidas del ejercicio , por lo que es indispensable cambiar las estrategias de negocio volverlas a replantear para que se pueda optimizar y mejorar los niveles de rentabilidad.

Con respecto a la liquidez se encuentra en un rango óptimo; la mayor parte se encuentran representados en inventarios con el 48% es decir (\$89.915,60) de fácil convertibilidad; a diferencia de las cuentas del efectivo que solo representa el 3% (\$5.462,58) del total de sus activos y solo cuenta el 33% que equivale a (\$61.962,19) en los pasivos los mismos que son de corto plazo, es decir la empresa se autofinancia para cubrir las obligaciones con los proveedores, ahora la prueba ácida muestra un 0.55 debido a que la empresa es comercial y la mayor parte de la inversión acumulada se encuentra en existencias, esto quiere decir que depende mucho de las ventas para cumplir con las deudas, por otro lado la empresa ha financiado sus activos en un 33 % con los pasivos a corto plazo.

Es importante mencionar que las NOF no muestra una necesidad de liquidez; debido a que el total de activos operativos es de \$121.442,66 y su pasivo espontáneo es \$61.962,19; comprobando en el análisis de días de cobro la empresa no facilita productos a créditos a sus clientes salvo sea necesario y confiable, en cuanto a la relación en días de pago presenta menos necesidad de fondos en relación a los días concedidos por los proveedores, tras esto el crecimiento sostenido puede progresar solo hasta un 60% con autofinanciamiento.

Pese a la incertidumbre económica que vive el país y las restricciones en ventas a causa del COVID 19, la empresa mantiene su nivel de ventas, sin embargo, la empresa necesita buscar apalancamiento financiero a largo plazo, aprovechando la oferta de créditos en el mercado a baja tasa de interés; con ello poder equilibrar sus costos con el endeudamiento.

Sin duda el objetivo principal que aspira la empresa es la apertura de nuevas sucursales, pero con la situación financiera en que se muestra la empresa matriz sería un sobreesfuerzo lograrlo, debido a que no tienen suficiente capital en efectivo, pese a esto tiene la oportunidad de crecer económicamente fidelizando a los clientes eventuales, disminuyendo su mayor debilidad en costos de ventas y aprovechando alianzas con sus proveedores. La falta de información financiera es una de las debilidades que repercute en la correcta toma de decisiones, al no conocer la liquidez, gestión, endeudamiento y rentabilidad no mantiene un control económico para obtener mejor beneficio neto. Debido a la trayectoria en el mercado, la empresa tiene la capacidad de enfrentarse ante la competencia desleal, aplicando nuevas estrategias financieras, evaluaciones periódicas, captando nuevas rutas de mercado, reduciendo el costo de ventas e incluso es necesario optar por inyectar capital externo y lograr un equilibrio entre liquidez, rentabilidad y endeudamiento.

CONCLUSIONES

- El presente trabajo permitió sustentarse con el marco teórico mediante la revisión bibliográfica de distintos autores; quienes contaron con pautas semejantes, facilitando la aplicación de diferentes herramientas para evaluación financiera, ayudando así a fundamentar la investigación en la empresa Gadvay Hair Care & Beauty.
- El estudio de los estados financieros del período 2017 al 2019 fue parte principal para la aplicación de métodos y herramientas financieras, en el que mostró la estructura económica y financiera, sin duda la empresa decreció en sus cuentas, debido a que la empresa en el año 2018 decidió invertir el capital acumulado del 2017, para la apertura de nuevas sucursales; ahora en el periodo 2019 la cuenta proveedores también disminuyó, pues la empresa optó por pagar lo más pronto posible, además los clientes cercanos realizaban sus compras en las sucursales visitando poco la empresa matriz para la adquisición de sus productos. Según el estado financiero demuestra que las ventas incrementaron en el último año de estudio, pero también se demuestra que la principal debilidad se encuentra en el elevado costo de ventas en el período 2019; pues participa con el 95 % del total de las ventas en el estado de resultados; repercutiendo en el decrecimiento de la rentabilidad.
- Por otra parte, se visualizó falencias en la empresa mediante entrevistas dirigidas al área administrativo y encuestas planteadas para los clientes, con ello finalmente generó una matriz FODA, en donde demuestra que la fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, a fin de formular estrategias financieras. Al realizar el análisis FODA se logró el cruce de variables para formar y proponer estrategias financieras, enfocándose en incrementar las ventas aplicando diferentes tácticas, reorganizando y disminuyendo los costos por compra, aplicando políticas, incrementando la liquidez; mediante una correcta gestión financiera, así como empleando políticas con los proveedores de sus productos, con el objetivo de mejorar la rentabilidad financieramente.

