



ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tema:

HERRAMIENTAS DE GESTIÓN PARA LA DISMINUCIÓN DEL RIESGO FINANCIERO EN EL SECTOR COMERCIAL

Proyecto de desarrollo previo a la obtención del título de Magíster en Contabilidad y Auditoría mención en Riesgos Operativos y Financieros

Línea de investigación:

HERRAMIENTAS, GESTIÓN, RIESGO FINANCIERO

Autora:

Bertha Leonor Usca Quishpe

Director:

PhD. Carlos Mauricio De La Torre Lascano

Ambato – Ecuador

Abril 2024

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo, **BERTHA LEONOR USCA QUISHPE**, con cédula de ciudadanía **0604430926**, autora del trabajo de graduación intitulado: "HERRAMIENTAS DE GESTIÓN PARA LA DISMINUCIÓN DEL RIESGO FINANCIERO EN EL SECTOR COMERCIAL", previa a la obtención del título profesional de **MAGÍSTER EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CON MENCIÓN EN RIESGOS OPERATIVOS Y FINANCIEROS** en el centro de **POSGRADOS**:

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
2. Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a difundir a través de sitio web de la Biblioteca de la PUCE Ambato, el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de Universidad.

Ambato, abril 2024



Bertha Leonor Usca Quishpe
CC. 0604430926

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
SEDE AMBATO
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO**

Tema:

**HERRAMIENTAS DE GESTIÓN PARA LA DISMINUCIÓN DEL RIESGO
FINANCIERO EN EL SECTOR COMERCIAL**

Línea de investigación:

HERRAMIENTAS, GESTION, RIESGO FINANCIERO

Autora:

Bertha Leonor Usca Quishpe

Carlos Mauricio de la Torre Lascano, Dr. PhD.

CC. 1711003309

CALIFICADOR



f. _____

Francisco Javier Mena Valencia, Ing. Mg.

CALIFICADOR



f. _____

Santiago Xavier Flores Brito, Dr. Mg.

CALIFICADOR



f. _____

Teresa Milena Freire Aillón, Ing. Mg.

DIRECTORA CENTRO DE POSGRADOS

f. _____

Diego Gonzalo Coca Chanalata, Dr.

SECRETARIO GENERAL PUCESA

f. _____



Ambato – Ecuador

Abril 2024

DEDICATORIA

Con mucho amor dedico este trabajo de investigación a:

Dios porque me da la oportunidad de abrir mis ojos cada mañana y a través de sus dones fortalece mi alma, mi mente y mi corazón; a la virgen María por su santa protección, a mis padres Ricardo y Teresa, porque a través de sus oraciones y consejos han fomentado en mí la fuerza de superación, a mis hermanos y sobrinos, que de una manera incondicional son el motor y razón que me impulsan a ser mejor cada día, manteniéndome en el camino de la humildad y gratitud.

Bertha Leonor Usca Quishpe.

AGRADECIMIENTO

Profundamente agradecida a Dios por ser mi guía y amparo en cada paso que doy, por estar presente en mis desafíos y en mis límites, por ser mi maestro supremo que me enseña a levantarme de cada caída, y que sin él nada soy.

A mi padres, Ricardo y Teresa, por darme la fuerza y ser mis tesoros de amor, consejo, familia, unión, trabajo, sacrificio y constancia.

A los propietarios de la empresa Ahies Supermercado S.A., y a mis compañeras de oficina, que han sido una parte elemental en la elaboración de este trabajo de titulación.

A la Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Ambato, por abrirme sus puertas y brindarme la oportunidad de crecer en mi carrera profesional.

Al PhD. Carlos Mauricio De La Torre Lascano, por su dirección, paciencia, y la motivación en la ejecución de este trabajo.

Muchas gracias y bendiciones a todos Ustedes.

Bertha Leonor Usca Quishpe.

RESUMEN

El propósito de este proyecto de desarrollo es implementar herramientas de gestión con el fin de minimizar los riesgos financieros en Ahies Supermercado S.A., con la finalidad de disminuir la incertidumbre económica y fortalecer su estabilidad financiera. Para alcanzar este objetivo, se utilizó una metodología mixta (cuantitativa-cualitativa) con enfoque descriptivo y analítico. La muestra incluyó 730 empresas del sector retail en 2021 y 777 en 2022. De igual manera, se evaluaron los estados financieros de Ahies Supermercado S.A. mediante análisis financiero, empleando ratios clave para identificar áreas de riesgo.

Los resultados para el ejercicio económico 2022 destacaron mejoras significativas en la gestión de activos, con un incremento del 35,54%; y un aumento del 54,76% en la rotación de inventarios, fomentando así la liquidez. Además, se logró reducir el endeudamiento y apalancamiento, consolidando una estructura financiera más sólida. A pesar del aumento en las ventas del 60,31%; los gastos administrativos crecieron en un 3,67%; lo que demanda una administración cuidadosa para evitar un impacto negativo en la rentabilidad. Concluyendo que, a pesar de los avances en la eficiencia operativa y las ventas, la rentabilidad ha disminuido.

Esto plantea el desafío de mantener y mejorar la eficiencia operativa, al tiempo que se buscan estrategias para gestionar con prudencia los gastos administrativos y financieros, garantizando así una rentabilidad sólida y sostenible en el futuro.

Palabras claves: herramientas de gestión, riesgo financiero, retail, eficiencia operativa, análisis financiero.

ABSTRACT

The purpose of this development project is to implement management tools in order to minimize financial risks at Ahies Supermercado S.A., with the aim of reducing economic uncertainty and strengthening its financial stability. To achieve this goal, a mixed methodology (quantitative-qualitative) with a descriptive and analytical approach was employed. The sample included 730 companies in the retail sector in 2021 and 777 in 2022. Similarly, the financial statements of Ahies Supermercado S.A. were evaluated through financial analysis, using key ratios to identify areas of risk.

The results for the 2022 fiscal year highlighted significant improvements in asset management, with an increase of 35.54%; and a rise of 54.76% in inventory turnover, thereby promoting liquidity. Additionally, debt and leverage were reduced, consolidating a stronger financial structure. Despite the increase in sales by 60.31%; administrative expenses grew by 3.67%; which demands careful management to avoid a negative impact on profitability. In conclusion, despite advances in operational efficiency and sales, profitability has decreased.

This poses the challenge of maintaining and improving operational efficiency while seeking strategies to prudently manage administrative and financial expenses, thus ensuring a solid and sustainable profitability in the future.

Keywords: *Management tools, financial risk, retail, operational efficiency, financial analysis.*

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD	ii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I. ESTADO DEL ARTE Y LA PRÁCTICA.....	7
1.1. Teorías y enfoques de la gestión administrativa y del riesgo financiero	7
1.2. Actividad financiera y el riesgo financiero	12
1.3. Herramientas de gestión para la disminución del riesgo financiero	16
1.4. Cuadro de Mando Integral (CMI)	24
CAPÍTULO II. DISEÑO METODOLÓGICO	28
2.1. Tipo y enfoque de investigación	28
2.2. Caracterización de la empresa o institución.....	35
2.3. Propuesta de la investigación.....	36
CAPÍTULO III. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	38
3.1. Análisis de la situación financiera del sector Retail.....	38
3.2. Análisis de la empresa objeto de estudio.....	44
3.3. Resultados alcanzados	66
CONCLUSIONES.....	69
RECOMENDACIONES	72
BIBLIOGRAFÍA	74
ANEXOS	85

INTRODUCCIÓN

En el entorno empresarial global, el sector comercial enfrenta numerosos desafíos financieros que amenazan la estabilidad, operatividad y viabilidad de las empresas. Específicamente, deficiencias en la gestión del riesgo financiero puede conducir a consecuencias negativas tanto para las compañías como para la economía en su conjunto.

Existen diferentes elementos a los que atribuyen a esta problemática, como un deficiente conocimiento y capacitación de muchos empresarios y directivos en el sector comercial, los cuales carecen de la formación profesional y comprensión técnica, necesarias para identificar y abordar adecuadamente los riesgos financieros (Forero, 2023). Esto a su vez, puede conllevar a decisiones erróneas y aumentar la vulnerabilidad ante situaciones económicas adversas.

La complejidad de los mercados financieros representa otro desafío significativo, están en constante cambio, y las fluctuaciones pueden afectar de manera sustancial las operaciones comerciales. La falta de experiencia y acceso a información actualizada dificulta la toma de decisiones informadas, lo que agrava aún más la problemática (Alonso y Márquez, 2019).

Horcher (2011) afirmó que los riesgos financieros en una empresa deben contar con estrategias que permitan gestionar el uso de instrumentos financieros para determinar riesgos inherentes al desarrollo de las actividades comerciales, de servicios, manufacturas, entre otros, siendo estos riesgos emergentes o inusuales producto del desarrollo de la actividad económica y poder asumir una metodología que permita la medición de riesgos en relación a las políticas empresariales planteadas, un correcto análisis y comprensión de los resultados acerca de los obtenidos, para determinar límites aceptables de pérdida y cuantificar con certeza las pérdidas potenciales que se generan.