RECOMENDACIONES

- La empresa Gadway Hair Care & Beauty, debe evaluar los objetivos planteados mediante informes con el fin de mejorar la productividad del personal, además en el aspecto financiero la empresa debe revisar las cuentas contables frecuentemente, con el fin evaluar y analizar financieramente; para conocer la situación actual y poder identificar la evolución y mejoras de mismo.
- Respecto al diagnóstico en la evaluación financiera; la empresa debe enfatizarse en los posibles riesgos de reducción de utilidad, por ello es necesario aplicar las estrategias propuestas, así garantizar la reducción en costos de ventas, para evitar un declive en el resultado económico.
- Por otra parte, los indicadores financieros deben relacionarse con la estrategia empresarial; tanto la liquidez, gestión, endeudamiento deben equilibrarse, esto nos garantiza un incremento de la utilidad, pues, es importante fidelizar al cliente y convertirlo en un generador de flujo de caja, no dar paso a la competencia, buscar equiparse bien organizacionalmente y financieramente.

BIBLIOGRAFÍA

- Alvarado, A. (22 de Junio de 2020). *Tendencias cosméticas cambian por la pandemia*. Recuperado de: <https://www.elcomercio.com/tendencias/cambio-consumo-cosmeticos-pandemia-covid19.html>.
- Andrade, A. (09 de Septiembre de 2021). *Ratios o razones financieras*. Recuperado de: <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/622323/Art%C3%ADculo%20de%20ratios2.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Aparicio, S. (24 de Enero de 2020). *En palabras simples, el 'equity' es el valor de la compañía. ¿Cuánto de este hay que ceder a cambio de una inversión?*. Recuperado de: <https://forbes.co/2020/01/24/red-forbes/que-es-el-equity-de-una-empresa-y-como-se-divide>
- Ayala, Y. & Camporverde, J. (2017). *Estudio de las necesidades operativas de fondos (NOF) de la empresa SALUDSA, sistema de medicina prepagada del Ecuador S.A. para el año 2015-2016. (Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica del Litoral)*. Recuperado de: <https://www.dspace.espol.edu.ec/retrieve/98595/D-CD208.pdf>
- Banco central del Ecuador. (7 de Octubre de 2020). *La economía ecuatoriana decreció 12.4% en el segundo trimestre de 2020*. Recuperado de: <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1383-la-economia-ecuatoriana-decrecio-12-4-en-el-segundo-trimestre-de-2020>
- BCE. (2020). *El covid-19 pasa factura a la economía ecuatoriana: decrecerá entre 7,3% y 9,6% en 2020*. Recuperado de: <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1366-el-covid-19-pasa-factura-a-la-economia-ecuatoriana-decrecera-entre-73-y-96-en-2020>
- Benitez, L. (2020). *Cuentas por cobrar y la liquidez de la empresa espacios y diseños Berriot S.A. Provincia de Santa Elena, año 2018. (Tesis de pregrado, Universidad Estatal Península de Santa Elena)*. Recuperado de: <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/5278/1/UPSE-TCA-2020-0011.pdf>
- Bojorquez, A. (1 de Agosto de 2015). *Utilización del alfa de Cronbach para validar la confiabilidad de un instrumento de medición de satisfacción del estudiante en el uso del software Minitab*. Recuperado de: <http://laccei.org/LACCEI2013-Cancun/RefereedPapers/RP065.pdf>
- Buenaño, G. (11 de Julio de 2019). *Evaluación Financiera a la empresa Producampo, del cantón Quero, Provincia de Tungurahua, periodo 2017-2018. (Tesis de pregrado, Escuela Superior Politecnica de Chimborazo)*. Recuperado de: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/13393/1/82T00986.pdf>