La disminución en la recaudación de fondos en los mercados internacionales de capitales impacta en el sector *retail*, esta situación limita el acceso a financiamiento externo para las empresas minoristas, afecta la economía del consumidor debido a la incertidumbre financiera, aumenta el costo de financiación y dificulta las inversiones y la expansión hacia nuevos mercados.

Las empresas minoristas enfrentan desafíos competitivos si la financiación se vuelve más difícil para algunas y no para otras, influyendo tanto la confianza empresarial, así como las decisiones estratégicas. De acuerdo con Martínez et al., (2022) los mercados financieros en América Latina presentan características y desafíos particulares debido a la diversidad económica, los niveles de desarrollo y las condiciones socioeconómicas en la región. Los países tienen economías variadas en términos de tamaño y estructura; algunos se enfocan en exportación de materias primas, otros en sectores como servicios y tecnología.

La región es propensa a la volatilidad económica, influenciada por fluctuaciones en el índice de precios de las mercancías y variaciones en las tasas globales. La dependencia de flujos de inversión extranjera expone a los países a cambios globales, generando inestabilidad financiera. Aunque hay avances en los mercados de capitales, persisten desafíos en liquidez y diversidad de instrumentos (Díaz y Fernández, 2019). La inclusión financiera es clave, la regulación varía y a través de la tecnología va transformando los mercados. Resulta necesario acotar que el mercado de valores ecuatoriano es totalmente incipiente (De La Torre, 2018b).

En el sector comercial, el riesgo financiero puede tener consecuencias graves, como la quiebra empresarial, disminución de empleos y el debilitamiento de la economía en general. Por lo tanto, es crucial abordar esta problemática y los mecanismos más eficaces podrían ser mediante el fortalecimiento del conocimiento financiero e impulsar la adopción de tecnología, el acceso a financiamiento adecuado y el desarrollo de estrategias de gestión del riesgo más efectivas. Solo a través de un enfoque integral y colaborativo se podrá mejorar la resiliencia financiera del sector comercial tanto a nivel global como en el contexto específico de Ecuador (Moran et al., 2021).

En el sector *retail*, el riesgo financiero se presenta como una preocupación continua para las empresas, debido a su potencial para ejercer influencia en la estabilidad y la rentabilidad de las operaciones comerciales. En un entorno caracterizado por la amplia variedad de competidores y la constante evolución de las preferencias del consumidor, las empresas minoristas enfrentan un panorama en el que la gestión efectiva de los riesgos financieros adquiere un papel central para su éxito sostenible (Nuñez et al., 2023).

Este sector, abarca una diversidad de categorías de productos y formatos de negocio, opera en un mercado altamente dinámico y competitivo. La competencia no solo proviene de otras empresas minoristas, sino también de plataformas de comercio electrónico y distribuidores directos (Acevedo, 2020). Esto crea presiones adicionales en la gestión financiera, las empresas deben garantizar que sus precios sean atractivos y competitivos sin comprometer su margen de beneficio.

Específicamente en Ecuador, la situación se agrava debido a factores adicionales. Por un lado, su economía está sujeta a las exportaciones de materia prima, por lo cual estos cambios en los precios internacionales tienden a generar mayores afectaciones, generando inestabilidad y riesgos financieros para las empresas que operan en sectores vinculados a las exportaciones (Quirama et al., 2020).

Otro problema que enfrentan las empresas que operan en este sector, es el drástico aumento en las ventas a través de canales digitales, con un incremento de más del 60% entre 2021 y 2022. Esto se debe a un cambio en el comportamiento de los consumidores por la irrupción de nuevos participantes y plataformas para facilitar las transacciones. Asimismo, las empresas han adoptado nuevos enfoques de venta, como el uso de redes sociales y pagos por transferencia, junto con otros métodos que, de acuerdo con Rodríguez et al., (2020) aún existen desafíos que cuantificar. Esta modalidad de negocio que en ocasiones son informales, están compitiendo con el sector minorista con precios mucho más competitivos.

En este sentido los datos sobre la situación del sector comercial en Ecuador en términos de ventas durante los años 2019 al 2021 revelan que estas alcanzaron un total de USD 20.823.842,00 en el sector. Sin embargo, en 2020, hubo una disminución significativa del 13,16%; lo que resultó en un total de USD 18.083.367,00. Esta disminución pudo haber sido influenciada por factores como la crisis económica generada por la pandemia y el consumo en todo el mundo y el crecimiento de los canales digitales como nuevo mecanismo de ventas (INEC, 2023).

El año 2021 el sector continuó mostrando una disminución en las ventas en comparación con el año base 2019, con una caída del 10,39%; en las ventas en relación con el año anterior. Las ventas totales en 2021 se ubicaron en USD 16.205.212,00. Aunque la tasa de disminución fue menor que en el año 2020, la

continuidad de la tendencia a la baja indica la persistencia de desafíos en el sector comercial (INEC, 2023).

Para afrontar estos desafíos, las estrategias de gestión de riesgos financieros en el sector retail deben ser transformadas. Esto incluye la implementación de herramientas prácticas y efectivas de administración de inventarios para evitar el exceso de stock o la falta de productos, la diversificación de la oferta de productos para mitigar la dependencia de un solo producto o proveedor, la definición de políticas o procedimientos y la utilización de herramientas financieras como coberturas para protegerse de los cambios en la economía que conllevan a efectos como la volatilidad de los precios, y variabilidad de la demanda (Valencia y Narváez, 2021).

En contexto, la situación problemática abordada, trata sobre el sector comercial retail, donde las empresas se enfrentan a diversos riesgos financieros. Es por ello, que para este trabajo se ha tomado una muestra de las empresas dedicadas a comercializar productos masivos, en la ciudad de Riobamba, a fin de desarrollar una herramienta de gestión que disminuya el riesgo financiero.

En este sentido, la importancia del desarrollo de este trabajo investigativo como un instrumento de apoyo a la alta dirección empresarial, propone el siguiente problema científico: ¿Cómo disminuir los resultados negativos financieros que inciden en la toma de decisiones en la empresa Ahies Supermercado S.A.?

Como hipótesis se plantea que: con la implementación de una herramienta de gestión financiera para la toma de decisiones, se puede mejorar los resultados de rentabilidad y liquidez en Ahies Supermercado S.A.

El objetivo general de este trabajo consiste en: implementar herramientas de gestión para la disminución de riesgos financieros en la empresa Ahies Supermercado S.A.

Los objetivos específicos son:

- Fundamentar teóricamente los tipos de riesgo financiero que enfrentan los negocios comerciales de acuerdo con los criterios de varios autores.

- Diagnosticar los factores que imposibilitan la detección oportuna de los riesgos financieros a fin de establecer un proceso de toma de decisiones que beneficie a los resultados de Ahies Supermercado S.A.
- Identificar los componentes de una herramienta de gestión financiera para la toma de decisiones y la administración de riesgos en Ahies Supermercado S.A.
- Desarrollar una herramienta de gestión para la disminución de riesgos financieros.

El presente proyecto de desarrollo se llevará a cabo mediante una metodología mixta, que combinará métodos teóricos y prácticos. En cuanto a los métodos teóricos, se realizará un análisis bibliográfico y documental sobre las herramientas de gestión utilizadas para la disminución del riesgo financiero en el sector comercial. Se recopilará información mediante la revisión de información financiera y aplicación de indicadores. En cuanto a los métodos prácticos, se realizará un estudio de caso a las empresas seleccionadas del sector comercial, donde se evaluará su efectividad financiera al analizar estados financieros para proponer las herramientas a la empresa en estudio.

Según Hernández y Mendoza (2020) la investigación mixta se refiere a la metodología en la cual se combinan los investigación cualitativa y cuantitativa, con la finalidad de analizar a profundidad los datos, con el fin de comprender un fenómeno o problema de investigación de manera más completa y holística.

En la investigación mixta, se pueden utilizar diferentes métodos de recolección de datos, como cuestionarios, entrevistas, observaciones y análisis de documentos. Dichos métodos permiten recopilar tanto datos cuantitativos, que se refieren a variables numéricas y medibles, como datos cualitativos, que se refieren a descripciones y percepciones más detalladas (Hernández y Mendoza, 2020).

El análisis propuesto tiene una relevancia significativa para el sector comercial, contribuirá a la aplicación de herramientas de gestión para disminuir el riesgo financiero y fortalecer la estabilidad y rentabilidad de las empresas. Esta investigación brindará información actualizada sobre prácticas y estrategias efectivas para disminuir el riesgo en el contexto nacional dentro del sector comercial, lo cual puede ser de utilidad para empresas e instituciones interesadas

en mejorar su desempeño financiero y minimizar las posibles consecuencias negativas asociadas al riesgo.

La investigación estará conformada por: Capítulo 1: Estado del arte y la práctica, se realizará una revisión de la literatura sobre gestión administrativa y gestión del riesgo financiero en el sector comercial, abordando conceptos clave, estrategias y herramientas empresariales utilizadas.

En el Capítulo 2: Metodología, se describirá detalladamente la metodología empleada, explicando los métodos teóricos y prácticos, así como los procedimientos de recolección de información.

En el Capítulo 3: Resultados y Discusión, se presentará el análisis macro del sector retail y el análisis micro de la empresa Ahies Supermercado S.A., además, de la aplicación de indicadores financieros de la empresa evaluada, respaldándose con tablas y figuras estadísticas. Se llevará a cabo una discusión interpretando los hallazgos y analizando los factores que impactaron en la efectividad de las estrategias.

Finalmente se mostrarán las conclusiones generales de estudio resumiendo los hallazgos y destacando los logros alcanzados, se ofrecerán recomendaciones para futuras investigaciones y mejoras en la gestión del riesgo financiero en el sector comercial, basadas en las lecciones aprendidas durante la investigación.

CAPÍTULO I. ESTADO DEL ARTE Y LA PRÁCTICA

En el presente capítulo, se analizó la literatura y la práctica relacionados con las herramientas de gestión destinadas a la disminución del riesgo financiero en el sector comercial. La gestión efectiva del riesgo financiero es esencial para mantener la estabilidad y viabilidad de las empresas en un entorno comercial global altamente dinámico y competitivo. Este análisis abarca tanto las bases teóricas que fundamentan estas herramientas como la aplicación práctica de las mismas en el contexto del sector comercial.

1.1. Teorías y enfoques de la gestión administrativa y del riesgo financiero

- **Gestión administrativa**

La teoría de la Administración, concebida de manera sistémica en los albores del siglo XX, emerge como un enfoque fundamental en la gestión organizacional que sentó las bases para la comprensión de los principios esenciales que rigen el funcionamiento de las entidades. A medida que el pensamiento evolucionaba y la sociedad industrial cobraba fuerza, esta teoría comenzó a tomar forma gracias a las aportaciones significativas de diversos pensadores y estudiosos prominentes (Gómez y Vázquez, 2019).

La gestión administrativa, a través del conjunto de procesos, actividades y técnicas utilizadas, se enfoca en actividades de planificación, gestión, control y seguimiento de todos los procesos de una empresa. Este tipo de gestión interna busca lograr metas establecidas de forma eficiente y efectiva para cumplir con los objetivos estratégicos de la organización (Millar, 2010)

La gestión administrativa implica tomar de decisiones estratégicas y operativas que impactan en todas las áreas de la organización. Esto abarca desde la estructura organizativa, donde se define la forma en que se organizarán los diferentes departamentos y funciones, hasta la asignar de recursos financieros, humanos y materiales para optimizar su uso (Ponce, 2022)

Según Mendoza y Moreira (2021), la gestión administrativa se ocupa de la coordinación de las actividades dentro de la organización, asegurando que todas las partes involucradas trabajen de manera sincronizada y en línea con los objetivos

establecidos. Esto implica la gestión del talento humano, donde se selecciona, motiva y guía a los miembros del equipo para que contribuyan al éxito empresarial. Para Armijos et al., (2020) la gestión del tiempo es otro aspecto clave de la gestión administrativa, implica la planificación y asignación eficiente de los recursos temporales disponibles. Esto implica establecer plazos, prioridades y distribuir las tareas de manera adecuada para maximizar la productividad y evitar retrasos.

La calidad en la gestión es esencial dentro de la administración empresarial, pues, tiene como principal objetivo asegurarse de que los productos o servicios que proporciona la entidad cumplan con los estándares establecidos a nivel nacional e internacional, lo cual conlleva, el establecimiento de sistemas de control de calidad, análisis de procesos y mejora continua (Morales y Paredes, 2020).

La gestión administrativa se basa en diversas teorías y enfoques, entre ellos tenemos a los autores más importantes que son Frederick Taylor, que habla de la administración científica y Henry Fayol, que desarrolló la teoría de la contingencia, en donde, la organización es un sistema complejo e independiente que se puede ver influenciado por factores externos (Losada, 2020).

Por otra parte, la gestión financiera también es un componente fundamental, pues implica la gestión y administración de los diferentes recursos que poseen la empresa. Esto incluye la gestión del presupuesto, liquidez y fuentes de financiamiento (Zumba et al., 2023).

De forma general se puede decir que, la gestión administrativa es un proceso integral y multidisciplinario que busca potencializar el uso de los recursos y mejorar su competitividad, aplicando diversas teorías y enfoques para tomar decisiones informadas y desarrollar habilidades de liderazgo y gestión efectivas.

Teoría de administración científica

Orquestada por el ingenio de Frederick Taylor, se pone de relieve la científicidad aplicada a la administración de todos los recursos organizativos. La meticulosidad se convierte en el motor impulsor, donde el estudio riguroso de tiempos y movimientos se erige como una herramienta para escudriñar los procesos laborales, destilando la eficiencia óptima al eliminar cualquier atisbo de ineficacia (Losada, 2020).

A modo de argumentación se puede decir que, la teoría prevalecía en la necesidad de una supervisión y control por parte de los gerentes con el fin de cumplir metas y objetivos establecidos. Exalta la capacitación y la selección adecuada de los trabajadores como también, promueve el uso de incentivos y comprensión para alcanzar altos niveles de productividad (Mazzotti, 2022).

Teoría clásica

Presentada por Henri Fayol, destaca la función de Planificación y la función de Organización, la cuales se encargan de estructurar la organización, asignar responsabilidades y establecer sistemas de comunicación (Mogollón, 2019).

Por otro lado, Panduro (2022) explica que la función de Dirección se enfoca en liderar, estimular y orientar a los miembros de una entidad hacia el logro de los objetivos establecidos. De igual manera se concentra en el establecimiento de controles para supervisar el rendimiento empresarial y contrastar estos resultados con los preestablecidos.

En cuanto a la función de Control, su importancia no puede subestimarse, pues, en otras palabras, trata de medir el progreso y determinar si la empresa está avanzando en la dirección correcta. Si se identifican desviaciones entre lo planificado y lo ejecutado, anticipa establecer acciones correctivas con la finalidad de mejorar procesos operativos y asignar recursos (Chávez et al., 2020).

El control no solo se enfoca en el pasado y el presente, sino que es esencial en la planificación futura. Al analizar los datos de rendimiento, la organización puede aprender de sus éxitos y fracasos, constituyéndose a metas más ambiciosas para el futuro (Barreto, 2020).

Teoría de la contingencia

También es conocida como la teoría situacional, en donde existe una perspectiva para la administración que afirma la existencia de un método global válido para aplicar en todas las situaciones organizativas. Esta teoría argumenta que las prácticas y enfoques administrativos deben adaptarse a las circunstancias específicas de cada organización y situación (De Antoni, 2020).

En consecuencia, el logro efectivo en la gestión se fundamenta en la habilidad de los directivos para reconocer y adaptar las estrategias administrativas según los

elementos contingentes, tales como el entorno externo, la tecnología, la cultura organizacional y las particularidades individuales de los empleados.

Esta perspectiva admite que diversas situaciones demandan enfoques distintos y subraya que no existe una única manera correcta de gestionar. Hace hincapié en la relevancia de la flexibilidad y la adaptabilidad en el ámbito de la administración, pues las organizaciones deben estar preparadas para responder y ajustarse a los cambios en su entorno. Proporciona una perspectiva valiosa a los administradores a comprender y abordar diversas situaciones organizacionales (De Antoni, 2020).

En última instancia, la teoría de la Contingencia ha contribuido a una mayor comprensión de la importancia de adaptar las prácticas administrativas a las circunstancias específicas y a la promoción de la gestión efectiva en una amplia gama de contextos organizacionales.

Teoría de sistemas

Se centra en la gestión administrativa y considera que las organizaciones como sistemas complejos e interdependientes. En primer lugar, esta teoría destaca la interconexión de las diferentes partes de una organización y cómo estas partes interactúan entre sí para lograr los objetivos comunes. Se enfatiza la importancia de comprender cómo los cambios en una parte del sistema pueden afectar a otras áreas de la organización (Pont, 2019).

En este sentido, Obón et al., (2019) refiere que se reconoce la naturaleza dinámica en las empresas y surge la necesidad de fomentar las interacciones y las relaciones entre las diferentes partes. Asimismo, se reconoce el impacto externo sobre el funcionamiento de la organización y cómo este entorno puede afectar tanto los componentes internos como los resultados obtenidos.

Bajo este preámbulo la teoría de Sistemas ha ayudado a los administradores a comprender y gestionar la complejidad de las organizaciones, reconociendo que las partes individuales están interconectadas y que los cambios en una de ellos pueden tener efectos en otras áreas. Al adoptar este enfoque, los administradores pueden abordar los desafíos organizacionales de manera más integral y tomar decisiones más certeras para promover el funcionamiento efectivo de la organización en su conjunto.

- **Gestión del riesgo financiero**

Existen diversas teorías y enfoques que abordan la gestión del riesgo financiero en las organizaciones. A continuación, se mencionan algunas de las teorías y enfoques más relevantes:

- a) Teoría del portafolio**

La teoría del Portafolio, desarrollada por Markowitz en la década de 1950, es un enfoque clave en las inversiones. La teoría se basa en que los inversionistas pueden lograr un punto de equilibrio entre el riesgo y los rendimientos de empresariales. A través del análisis de datos históricos y el uso de herramientas estadísticas, se evalúa el rendimiento y la volatilidad de diferentes instrumentos de inversión (Zavaleta, 2023).