- Castellanos, L. (2 de Marzo de 2017). *Técnica de Observación*. Recuperado de: <https://lcmetodologiainvestigacion.wordpress.com/2017/03/02/tecnica-de-observacion/>
- Cervantes, F., Biese, W., Cortés, L., García, E., & Gras, J. (2019). *Normas de Información Financiera (NIF) 2019*. Mexico: Editorial Trillas.
- COE. (21 de Abril de 2021). *El COE Nacional anunció al mediodía del 21 de abril de 2021 las nuevas medidas con las que el Gobierno pretende enfrentar el desborde de casos de Covid-19 que atraviesa el país*. Recuperado de: <https://www.primicias.ec/noticias/sociedad/rueda-prensa-coe-nacional-resoluciones/>
- Comercio. (17 de Mayo de 2020). Sectores productivos del Oro se preparan para una reactivación gradual. Recuperado de: <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/oro-sectores-productivos-reactivacion.html>.
- Cota, I. (04 de Febrero de 2021). *La economía de Ecuador, un dolor para el futuro presidente*. Recuperado de: <https://elpais.com/economia/2021-02-05/la-economia-de-ecuador-un-dolor-para-el-futuro-presidente.html>
- Díaz, L. (2017). *Metodología de investigación en educación médica*. Recuperado de: <http://www.scielo.org.mx/pdf/iem/v2n7/v2n7a9.pdf>
- Donoso, A. (4 de Marzo de 2017). *Activo neto*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/activo-neto.html>
- Esparza, J. (12 de Julio de 2017). *Apalancamiento operativo, financiero y total*. Recuperado de: <http://web.uqroo.mx/archivos/jlesparza/acpef140/3.3%20Grados%20apalancamiento.pdf>
- Freire, M. (2018). *Las Necesidades Operativas de Fondos y su incidencia en el costo financiero de las microempresas de calzado del cantón Ambato*. (Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Ambato). Recuperado de: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/28670/1/T4354M.pdf>
- Gutiérrez, S. (2019). *Activo, Pasivo y Capital*. Guadalajara, Recuperado de: http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/3044/1/Activo_Pasivo_Capital.pdf
- ISEF, E. F. (2019). *Código Financiero del Estado de México Económico*. Mexico: ISEF.
- Juarado, R., & Revelo, R. (12 de Diciembre de 2017). *Fórmulas Financieras para la toma de decisiones empresariales*. Recuperado de: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/20997/1/Formulas%20financieras%20para%20la%20toma%20de%20decisiones%20empresariales.pdf>
- Jurado, R., Narváez, S., Revela, R., Salvador, L., & Ruiz, J. (12 de Diciembre de 2017). *Formulas financieras para la toma de decisiones empresariales*. Recuperado de:

file:///C:/Users/Desktop/Formulas%20financieras%20para%20la%20toma%20de%20decisiones%20empresariales.pdf

- López, J. (13 de Julio de 2018). *Inversión*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/inversion.html>
- López, P., & Roldan, S. (2016). *Metodología de la Investigación*. Recuperado de: https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua_a2016_cap2-3.pdf
- Martínez, C. E. (20 de Junio de 2019). *¿Cómo evaluar la situación financiera de su PyME?*. Recuperado de: <http://plataformapyme.web.unq.edu.ar/como-evaluar-la-situacion-financiera-de-su-pyme/>
- Mejía, C. (2016). *Importancia de medir la rentabilidad*. Recuperado de: https://planning.com.co/bd/valor_agregado/Julio1999.pdf
- Méndez, L. (2020). *Análisis de la estructura de financiamiento del sector de la elaboración de productos alimenticios del Ecuador en el período 2007-2017*. (Tesis de pregrado, Universidad del Azuay). Recuperado de: <http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/10305/1/15934.pdf>
- MSP. (6 de Junio de 2021). *Plan de Vacunación pone a disposición de la ciudadanía dos nuevas opciones de registro*. Recuperado de: <https://www.salud.gob.ec/plan-de-vacunacion-pone-a-disposicion-de-la-ciudadania-dos-nuevas-opciones-de-registro/>
- Muñoz, F., & Álzatec, L. (11 de Septiembre de 2016). *La evaluación financiera de proyectos y su aporte en la generación de valor corporativo*. Recuperado de: <https://publicacionesfac.com/index.php/cienciaypoderaereo/article/view/567/761>
- NIC. (1 de Mayo de 2015). *Glosario de términos*. Recuperado de: https://www.nicniif.org/files/normas2010/parte%20b/70_glossary%20of%20terms%20f_139.pdf
- Nuñez, H. (Octubre de 2018). *“La inversión en la maquinaria y su impacto en la rentabilidad de las sociedades del sector calzado del cantón Ambato”*. (Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Ambato). Recuperado de: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/28803/1/T4377ig.pdf>
- Ordoñez, A. (11 de Junio de 2018). *Utilización de Recursos Informáticos en la Aplicación de Indicadores Financieros e Impacto en la toma de Decisiones de OBSA S.A.* (Universidad Técnica de Machala). Recuperado de: <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12840/1/ECUACE-2018-CA-DE00861.pdf>
- Ortega, G. (2017). *Cómo se genera una investigación científica que luego sea motivo de publicación*. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/3613/361353711008.pdf>

- Otzen, T., & Manterola, C. (2018). *Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio*. Recuperado de: <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>.
- Perugachi, B. (Mayo de 2017). *Herramientas de la Gestión Financiera para la empresa CompuSystem de la ciudad de Otavalo Provincia de Imbabura*. (Tesis de pregrado, Universidad Laica Vicente Rocafuerte). Recuperado de: <http://45.238.216.28/bitstream/123456789/6927/1/PIUICYA019-2017.pdf>
- Prieto, B. (2017). *El uso de los métodos deductivo e inductivo para aumentar la eficiencia del procesamiento de adquisición de evidencias digitales*. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/cuco/v18n46/0123-1472-cuco-18-46-00056>.
- Hoz, B. & Ferrer, M. (2017). *Indicadores de rentabilidad: herramientas para la toma de decisiones financieras en hoteles de categoría media ubicados en Maracaibo*. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28011673008>
- Ron, R., & Sacoto, V. (2017). Las PYMES ecuatorianas: su impacto en el empleo como contribución del PIB pymes al PIB total. *ESPACIOS*. Recuperado de: <https://www.revistaespacios.com/a17v38n53/a17v38n53p15.pdf>
- Sanchez, F. (2020). *Fundamentos Epistémicos de la Investigación Cualitativa y Cuantitativa: Consensos y Disensos*. Recuperado de: http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2223-25162019000100008.
- Sánchez, Ó. (24 de Septiembre de 2020). *Guía para la construcción y análisis de indicadores*. Recuperado de: https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Sinergia/Documentos/Guia_para_elaborar_Indicadores.pdf
- Shiguango, A. (30 de Septiembre de 2019). *Evaluación financiera al comercial Danielito, distribuciones; cantón tena, provincia de napo, período 2017 - 2018*. (Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo). Recuperado de: <http://dspace.espace.edu.ec/bitstream/123456789/13724/1/72T01348.pdf>
- Slideshare. (14 de Marzo de 2016). *La evaluación financiera*. Recuperado de: <https://es.slideshare.net/litelantesargueta/la-evaluacin-financiera>
- Superintendencia de Compañías. (22 de Noviembre de 2015). *Tabla de indicadores*. Recuperado de: https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/ss/20111028102451.pdf
- Vargas, Z. (2009). *La Investigación Aplicada: Una forma de conocer las realidades con evidencia científica*. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/440/44015082010.pdf>
- Vásquez, W. (01 de Enero de 2020). *Metodología de la investigación*. Recuperado de: <https://www.usmp.edu.pe/estudiosgenerales/pdf/2020-I/MANUALES/II%20CICLO/METODOLOGIA%20DE%20INVESTIGACION.pdf>

- Villarreal, F. (Septiembre de 2016). *Introducción a los Modelos de Pronósticos*. Recuperado de: https://www.matematica.uns.edu.ar/uma2016/material/Introduccion_a_los_Modelos_de_Pronosticos.pdf
- Zumba, L. (3 de Junio de 2020). Hasta junio, 558 empresas concretaron su cancelación. *Expreso economía*. Recuperado de: <https://imagenes.extra.ec/actualidad/economia/junio-superintendencia-companias-registra-cancelacion-558-empresas-87201.html>
- Zurita, T., Pucutay, J., Córdova, J., & León, L. (2019). *Estrategias financieras para incrementar la rentabilidad*. Lima: Innova.