Según Garduño et al., (2022) esta teoría tiene principios matemáticos y estadísticos que permiten determinar la combinación óptima de activos que incrementan el rendimiento esperado con un mínimo de riesgo. La finalidad de la teoría es crear la llamada frontera eficiente, que ilustra la combinación óptima de activos y el riesgo que esto conllevan.

En fin, esta teoría ofrece un enfoque analítico y cuantitativo para la gestión de inversiones, capacitando a los inversores para tomar decisiones informadas respecto a la diversificación y asignación de sus recursos financieros. Representa una herramienta esencial en el ámbito financiero, siendo extensamente empleada tanto por inversores particulares como por instituciones financieras para estructurar carteras de inversión equilibradas y eficaces (Martínez et al., 2021).

- b) Teoría del valor en riesgo (*Value at Risk - VaR*)**

La teoría del Valor en Riesgo (VaR) es una metodología ampliamente empleada en la administración de riesgos financieros. Concebida en la década de 1990, esta teoría se fundamenta en la noción de evaluar la pérdida máxima potencial que un inversionista podría enfrentar con cierto nivel de confianza durante un período de tiempo determinado (Pineda et al., 2022)

El VaR se basa en la utilización de modelos estadísticos y matemáticos para estimar la posible pérdida de una cartera de inversión o activo individual bajo diferentes escenarios de mercado. Por lo tanto, permite a los gestores de riesgos

establecer límites de exposición al riesgo y tomar decisiones informadas sobre cómo gestionar y controlar los riesgos financieros.

En este sentido según Montoya et al., (2022) el VaR representa la pérdida potencial máxima que se espera que no se exceda con cierto nivel de confianza. Utilizando técnicas estadísticas y series de tiempo históricas.

En definitiva, la teoría del valor en riesgo (VaR) es un enfoque valioso en la gestión de riesgos financieros, permite estimar la máxima pérdida potencial con cierto nivel de confianza. Con su enfoque estadístico y matemático, el VaR proporciona una medida cuantitativa del riesgo y ayuda a quienes lo utilizan a tomar decisiones certeras.

c) Teoría de la estructura de capital

La teoría de la estructura de capital es un componente fundamental en la gestión financiera de las entidades, concentrándose en la manera en que las compañías seleccionan sus fuentes de financiamiento para llevar a cabo sus operaciones y proyectos. Dicha teoría analiza la mezcla óptima entre financiamiento mediante deuda y financiamiento con el fin de maximizar el valor de la empresa (Gutiérrez et al., 2019).

Considera que la elección de la estructura de financiamiento adecuada puede influir el apalancamiento, su riesgo financiero y la capacidad para cumplir con las obligaciones financieras. Los administradores financieros deben tener en cuenta factores como los costos de endeudamiento, la disponibilidad de fondos y la tolerancia al riesgo de los inversores (Soto et al., 2021).

Este elemento puede estar influenciada por factores externos, como las condiciones del entorno, las regulaciones financieras y la disponibilidad de fuentes de la deuda. Las características propias de la empresa, como su tamaño, el sector en la que opera y su ciclo de vida.

1.2. Actividad financiera y el riesgo financiero

La actividad financiera abarca operaciones y decisiones que involucran la administración de recursos monetarios y financieros, incluyendo la inversión en activos para obtener rendimientos futuros y la obtención de capital para respaldar proyectos a través de préstamos, emisiones de acciones y otros medios

(Fernández, 2019). La actividad financiera engloba un conjunto de transacciones y servicios llevados a cabo entre aquellos que ofrecen, demandan y utilizan servicios financieros, con el propósito de agilizar el flujo de capital y realizar labores de intermediación financiera (De la Torre, 2018c). Ante lo postulado por el autor, se resalta que el flujo del capital o movimientos de dinero de las empresas deben crecer con propósito de aumentar la rentabilidad.

En las empresas, la gestión de riesgos desempeña un papel esencial al identificar posibles amenazas económicas que son ocasionados por los comportamientos constantes de varios factores. De ello, uno de las ramas potentes es el estudio de riesgos financieros.

El riesgo financiero se relaciona con la eventualidad de que una entidad o persona experimente pérdidas económicas o enfrentamientos financieros debido a factores que influyen en sus activos, ingresos, flujos de efectivo o capacidad para cumplir con sus responsabilidades financieras, ya sean de origen interno o externo. En líneas generales, el riesgo financiero está ligado a la incertidumbre y a la volatilidad en los mercados financieros, así como a la exposición a eventos desfavorables (Vaca y Orellana, 2020).

Según Haro (2021) el riesgo financiero puede presentarse de varias maneras, incluyendo el riesgo de mercado, que implica las variaciones en los valores de los instrumentos financieros; el riesgo de crédito, vinculado a la eventualidad de incumplimiento por parte de los deudores; y el riesgo de liquidez, que se relaciona con la incapacidad para satisfacer las obligaciones financieras a corto plazo.

Para gestionar el riesgo financiero, las organizaciones suelen adoptar estrategias y utilizar herramientas específicas. Estas pueden incluir una variedad de inversiones, instrumentos financieros que permitan cubrir el riesgo y establecer políticas de crédito y cobranza, la implementación de controles internos y la evaluación constante de los riesgos financieros a través de análisis y seguimiento (Valencia y Narváez, 2021).

Es importante destacar que según De la Torre (2022) la gestión del riesgo financiero busca equilibrar los objetivos de rentabilidad y seguridad, considerando que asumir riesgos puede generar oportunidades de ganancias, pero también implica la posibilidad de sufrir pérdidas. Por lo tanto, una gestión efectiva del riesgo financiero

implica identificar, evaluar y gestionar los riesgos de manera adecuada para proteger los activos financieros y garantizar la estabilidad y sostenibilidad financiera de la organización.

De esta manera, las empresas deben definir los desafíos más significativos que se les presentan. Esto conlleva la identificación de riesgos nuevos y potenciales, así como de procesos esenciales que podrían no haber sido reconocidos antes de la pandemia. Estos son procesos decisivos son esenciales de las organizaciones, pero que permanecían en un segundo plano (De la Torre, 2022).

Existen varios tipos de riesgo financiero que las organizaciones pueden enfrentar, de acuerdo con Estupiñán (2020), se detallan a continuación:

Riesgo de mercado: Hace referencia a la eventualidad de incurrir en pérdidas como resultado de las variaciones en los valores de los activos financieros, tales como acciones, bonos, materias primas o divisas. Este riesgo es susceptible a factores económicos, políticos y sociales, y puede materializarse en diversas formas, como el riesgo de tipo de cambio, el riesgo de tasa de interés, el riesgo de precio de los productos, entre otros (Vaca y Orellana, 2020).

Riesgo de crédito: Se relaciona con la probabilidad de que los deudores no cumplan con sus pagos. Puede ser originado por clientes, proveedores o contrapartes en transacciones financieras. El riesgo de crédito puede afectar la capacidad de una organización para recuperar los fondos prestados y generar pérdidas en sus estados financieros (Vaca y Orellana, 2020).

Riesgo de liquidez: Es decir, no contar con suficientes recursos financieros disponibles en el momento adecuado. La falta de liquidez puede llevar a dificultades operativas, falta de capital de trabajo y deterioro de la reputación financiera de la organización (González, 2021).

Riesgo operacional: Está vinculado a la eventualidad de sufrir pérdidas como consecuencia de deficiencias en los procedimientos operativos, fallos en los sistemas internos, equivocaciones humanas, actos fraudulentos, catástrofes naturales u otros eventos imprevistos. Este tipo de riesgo puede afectar la eficiencia y rentabilidad de una organización, así como su capacidad para cumplir con las regulaciones y estándares de calidad (Gómez et al., 2020).

Riesgo de tipo de cambio: Este riesgo está asociado a las variaciones en los tipos de cambio entre monedas. Puede afectar a las organizaciones que realizan transacciones internacionales, ya sea importando o exportando bienes y servicios. Las fluctuaciones en los tipos de cambio pueden generar ganancias o pérdidas en las transacciones y afectar la competitividad de la organización en los mercados internacionales (Alamilla et al., 2021).

Riesgo político: Este tipo de riesgo está vinculado a las políticas gubernamentales y eventos geopolíticos que pueden tener un impacto significativo en la economía y los mercados financieros. Puede afectar la rentabilidad y las operaciones de las organizaciones, especialmente aquellas que operan en países con mayor volatilidad política (Carbajal, 2023).

Es importante que las organizaciones identifiquen y evalúen los riesgos financieros relevantes para su contexto particular y desarrollen estrategias de gestión adecuadas para mitigarlos, protejan sus activos y operaciones financieras.

En un sentido más amplio, todos los tipos de riesgos se asemejan a una limitación o a un cuello de botella en los procesos de gestión, pero de acuerdo al análisis de Chávez et al., (2020), el riesgo más que un concepto negativo, sobre bases cuantitativas de una empresa busca la disciplina de gestionar y evaluar.

En cuanto a la evaluación y medición del riesgo financiero es un proceso fundamental para comprender y cuantificar los riesgos a los que una organización está expuesta (Jara y Zurita, 2021). A continuación, se describen algunos métodos comunes utilizados en la evaluación y medición del riesgo financiero:

Métodos cualitativos: Estos métodos se basan en el juicio y la experiencia de expertos para evaluar y calificar el riesgo financiero. Se emplean métodos como el análisis de escenarios, la matriz de riesgos y la evaluación subjetiva para detectar y categorizar los riesgos financieros según su probabilidad de acontecimiento y el posible impacto que puedan tener (Soler et al., 2020).

Métodos cuantitativos: Estos métodos implican matemáticas y estadísticas para medir y cuantificar el riesgo financiero (Soler et al., 2020). Algunas técnicas comunes incluyen:

- Valor en Riesgo (*Value at Risk - VaR*): Constituye una métrica estadística que calcula la pérdida máxima anticipada en una posición o cartera con un nivel de confianza específico. Su aplicación radica en fijar límites de exposición al riesgo y respaldar decisiones informadas en la administración de riesgos financieros.
- Modelos de simulación Monte Carlo: Estos modelos utilizan técnicas de simulación para generar múltiples escenarios posibles y evaluar el impacto del riesgo financiero en los resultados financieros de una organización.
- Análisis de sensibilidad: Este método consiste en evaluar cómo los cambios en las variables clave afectan el resultado financiero de una organización. Se realizan diferentes análisis de sensibilidad para medir el impacto del riesgo financiero en diferentes escenarios.
- Indicadores y métricas financieras: Se utilizan indicadores financieros específicos para medir y monitorear el riesgo financiero. Algunos indicadores comunes incluyen la relación de endeudamiento, la rentabilidad financiera, la liquidez y la cobertura de intereses. Estos indicadores proporcionan una visión cuantitativa del riesgo financiero y permiten comparaciones a lo largo del tiempo y con respecto a otras organizaciones del mismo sector (Soler et al., 2020).

Es de vital importancia, tener en cuenta que la evaluación y medición del riesgo financiero debe adaptarse a las características y necesidades específicas de cada organización. Los métodos y herramientas utilizados pueden variar según la naturaleza del riesgo financiero y los recursos disponibles. Es fundamental revisar y actualizar regularmente la evaluación del riesgo financiero a medida que cambian las circunstancias y se producen nuevos eventos que puedan impactar la situación financiera de la organización.

1.3. Herramientas de gestión para la disminución del riesgo financiero

Existen diversas herramientas y técnicas de gestión administrativa que son utilizadas por las entidades que buscan mejorar su eficacia y eficiencia en la toma de decisiones y en el logro de sus metas. Por consiguiente, se presentan algunas de las principales herramientas y técnicas de gestión administrativa según Vega y Marrero (2021):

- **Análisis Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas (FODA)**

Esta herramienta se emplea para analizar la condición presente de la entidad, destacando sus puntos fuertes y débiles internos, así como las oportunidades y amenazas externas. Es válido tanto para empresas privadas como para organizaciones sin fines de lucro y el ámbito público, facilitando el desarrollo de estrategias y acciones acordes con su entorno.

Por otro lado, De la Torre y Cáceres (2017) señalaron que el análisis FODA ayuda a reconocer debilidades internas y amenazas externas que podrían representar riesgos financieros significativos. Estos riesgos se pueden abordar mediante estrategias preventivas y correctivas, como mejorar la gestión del flujo de efectivo, reducir la deuda o diversificar las fuentes de ingresos. En conclusión, el análisis FODA proporciona una visión integral y estratégica que, al ser implementada adecuadamente, permite a las organizaciones enfrentar y mitigar riesgos financieros de manera más eficiente.

- **Planificación financiera**

La planificación financiera es una herramienta crucial en la gestión empresarial para mitigar y reducir el riesgo financiero. En primer lugar, a través de una planificación financiera adecuada, la empresa puede anticipar y evaluar posibles riesgos económicos y diseñar estrategias de contingencia (Valle, 2020). Por ejemplo, al prever una posible fluctuación en los precios, la empresa puede establecer fondos de reserva o adoptar políticas de cobertura para mitigar las posibles pérdidas.

Además, la planificación financiera permite una asignación óptima de recursos, lo que contribuye a reducir el riesgo financiero. La identificación de áreas que requieren inversiones y aquellas que necesitan reducción de gastos ayuda a equilibrar los recursos disponibles y a optimizar el rendimiento financiero de la empresa (Ordoñez et al., 2021). Esta eficiencia en la gestión financiera disminuye la exposición al riesgo financiero y mejora la respuesta a situaciones adversas.

Por último, la planificación financiera también implica la evaluación periódica del desempeño financiero de la empresa. Este seguimiento continuo permite ajustar las estrategias y tácticas con base en el entorno económico y financiero,

contribuyendo así a una mayor adaptabilidad y a una mejor gestión del riesgo financiero (De la Torre, 2018a).

- **Gestión del tiempo y la productividad**

Esta técnica se enfoca en optimizar el uso del tiempo y los recursos para maximizar la productividad. Incluye la planificación y organización de tareas, establecimiento de metas claras, delegación adecuada y eliminación de actividades no productivas. Es aplicable en todos los contextos organizacionales (Díaz y Quintana, 2021).

La gestión eficaz del tiempo y la mejora de la productividad se presentan como herramientas valiosas para mitigar el riesgo financiero en cualquier empresa. Una adecuada gestión del tiempo permite optimizar la utilización de recursos en las operaciones diarias y en la ejecución de proyectos financieros (Bombón et al., 2021). La planificación y la asignación eficiente del tiempo en las tareas relacionadas con la gestión financiera pueden evitar retrasos costosos y asegurar que los procesos se realicen de manera oportuna y precisa, disminuyendo así la probabilidad de pérdidas financieras por demoras o ineficiencias (Jara y Zurita, 2021).

- **Gestión del talento humano**

Esta técnica nace desde la contratación y selección hasta el desarrollo y retención del talento. Incluye la evaluación del desempeño, la capacitación, elaboración de planes de promoción y la gestión interna empresarial. De igual forma lo aplican empresas públicas y privadas para maximizar el potencial de los empleados (Manjarrez et al., 2020).

De acuerdo, con Panduro (2022) la gestión del talento humano se revela como una herramienta estratégica para la disminución del riesgo financiero en las organizaciones. Una fuerza laboral competente y comprometida es fundamental para el correcto desempeño de las operaciones financieras. La selección cuidadosa, el entrenamiento efectivo y la retención del personal adecuado en áreas financieras críticas aseguran la toma de decisiones eficientes y la ejecución de estrategias de gestión de riesgo.

- **Gestión financiera y presupuestaria**

Esta técnica se focaliza en la planificación, control y mejora de la utilización de los recursos financieros de la entidad. Engloba la elaboración de presupuestos, el análisis de costos, la supervisión de gastos y la gestión de los flujos de efectivo. Se implementa en diversos sectores empresariales con el propósito de garantizar la viabilidad financiera (García, 2022).

Las organizaciones empresariales deben prestar mayor atención a la estrategia financiera al momento de tomar decisiones. De acuerdo a ello, González et al., (2020), indica que la toma de una decisión financiera en la empresa juega un papel importante, porque les permite prever a largo plazo los factores que impactan sus presupuestos y a determinar herramientas atribuibles al manejo racional de sus recursos a través de:

- Estados de flujo de efectivo: Identifica las entradas y salidas de efectivo.
- Estado de situación financiera: La información contable promueven activos eficientes y conservar un pasivo equilibrado respecto al patrimonio.
- Estado de resultados: Los resultados revelan el crecimiento de gastos y ofrece pistas para fortalecer los ingresos potenciales.
- Indicadores financieros: Permite medir las capacidades que posee las empresas de ganar y solventar deudas.

- **Análisis financiero**

El análisis financiero evalúa el desempeño financiero para identificar tendencias, fortalezas, debilidades y oportunidades. Es una herramienta vital para la gestión, que les ayuda a tomar decisiones informadas, sobre todo, desde precios y marketing hasta inversiones y expansión (De La Torre, 2022).

La práctica del análisis financiero implica revisar los estados financieros de una empresa para entender su rendimiento y situación financiera (De La Torre, et al., 2023). Los inversionistas, analistas, prestamistas y otras partes involucradas emplean esta herramienta para tomar decisiones fundamentadas acerca de inversiones, préstamos o asociaciones comerciales con la organización en cuestión.

En el análisis financiero, se recurre a diversos informes financieros, como el estado de resultados, el balance y el estado de flujo de efectivo, para examinar el rendimiento económico de una empresa (Aguirre et al., 2020). El propósito central del análisis financiero consiste en valorar la salud y el desempeño financiero de la empresa mediante la observación de factores como su rentabilidad, liquidez, solvencia y eficiencia.