ANEXOS

ANEXO A: ESTADO FINANCIERO DE LA EMPRESA GADVAY HAIR CARE & BEAUTY

	GADVAY HAIR CARE & BEAUTY		
	ESTADO DE SITUACION FINANCIERA		
	AL 31 DE DICIEMBRE		
CUENTAS	2017	2018	2019
ACTIVOS			
ACTIVO CORRIENTE	\$ 221.646,71	\$ 120.626,89	\$ 124.173,95
Efectivo y Equivalentes			
Caja – Bancos	\$ 90.274,99	\$ 25.653,30	\$ 5.462,58
Activos Financieros			
Cuentas por Cobrar Clientes (neto)	\$ 25.499,16	\$ 24.578,60	\$ 13.945,87
Otras Cuentas por Cobrar	\$ 100,00	\$ 96,00	\$ -
Activos por Impuestos Corrientes			
Crédito Tributario (IVA)	\$ 24.069,68	\$ -	\$ -
Crédito Tributario (I. Renta)	\$ 11.374,87	\$ 15.077,91	\$ 14.849,90
Inventarios			
Inventario de Mercadería	\$ 70.328,01	\$ 55.221,08	\$ 89.915,60
ACTIVO NO CORRIENTE	\$ 18.536,62	\$ 47.953,23	\$ 61.669,30
Propiedad, Planta y Equipo	\$ 18.536,62	\$ 47.953,23	\$ 61.669,30
Muebles y Enseres			\$ 4.463,39
Maquinaria, Equipo e Instalaciones	\$ 4.961,31	\$ 11.342,01	\$ 11.787,01
Equipo de Computación y Software	\$ 13.575,31	\$ 36.611,22	\$ 24.427,65
Vehículos	\$ -	\$ -	\$ 20.991,25
TOTAL ACTIVOS	\$ 240.183,33	\$ 168.580,12	\$ 185.843,25
PASIVOS Y PATRIMONIO			
PASIVO CORRIENTE	\$ 224.294,97	\$ 33.573,56	\$ 61.962,19
Cuentas por Pagar Proveedores	\$ 214.945,04	\$ 7.747,10	\$ 39.203,70
Impuestos por Pagar	\$ 4.999,09	\$ 17.370,29	\$ 13.706,36
Participación a Trabajadores por Pagar		\$ 7.683,63	\$ 7.548,90
Obligaciones con el IESS		\$ 772,54	\$ 1.503,23
Otros Pasivos Corrientes	\$ 4.350,84	\$ -	\$ -
PASIVO NO CORRIENTE		\$ 2.441,86	
Obligaciones financieras L/P	\$ -	\$ 2.441,86	
TOTAL PASIVOS	\$ 224.294,97	\$ 36.015,42	\$ 61.962,19
PATRIMONIO NETO			
Capital Contable	\$ 3.094,61	\$ 93.867,47	\$ 84.182,69
Utilidad del Ejercicio	\$ 18.982,97	\$ 38.697,23	\$ 39.698,37
TOTAL PATRIMONIO	\$ 15.888,36	\$ 132.564,70	\$ 123.881,06
TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	\$ 240.183,33	\$ 168.580,12	\$ 185.843,25

ANEXO B: ESTADO DE RESULTADOS DE LA EMPRESA GADVAY HAIR CARE & BEAUTY

				GADVAY HAIR CARE & BEAUTY		
				ESTADO DE RESULTADOS		
				AL 31 DE DICIEMBRE		
CUENTAS	2017	2018	2019			
Ventas	\$784.446,58	\$1.314.515,92	\$1.791.237,76			
Costo de ventas	\$727.344,63	\$1.186.947,30	\$1.694.093,07			
Ventas netas	\$57.101,95	\$127.568,62	\$ 97.144,69			
Gastos Operativos	\$33.119,89	\$76.344,43	\$ 46.818,69			
Gastos Administrativo	\$28.528,17	\$67.220,12	\$ 29.382,69			
Gasto en Ventas	\$4.591,72	\$9.124,31	\$ 17.436,00			
Utilidad de operación	\$23.982,06	\$51.224,19	\$ 50.326,00			
Gastos Financieros	\$0,00	\$0,00	\$0,00			
Utilidad Antes de Impuestos	\$23.982,06	\$51.224,19	\$ 50.326,00			
15% trabajadores	\$3.597,31	\$7.683,63	\$ 7.548,90			
Utilidad antes del Impuesto a la Renta	\$20.384,75	\$43.540,56	\$ 42.777,10			
Impuesto a la Renta	\$1.401,78	\$4.843,33	\$ 3.078,73			
Utilidad Neta	\$18.982,97	\$38.697,23	\$ 39.698,37			

**ANEXO C: FORMATO DE GUÍA DE ENTREVISTA APLICADO A LA EMPRESA
GADVAY HAIR CARE & BEAUTY**

**GUÍA DE ENTREVISTA APLICADO AL GERENTE DE LA EMPRESA
GADVAY HAIR CARE & BEAUTY**

Objetivo: Conocer la situación financiera, por medio de la aplicación de entrevista, con ello demostrar la ejecución de la evaluación financiera a fin de determinar la rentabilidad, misma que será confidencial únicamente utilizada con fines académicos.