El análisis financiero implica diferentes herramientas y técnicas, como análisis de ratios, análisis de tendencias, análisis de flujo de efectivo, análisis comparativo, análisis de escenarios, análisis de sensibilidad y análisis de flujo de efectivo descontado (Moran et al., 2021). Estas herramientas ayudan a analizar e interpretar los estados financieros para proporcionar información sobre el desempeño y la salud financieros de una empresa.

De acuerdo con Estupiñán (2020) existen muchos tipos diferentes de análisis financiero, pero algunos de los más comunes incluyen:

- Análisis de ratios: implica comparar diferentes ratios financieras para evaluar la rentabilidad, liquidez y eficiencia de una empresa.
- Análisis de tendencias: implica observar cómo ha cambiado el desempeño financiero de una empresa a lo largo del tiempo.
- Elaboración de presupuestos y previsiones: implica la creación de proyecciones financieras para ayudar a la dirección a planificar el futuro.
- Benchmarking: comparación financiera entre empresas competidoras.

El análisis financiero se puede utilizar para ayudar a los gerentes a lograr varios objetivos, que son:

- Aumentar la rentabilidad: el análisis financiero puede ayudar a los gerentes a identificar áreas donde pueden reducir costos o aumentar las ventas (Barreto, 2020).
- Gestión de riesgos: el análisis financiero puede ayudar a definir y mitigar los riesgos financieros (De La Torre y Quiroz, 2020).
- Tomar decisiones de inversión: el análisis financiero puede ayudar a los administradores a evaluar las oportunidades de inversión y elegir

las que tienen más probabilidades de ser rentables (León y Murillo, 2021)

- Planificación para el futuro: el análisis financiero puede ayudar a los gerentes a crear presupuestos y pronósticos que ayudarán a tomar decisiones (Macas et al., 2019).
- El análisis financiero es esencial para cualquier directivo que quiera incrementar el éxito empresarial (De La Torre, 2017).

Además, Marcillo et al., (2021) señalan que de los beneficios enumerados anteriormente, el análisis financiero también puede ayudar a los gerentes a:

- Mejorar la comunicación con las partes interesadas: al utilizar el análisis financiero para crear informes claros y concisos, los gerentes pueden comunicar el desempeño a las partes interesadas de una manera que sea fácil de entender.
- Mejorar la credibilidad: al utilizar el análisis financiero para respaldar sus decisiones, los gerentes pueden demostrar su experiencia y generar credibilidad ante su equipo y las partes interesadas.
- Aumentar la agilidad: al utilizar periódicamente análisis financieros para identificar problemas potenciales desde el principio y tomar medidas correctivas rápidamente.

En general, el análisis financiero es una herramienta esencial para cualquier directivo que quiera tener éxito. Al utilizar el análisis financiero de manera eficaz, los gerentes pueden tomar mejores decisiones, mejorar el desempeño de su negocio y lograr sus objetivos a largo plazo.

Indicadores financieros

Liquidez

Los índices de liquidez son medidas financieras que evalúan la aptitud de una empresa para cumplir con sus compromisos tanto a corto como a largo plazo (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2020). Las ratios de liquidez comunes incluyen los siguientes:

- El índice corriente evalúa la habilidad de una empresa para saldar deudas a corto plazo utilizando sus activos corrientes:

Razón corriente = Activo corriente / Pasivo corriente

- La prueba ácida mide la capacidad de una empresa para cubrir pasivos a corto plazo excluyendo inventarios:

Ratio de prueba ácida = Activo corriente – Existencias / Pasivo corriente

- El índice de efectivo cuantifica la capacidad de una empresa para satisfacer pasivos a corto plazo con efectivo y equivalentes:

Coeficiente de caja = Efectivo y equivalentes de efectivo / Pasivo corriente

- El índice de flujo de efectivo operativo indica cuántas veces una empresa puede abonar pasivos corrientes con el flujo de efectivo generado en un período específico:

Ratio de flujo de caja operativo = Flujo de caja operativo / Pasivo corriente

Apalancamiento

Los indicadores de apalancamiento cuantifican la proporción de capital que se origina a partir de préstamos. En otras palabras, los ratios financieros de apalancamiento son empleados para analizar los niveles de deuda de una empresa (Superintendencia de Compañías Valores y Seguros, 2020). Las ratios de apalancamiento más comunes son los siguientes:

- El índice de endeudamiento evalúa la proporción relativa de los activos de una empresa financiados mediante deuda:

Ratio de endeudamiento = Pasivo total / Activo total

- La relación de deuda a capital calcula la carga de la deuda total y los pasivos financieros en relación con el patrimonio neto:

Ratio de deuda sobre capital = Pasivo total / Capital neto

- El índice de cobertura de intereses ilustra la capacidad de una empresa para cubrir sus gastos por intereses:

Ratio de cobertura de intereses = Ingresos de explotación / Gastos por intereses

- La relación de cobertura del servicio de la deuda revela la capacidad de una empresa para saldar sus obligaciones de deuda:

Ratio de cobertura del servicio de la deuda = $\frac{\text{Ingresos de explotación}}{\text{Servicio total de la deuda}}$

Eficiencia

Los índices de eficiencia, también denominados ratios financieros de actividad, son empleados para evaluar el nivel de aprovechamiento de activos y recursos (Superintendencia de Compañías Valores y Seguros, 2020). Los ratios de eficiencia más comunes son:

- El índice de rotación de activos cuantifica la capacidad de una empresa para generar ventas en relación con sus activos:

Ratio de rotación de activos = $\frac{\text{Ventas netas}}{\text{Activos totales medios}}$

- La rotación de inventario indica cuántas veces se vende y reemplaza el inventario de una empresa durante un intervalo específico:

Ratio de rotación de inventario = $\frac{\text{Coste de los bienes vendidos}}{\text{Inventario medio}}$

- El índice de rotación de cuentas por cobrar mide con qué frecuencia una empresa puede transformar cuentas por cobrar en efectivo durante un periodo determinado:

Índice de rotación de cuentas por cobrar = $\frac{\text{Ventas netas a crédito}}{\text{Promedio de cuentas por cobrar}}$

- El ratio de días de ventas en inventario refleja el promedio de días que una empresa retiene su inventario antes de venderlo a los clientes:

Días de ventas en relación con el inventario = $\frac{365 \text{ días}}{\text{Índice de rotación de inventario}}$

Rentabilidad

Los índices de rentabilidad evalúan la capacidad de una empresa para generar ingresos en proporción a los ingresos (Superintendencia de Compañías Valores y Seguros, 2020). Los ratios financieros de rentabilidad comunes incluyen los siguientes:

- El índice de margen bruto compara la ganancia bruta de una empresa con sus ventas netas, revelando cuántas ganancias retiene la empresa después de cubrir el costo:

$$\text{Ratio de margen bruto} = \text{Beneficio bruto} / \text{Ventas netas}$$

- El índice de retorno sobre ventas, contrasta los ingresos operativos de una empresa con sus ventas netas:

$$\text{Ratio de margen operativo} = \text{Ingresos de explotación} / \text{Ventas netas}$$

- El índice de rentabilidad de los activos mide la eficacia con que una empresa utiliza sus activos para generar beneficios:

$$\text{Ratio de rentabilidad sobre activos} = \text{Utilidad neta} / \text{Activos totales}$$

- El ratio de rentabilidad sobre el capital evalúa la eficacia con que una empresa utiliza su capital:

$$\text{Ratio de rentabilidad sobre fondos propios} = \text{Beneficio neto} / \text{Patrimonio neto}$$

1.4. Cuadro de Mando Integral (CMI)

El Cuadro de Mando Integral (CMI) es una herramienta de gestión que permite medir y controlar el desempeño de una organización en relación con sus objetivos estratégicos. Se trata de un sistema integral de indicadores que abarca diferentes perspectivas y áreas clave de la organización, proporcionando una visión equilibrada y completa de su rendimiento (Chiglione, 2021).

En el CMI se utilizan según Pérez (2020) diferentes indicadores que representan las perspectivas financieras, del cliente, procesos internos y de crecimiento. Estas perspectivas permiten evaluar aspectos fundamentales como la satisfacción, la operatividad, la creatividad y el desarrollo del talento humano.

Los indicadores del CMI, se seleccionan de manera estratégica y se agrupan en áreas temáticas para medir el logro de los objetivos estratégicos. Son cuantificables, claros y relevantes para la organización, se presentan en un tablero de control que facilita la visualización y el seguimiento del desempeño en tiempo real (Alvarado, 2019).

En este sentido, la ventaja del CMI es que proporciona una perspectiva equilibrada y alineada con los objetivos estratégicos, proporciona a los líderes encargados de la toma de decisiones una comprensión precisa del rendimiento en diversas áreas y les permite emprender medidas correctivas de forma puntual. A continuación, se detalla la configuración de un tablero de mando integral.

Figura 1. Estructura del Cuadro de Mando Integral



Fuente: Adaptado de Kaplan y Norton (2004).

El CMI es una herramienta de administración que emplea indicadores estratégicos para evaluar y supervisar el rendimiento de una organización en relación con sus metas estratégicas. Ofrece una perspectiva integral del desempeño organizacional y, mediante sus elementos constituyentes, facilita la toma de decisiones cruciales en beneficio de todas las áreas dentro de la organización.