Entrevistador: María Liliana Gadvay

Entrevistado: Carlos Gadvay

Cargo: Gerente

Hora: 14:00 pm

Fecha:04/03/2021

2. ¿Cuáles son las fortalezas y debilidades que la empresa ha afrontado en los períodos 2017 - 2019?
3. ¿Cómo enfrentaría usted las debilidades económicas y financieras de la empresa para solventar dichas alteraciones que presente la compañía a futuro?
4. ¿Qué objetivos se ha planeado la empresa Gadvay Hair Care & Beauty para el crecimiento económico en los 3 últimos años?
5. ¿En estos últimos 3 años como ha diagnosticado la fidelidad de sus consumidores?
6. Cuál es el mayor rubro donde la empresa Gadvay Hair Care & Beauty ha invertido en los años tres últimos años.
7. ¿Desde su punto de vista, realice un análisis breve de evaluación financiera de su empresa según la liquidez y gestión?
8. Detalle rápidamente como se apalanca financieramente la empresa Gadvay Hair Care & Beauty.
9. ¿Como considera usted que se encuentra su compañía en sus niveles rentabilidad frente a su retorno de las inversiones?
10. ¿Cuáles son las amenazas que presenta la compañía de cosméticos en el mercado?
11. ¿Sus clientes como han reaccionado ante el efecto de la emergencia sanitaria en función a su comportamiento de compra?
12. ¿Por qué razón cree usted que prefieren los clientes los productos de la Gadvay Hair Care & Beauty?
13. ¿Como proyectaría usted afrontar las nuevas oportunidades de crecimiento financiero y de ventas a futuro?
14. ¿Cómo evalúa usted el crecimiento económico y financiero de su empresa en los últimos años?

15. ¿Qué acciones está tomando para mejorar la rentabilidad, liquidez, el crecimiento de la compañía?

**ENTREVISTA DIRIGIDA AL DEPARTAMENTO DE VENTAS DE LA
EMPRESA GADVAY HAIR CARE & BEAUTY**

Objetivo: Conocer la situación financiera, por medio de la aplicación de entrevista, con ello demostrar la ejecución de la evaluación financiera a fin de determinar la rentabilidad, misma que será confidencial únicamente utilizada con fines académicos.

Entrevistador: María Liliana Gadvay

Entrevistado: Mercedes Cuñis

Cargo: Jefa de Ventas

Hora: 14:00 pm

Fecha:04/03/2021

1. ¿Cuáles son las fortalezas y debilidades que la empresa ha afrontado en los períodos 2017 - 2019?
2. ¿Mencione cuáles son los objetivos que ha planteado la empresa para el crecimiento económico de la misma?
3. ¿En los periodos 2017- 2019 qué elementos fueron tomados en cuenta para fijar las metas en ventas?
4. Cuál es el mayor rubro donde la empresa Gadvay Hair Care & Beauty ha invertido en los años tres últimos años.
5. ¿Ha recibido usted capacitaciones en los últimos 3 años cuales fueron las temáticas tratadas?
6. ¿Cuáles son las amenazas que presenta la compañía de cosméticos en el mercado?
7. ¿Según el mercado de cosméticos como se encuentra la empresa frente a su con competencia?
8. ¿Como considera usted que está el nivel de ventas respecto al mercado?
9. ¿Qué acciones está usted tomando frente a los efectos de la emergencia sanitaria para incrementar las ventas?
10. ¿Según los datos registrados cual es el comportamiento de cobro y devolución en ventas de la mercadería?
11. ¿Cuál sería la estrategia primordial que tomaría el departamento de ventas para incrementar los ingresos?
12. ¿Las resoluciones optadas por parte del gerente es adecuado para la toma de decisiones?
13. Mencione brevemente ¿Como es el ambiente de trabajo en la empresa?
14. ¿Según su punto de vista los recursos asignados al departamento de ventas son suficientes sí o no? ¿por qué?

15. ¿Cree usted que el departamento en ventas cuenta con suficientes habilidades para negociar los productos? ¿por qué?
16. ¿Mediante el cumplimiento de sus funciones como diagnostica usted el desarrollo administrativo de la gestión empresarial?

**ENTREVISTA DIRIGIDA AL DEPARTAMENTO CONTABILIDAD DE LA
EMPRESA GADVAY HAIR CARE & BEAUTY**

Objetivo: Conocer la situación financiera, por medio de la aplicación de entrevista, con ello demostrar la ejecución de la evaluación financiera a fin de determinar la rentabilidad, misma que será confidencial únicamente utilizada con fines académicos.