Tabla 1. Componentes del Cuadro de Mando Integral

Título	Definición
Objetivos estratégicos	En esta área se definen los objetivos estratégicos de acuerdo con las perspectivas
Indicador	Se asigna un nombre al indicador
Frecuencia	Se determina la periodicidad para llevar a cabo el seguimiento
Meta	Se establece en porcentaje la meta
Variaciones	<div style="background-color: #c6e0b4; padding: 2px;">Óptimo (Mayor a 85%)</div> <div style="background-color: #ffff00; padding: 2px;">Tolerable (Entre 60/% y 84%)</div> <div style="background-color: #ff0000; padding: 2px;">Deficiente (Inferior al 60%)</div>

Fuente: Adaptado de Kaplan y Norton (2004)

La tabla 1 proporciona una estructura clara para definir y monitorear el progreso hacia los objetivos, permitiendo identificar rápidamente el desempeño de cada indicador y tomar acciones correctivas si es necesario.

Gestión comercial y situación actual del sector minorista o retail

En concordancia con Escudero (2011) vivimos en un mundo impulsado por el consumo, donde todas las empresas luchan por conquistar el mercado. La competencia entre empresas y productos se intensifica, en ciertos casos se olvidan que la fuente de los ingresos es el cliente, y en otros, no hay comunicación entre los aliados estratégicos llamados proveedores, que inciten a crecer las ganancias.

En atención a lo expuesto, la gestión comercial actual 2023, en un entorno complicado esta ligada a las herramientas de gestión administrativa. Desde luego Serrano y Núñez (2020), manifiesta que la gestión comercial es un proceso que permite a las empresas abrir las puertas al mundo exterior, atienden dos elementos fundamentales que es la satisfacción del cliente y participar en nuevos mercados saturados y competitivos. Su participación impacta en la economía del país y se identifica como el sector minorista o retail.

El sector del comercio minorista emerge como uno de los pilares preeminentes y de continua dinámica dentro de la economía de cualquier nación (Moreno, 2022). Esto se debe no solo a la notable rentabilidad inherente a sus transacciones de amplitud que estas adquieren, sino también a su capacidad para generar una

diversa gama de oportunidades laborales, que contribuyen así al desarrollo sostenible de la nación (Vásquez, 2023).

En Ecuador, la esfera del comercio minorista se compone de 232,760 establecimientos económicos, de un conjunto total de 500,217 identificados con actividad económica según el Censo Nacional Económico del año 2010. Pero, según datos más recientes del INEC (2023) el sector de retail, conocido en el país bajo la categoría CIIU (2012) como "Comercio al por menor, excepto el de vehículos automotores y motocicletas" (G47), engloba un total de 232.383 empresas en todo el territorio nacional. Estas empresas generaron ingresos por un total de USD 125.821.308.984 en el año 2021.

En el contexto específico de Riobamba, se identifican 5.643 empresas dedicadas al comercio minorista, las cuales contribuyen con la creación de 3.483 puestos de trabajo y ventas por un monto de 108,794 USD. Dentro del conjunto de 5.643 empresas que operan en el sector minorista en Riobamba, 5,368 son clasificadas como microempresas, 67 como pequeñas empresas, 24 como medianas empresas tipo A y B, y únicamente 4 como grandes empresas (INEC, 2023).

De la información exhibida, se concluye que una fuerte cantidad de empresarios encaminados en la gestión comercial favorecen el desarrollo económico de un país, pero en Ecuador la permanencia de las microempresas se encuentran en riesgo, por la inestabilidad política que a nivel de América Latina en noviembre 2023 las cifras de riesgo país llegó a 2.000 puntos (Primicias, 2023). Teniéndose en cuenta la alta incertidumbre, muchas instituciones financieras y aseguradoras han subido sus tasas de interés, razón por la cual muchas microempresas del sector retail se ven envueltas en dificultades de liquidez, no consiguen adquirir financiamiento para fortalecer sus negocios y optan por cerrar sus actividades antes de perder su capital invertido.

CAPÍTULO II. DISEÑO METODOLÓGICO

Este capítulo se enfocará en proporcionar un marco metodológico sólido y comprensible que permita a las organizaciones del sector comercial identificar, evaluar y aplicar estratégicamente estas herramientas de gestión para asegurar la protección y optimización de sus recursos financieros en medio de un entorno financiero dinámico y cambiante.

2.1. Tipo y enfoque de investigación

La investigación fue de tipo cuantitativo y cualitativo, caracterizado por la recolección y análisis de datos numéricos con el propósito de abordar interrogantes de investigación y poner a prueba hipótesis. “Este método se focaliza en obtener información cuantificable y objetiva, susceptible de análisis mediante procedimientos estadísticos y matemáticos” (Arias y Covinos, 2021, p. 123).

En el estudio, se utilizó la investigación cuantitativa para analizar la información obtenida tanto de fuentes digitales, documentales y de campo. La combinación de métodos cualitativos y cuantitativos permitió abordar de manera más completa y enriquecedora el fenómeno de estudio, como fue la detección oportuna de los riesgos financieros en Ahies Supermercado S.A.

El enfoque del estudio fue descriptivo y analítico que permite una comprensión más completa y enriquecedora de un fenómeno al combinar la descripción detallada con el análisis de relaciones y causas subyacentes (Quinteros y Velázquez, 2020). Por lo cual, permitió comprender y abordar los riesgos financieros al proporcionar una visión detallada de los riesgos, identificar las variables relevantes y sus relaciones, y analizar cómo estos factores pueden afectar la estabilidad financiera de la empresa Ahies Supermercado S.A.

Asimismo, la combinación de enfoques cualitativos y cuantitativos enriqueció la investigación, posibilitando un análisis minucioso del fenómeno objeto de estudio: la detección oportuna de los riesgos financieros en Ahies Supermercado S.A. Este enfoque combinado, alineado con una investigación descriptiva y analítica, facilitó una comprensión profunda del fenómeno al combinar la descripción detallada con el análisis de relaciones y causas subyacentes. Esto permitió abordar los riesgos financieros de manera integral, brindando valiosas perspectivas sobre las variables

relevantes, sus interconexiones y cómo estos factores afectan la estabilidad financiera y las decisiones estratégicas en Ahies Supermercado S.A. Así, la elección estratégica del enfoque y tipo de investigación contribuyó significativamente a una comprensión más profunda y fundamentada del fenómeno estudiado y su contexto.

Población y muestra

Para analizar el sector minorista, se realizó un examen detallado de la salud financiera de las compañías que forman parte del sector retail en Ecuador. Este análisis se basó en el examen detallado de las cifras financieras de un total de 730 empresas para el año 2021 y 777 empresas para el año 2022 dentro de dicho sector. Estas empresas fueron clasificadas de acuerdo con la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU), las cuales corresponden a las actividades tales como la Venta al por menor de gran variedad de productos en tiendas, entre los que predominan, los productos alimenticios, las bebidas o el tabaco, como productos de primera necesidad, etcétera (G4711.01), y Venta al por menor de gran variedad de productos en supermercados, entre los que predominan, los productos alimenticios, las bebidas o el tabaco, como productos de primera necesidad, etcétera (G4711.02).

La información necesaria fue adquirida de manera pública y accesible a través de la plataforma de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (SICVS). Este proceso permitió la recopilación y evaluación de los principales indicadores financieros relevantes para el sector, considerando los períodos previos, durante y posteriores al impacto de la pandemia. Igualmente, en el análisis específico de la empresa Ahies Supermercado S.A., se llevó a cabo una comparación detallada de los estados financieros y el estado de resultados entre los periodos 2021 y 2022.

Este análisis exhaustivo implicará la evaluación minuciosa de las variaciones y tendencias presentes en dichos estados financieros durante los mencionados períodos. Además, se aplicarán indicadores financieros clave para obtener una perspectiva cuantitativa sobre aspectos cruciales de la salud financiera de la empresa. Será fundamental considerar cuidadosamente esta información para comprender cómo la empresa ha evolucionado en términos económicos y

financieros en el transcurso del tiempo que a su vez permitirá identificar sus mejoras de crecimiento empresarial.

Tipo de recolección de la información

- **Métodos**

Inductivo - Deductivo

En el estudio se empleó el enfoque inductivo para recopilar y analizar información específica sobre los riesgos financieros que enfrenta la empresa Ahies Supermercado S.A. Lo cual, involucró la revisión de instrumentos financieros, identificación de indicadores, y recopilación de datos sobre situaciones específicas de riesgo financiero que la empresa ha enfrentado en periodos pasados.

A partir de la información recopilada y el análisis inductivo, se aplicaron teorías existentes en el campo de la gestión administrativa y de riesgos financieros. Esto implicó utilizar el enfoque deductivo para desarrollar un análisis referencial que explique los factores de riesgo financieros específicos en el contexto de la empresa Ahies Supermercado S.A., y proponer posibles herramientas y estrategias de gestión para su mitigación.