Entrevistado: Lic. Narcisa García

Entrevistador: María Liliana Gadvay

Cargo: Contadora

Hora: 14:00 pm

Fecha:04/03/2021

1. ¿Según los registros financieros de la empresa; cómo evalúa usted la situación económica-Financiera de la empresa en los periodos 2017al 2019?
2. ¿Cuáles son las herramientas financieras aplicadas en los últimos 3 años en la empresa Gadvay Hair Care & Beauty a las cuentas contables para tomar decisiones?
3. ¿Como ha sido el comportamiento de rentabilidad según los periodos 2017 al 2019?
4. ¿Ha recibido usted capacitaciones en los últimos 3 años cuales fueron las temáticas tratadas?
5. ¿Usted presenta la información financiera adecuada y a tiempo para sus registros contables? ¿Por qué?
6. ¿Cuáles han sido las amenazas o deficiencias que se han presentado en los registros contables?
7. ¿Mediante la revisión de las cuentas principales como diagnostica usted el comportamiento contable de la empresa; ha decrecido o incrementado en movimiento monetario actualmente?
8. Realice un breve análisis de los datos contables registrados, la situación económica en que se encuentra la empresa actualmente.
9. Realice un breve diagnóstico de la rentabilidad obtenida en la empresa; ha mantenido, aumentado o a sufrido alguna reducción.
10. Detalle rápidamente como se apalanca financieramente la empresa Gadvay Hair Care & Beauty.

11. ¿Qué tipo de información financiera usted presenta a la compañía, según su punto de vista es adecuada o no, argumente por qué?

**ENTREVISTA DIRIGIDA AL DEPARTAMENTO FINANCIERO DE LA
EMPRESA GADVAY HAIR CARE & BEAUTY**

Objetivo: Conocer la situación financiera, por medio de la aplicación de entrevista, con ello demostrar la ejecución de la evaluación financiera a fin de determinar la rentabilidad, misma que será confidencial únicamente utilizada con fines académicos.

Entrevistador: María Liliana Gadvay

Entrevistado: Lic. Carlos Gadvay

Lic. Jessica Gadvay

Cargo: Jefe Financiero

Hora: 14:00 pm

Fecha:04/03/2021

- 1 ¿Mencione cuáles son los objetivos que ha planteado la empresa para el crecimiento económico y financiero de la misma?
- 2 ¿La información financiera que presenta contabilidad es útil y oportuna para la toma de decisiones?
- 3 ¿Como se encuentra la empresa en comparación de otros con la misma actividad económica?
- 4 ¿Según los registros financieros de la empresa; cómo evalúa usted la situación económica-Financiera de la empresa en los periodos 2017al 2019?
- 5 Realice un análisis breve de la rentabilidad actual de la empresa
- 6 ¿Como considera usted que se encuentra la compañía en sus niveles rentabilidad frente a su retorno de las inversiones?
- 7 ¿Desde su punto de vista, realice un análisis breve de evaluación financiera en la empresa según la liquidez y gestión?
- 8 ¿Según los registros analizados de la utilidad obtenida durante todo el año a donde suelen ser destinados por qué?
- 9 ¿Qué acciones tomaría usted para incrementar la rentabilidad y poseer liquidez adecuada en la empresa?
- 10 ¿Como se encuentra financieramente la empresa de cosméticos Gadvay Hair Care & Beauty, realice un breve análisis?
- 11 Detalle rápidamente como se apalanca financieramente la empresa Gadvay Hair Care & Beauty.

**ANEXO D: FORMATO DE GUÍA DE OBSERVACIÓN APLICADO A LA EMPRESA
GADVAY HAIR CARE & BEAUTY**

Ficha de observación.

N	PREGUNTA	RESPUESTA		
		SI	NO	OBSERVACIÓN
1	¿Cuenta la empresa con misión y visión?			
2	¿La empresa se trazó objetivos a cumplir durante el año?			
3	¿Los objetivos planteados a corto y largo plazo, lo realizan junto a los empleados del área administrativa?			
4	¿La empresa realiza una evaluación del cumplimiento de los objetivos?			
5	¿Realiza la empresa análisis y evaluación financiera?			
6	¿Posee manual de funciones y procedimientos?			
7	¿Verifica la empresa el comportamiento de la rentabilidad mediante herramientas financieras?			
8	¿Qué tipo de indicadores Financieros aplica?			
9	¿La empresa distribuye sus recursos según la rentabilidad obtenida en el año?			
8	¿Antes de invertir la empresa elabora un plan estratégico?			
10	¿Existen políticas adjuntas a la contabilidad de la empresa?			

**ANEXO E: FORMATO DE ENCUESTA APLICADO A LA EMPRESA GADVAY HAIR
CARE & BEAUTY**

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES DE LA EMPRESA GADVAY HAIR
CARE & BEAUTY**

Objetivo: Desarrollar estrategias que ayuden a fidelizar al cliente con el fin de incrementar las ventas en la empresa Gadway Hair Care & Beauty de la ciudad de Machala.

1 ¿Qué productos prioriza en su maquillaje o belleza?

- a) Maquillaje para el rostro ()
- b) Cosméticos para el cabello ()
- c) Cremas ()
- d) Artículos de belleza. ()
- e) Otros ()

2 ¿Desde hace cuántos años adquiere los productos de Gadway Hair Care & Beauty?

- a) De 1 a 4 años
- b) De 4 a 8 años
- c) De 8 a 12 años
- d) De 12 a 16 años
- e) De 16 a 20 años

3 ¿Qué porcentaje de sus ingresos asigna para compra de maquillaje o productos de belleza mensualmente?

- a) Del 5 al 10% ()
- b) Del 15 al 20% ()
- c) Del 25 al 30% ()
- d) Del 35 al 40% ()
- e) Del 45 al 50% ()

4 ¿Con que frecuencia usted hace compras de productos de belleza en la empresa Gadway Hair Care & Beauty?

- a) Una vez por semana ()
- b) Dos veces por semana ()
- c) Una vez a los quince días ()
- d) Una vez por mes ()
- e) Tres veces por mes ()

5 ¿Considera usted que el precio de venta de los productos adquiridos es?

- a) Altos ()

b) Medios ()

c) Bajos ()

d) Razonables ()

e) Imprudente ()

6 ¿Según su punto de vista los productos que ofrece la empresa Gadvay Hair Care& Beauty satisfacen sus necesidades?

a) Definitivamente si ()

b) Probablemente si ()

c) Indeciso ()

d) Probablemente no ()

e) Definitivamente no ()

7 Califique según su consideración en base a los siguientes parámetros; Al momento de elegir nuestros productos en qué nivel de valor son tomados en cuenta los estos factores, del 1 menos importante al 5 más importante.

a) Calidad del producto ()

b) Variedad de productos ()

c) Asesoría en aplicación de productos ()

d) Precio del producto ()

e) Eficacia en Servicio ()

f) Eficiencia de entrega del producto ()

8 ¿Cuál es su comportamiento de compra en productos Gadvay Hair Care& Beauty por efecto de la pandemia en la compra de maquillaje o equipos de peluquería?

a) Mantenido ()

b) Ha incrementado levemente poco ()

c) Ha incrementado mucho ()

d) Ha reducido poco ()

e) Ha reducido notablemente ()

9 ¿Qué servicios adicionales desea que se implemente en la empresa?

a) Promoción ()

b) Descuento ()

c) Garantía ()

d) Cursos de Belleza ()

e) Mayor variedad en marcas ()

f) Otros

10 ¿Qué acciones desea que se implementen en bienestar del servicio que oferte la empresa Gadvay Hair Care & Beauty?

- a) Entrega puerta a puerta ()
- b) Catalogo electrónico ()
- c) Un catálogo físico ()
- d) Cobro por internet ()
- e) Prueba de aplicación de maquillaje por medio del Teams, Zoom u otro medio ()
- f) Otros ()

11 ¿Qué factor primordial cree usted nos hace falta para diferenciarnos de las demás empresas con el mismo giro de negocio?

- a) Servicio ()
- b) Precio ()
- c) Calidad ()
- d) Garantía ()
- e) Ofertas ()
- f) Otros.....¿Cuáles sería?

12 ¿Por qué medios desea que la empresa Gadvay Hair Care Beauty de a conocer sus productos y beneficios?

- a) Redes sociales
- b) Prensa
- c) Radio
- d) Televisión
- e) Volantes



epoch

**Dirección de Bibliotecas y
Recursos del Aprendizaje**

**UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y
DOCUMENTAL**

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 02 / 02 / 2023

INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)
Nombres – Apellidos: MARIA LILIANA GADVAY SATAN
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Carrera: FINANZAS
Título a optar: INGENIERA EN FINANZAS
f. Analista de Biblioteca responsable: ING. JOSÉ LIZANDRO GRANIZO ARCOS MGRT.



0297-DBRA-UPT-2023