La sinergia entre el enfoque inductivo y deductivo en este estudio de detección temprana de riesgos financieros en Ahies Supermercado S.A., demostró ser una estrategia altamente efectiva. Al optar por el enfoque inductivo, se logró un análisis exhaustivo de datos específicos y detallados provenientes de diversas fuentes. Esta exploración en profundidad permitió la identificación de patrones, tendencias y correlaciones emergentes relacionadas con los riesgos financieros que enfrenta la organización.

Por otro lado, el enfoque deductivo proporcionó una base teórica sólida al partir de marcos conceptuales preexistentes, lo que facilitó la formulación de hipótesis y la validación de observaciones a través de un razonamiento lógico. La conjunción de estos enfoques enriqueció la comprensión global de los riesgos financieros en Ahies Supermercado S.A., proporcionando los elementos esenciales para mejorar la gestión que abordan estos desafíos de manera informada y estratégica, promoviendo la sustentabilidad y el crecimiento continuo de la empresa.

Al aprovechar la metodología combinada de enfoque inductivo y deductivo, se fomentó una aproximación holística y equilibrada a la investigación de riesgos financieros en Ahies Supermercado S.A. El enfoque inductivo permitió la recolección y exploración a fondo de datos específicos y variados, extrayendo patrones de la realidad financiera de la empresa. Esta exploración guiada por los datos brindó una visión detallada y realista de los riesgos, sus interconexiones y áreas críticas de atención.

Por su parte, el enfoque deductivo proporcionó una estructura teórica y conceptual esencial al establecer hipótesis y marcos de referencia previos derivados de la literatura y teorías existentes. Esta amalgama de enfoques permitió una interpretación informada de los datos recopilados, validando y enriqueciendo las observaciones iniciales. En conjunto, estos enfoques respaldaron la identificación precisa de riesgos y la formulación de estrategias de gestión adaptadas a la realidad financiera de Ahies Supermercado S.A., impulsando su resiliencia y competitividad en el entorno empresarial.

Analítico- sintético

En el estudio, el enfoque analítico-sintético se empleó descomponiendo y examinando en detalle los diferentes aspectos y componentes relacionados con los riesgos financieros en la empresa Ahies Supermercado S.A.

Una vez completado el método analítico, se procedió a sintetizar la información recopilada para obtener una visión general y comprensión más amplia de los riesgos financieros en la empresa Ahies Supermercado S.A.

Luego de finalizar el enfoque analítico, se llevó a cabo la síntesis de la información recolectada con el objetivo de obtener una perspectiva general y una comprensión más amplia de los riesgos financieros presentes en la empresa Ahies Supermercado S.A.

En el marco de este estudio, se optó por la aplicación de un enfoque analítico-sintético para abordar la detección temprana de riesgos financieros en Ahies Supermercado S.A. Este enfoque se distinguió por descomponer minuciosamente los diversos aspectos y componentes relacionados con los riesgos financieros en la empresa. La descomposición permitió examinar cada elemento en detalle,

desentrañando sus implicaciones y conexiones dentro del contexto financiero de la empresa. Posteriormente, tras la exhaustiva fase analítica, se procedió a la síntesis de la información obtenida.

Esta etapa de síntesis implicó la integración y consolidación de los hallazgos analíticos para obtener una visión global y comprensión más holística de los riesgos financieros en Ahies Supermercado S.A. Esta integración proporcionó una perspectiva completa y enriquecedora de los riesgos financieros, facilitando así la adopción de decisiones fundadas y la implementación de medidas para la gestión adecuada de estos riesgos en el entorno empresarial de Ahies Supermercado S.A.

La elección del enfoque analítico-sintético fue fundamental para este estudio, brindó una estructura metodológica sólida que se alineaba perfectamente con el análisis detallado de los riesgos financieros. Al descomponer cada aspecto y componente de los riesgos financieros, se logró una comprensión profunda de las interrelaciones y efectos individuales que pueden impactar en la situación financiera de Ahies Supermercado S.A.

Posteriormente, la síntesis de esta información consolidada proporcionó una visión comprensiva, revelando patrones y tendencias emergentes que hubieran pasado desapercibidos en un análisis superficial. Así, el enfoque analítico-sintético actuó como un catalizador para la toma de decisiones fundamentadas y eficaces, al ofrecer una perspectiva amplia y detallada de los riesgos financieros que Ahies Supermercado S.A. podría enfrentar, y permitiendo así la adopción de estrategias apropiadas para su gestión y mitigación.

- **Técnicas e instrumentos**

En la investigación centrada en herramientas de gestión para mitigar riesgos financieros en Ahies Supermercado S.A., se desplegaron diversas técnicas e instrumentos meticulosamente seleccionados para un análisis completo. En primer lugar, se ejecutó un análisis financiero detallado abarcando los periodos 2021 y 2022 de la empresa. Este análisis involucró un examen minucioso de los estados financieros, evaluando indicadores y ratios clave que proporcionaron una visión clara de las áreas con riesgos potenciales. Es vital destacar que este análisis financiero se amplió al compararse con otras empresas comerciales a nivel nacional

y de la ciudad de Riobamba, brindando un contexto significativo y permitiendo una evaluación relativa de los riesgos financieros en Ahies Supermercado S.A.

Análisis financiero: Se llevó a cabo un análisis financiero del periodo 2021 y 2022 de la empresa Ahies Supermercado S.A. La evaluación comprendió el análisis de la información contenida en los estados financieros, examinando indicadores e índices financieros pertinentes con el objetivo de detectar posibles áreas de riesgo.

Como dato importante, a esta herramienta se revisó los datos financieros a otras empresas comerciales del país y de la ciudad. Pero los resultados del estudio se presentarán a través de tablas y gráficas estadísticas vinculados a los factores que ocasionan riesgos financieros en Ahies Supermercado S.A.

Además del análisis financiero, se hizo uso extensivo de tablas y gráficos estadísticos para presentar de manera efectiva los resultados de la investigación. Estos elementos visuales fueron cuidadosamente diseñados para ilustrar de forma clara y precisa los factores que generan riesgos financieros en Ahies Supermercado S.A. La exposición visual de la información financiera no solo facilitó la comprensión de la misma por parte de los interesados, sino que también resaltó patrones y tendencias significativas que son cruciales para tomar decisiones informadas y diseñar estrategias efectivas de gestión de riesgos financieros. Así, la combinación de análisis financiero y presentación visual estratégica resultó esencial para la interpretación efectiva de las deficiencias en el contexto específico de Ahies Supermercado S.A.

- **Procesamiento y análisis de Información**

Análisis financiero de las empresas del sector Retail

Con el fin de llevar a cabo un análisis financiero de empresas del sector retail implicó evaluar la salud financiera, la eficiencia operativa y la rentabilidad de estas empresas. Para lo cual, se siguió el siguiente proceso:

1. Se accedió al sitio web oficial de la Superintendencia de Compañías www.superintendenciadecompanias.gob.ec.
2. En el Portal de información en la sección de Ranking de Compañías, se descargaron los archivos de los estados financieros del periodo 2022.
3. Se filtró la información tomando en cuenta el Código CIIU.

Para el análisis de los estados financieros del sector retail el procedimiento fue el siguiente:

1. Primero, se llevó a cabo una recopilación de datos financieros específicos del sector retail en los periodos 2021 y 2022.
2. Posteriormente, se llevó a cabo un análisis de los datos recopilados con el objetivo de comprender la evolución de las cuentas más relevantes.
3. Dentro de este análisis, se compararon los datos del año 2021, año en que aún persistía la pandemia con el año 2022 que fue el periodo de recuperación. Esta comparación permitió destacar las variaciones significativas.
4. Durante el proceso, se logró identificar tendencias y eventos clave.
5. Luego, los datos comparativos fueron analizados e interpretados para identificar patrones, tendencias, impactos y mejoras en la situación financiera del sector retail.
6. Finalmente, la información fue presentada en forma de un informe que se incluyó en una tabla, la cual resumió la situación financiera del sector. En dicha tabla, se destacaron las variaciones y cambios relevantes en activos, pasivos, patrimonio, ingresos, costos, gastos y utilidades a lo largo de los años mencionados.

En el contexto particular de Ahies Supermercado S.A., se llevó a cabo un análisis financiero comparativo que implicó la revisión y comparación detallada de los estados financieros de la empresa en diferentes periodos. Este análisis permitió identificar tendencias, variaciones y patrones en los datos financieros, brindando información crucial sobre el contexto financiero de la empresa.

También, se implementaron indicadores financieros clave para evaluar de manera cuantitativa diversos aspectos del desempeño financiero de Ahies Supermercado S.A. Estos indicadores proporcionaron una visión precisa de la liquidez, rentabilidad, endeudamiento y eficiencia operativa de la empresa. Al evaluar estos indicadores en conjunto, se identificaron áreas que podrían requerir mejoras o enfoques estratégicos para optimizar la gestión financiera y lograr un crecimiento sostenible. Este proceso de análisis y evaluación es esencial para tomar decisiones

informadas y establecer estrategias adecuadas que impulsen el éxito continuo de Ahies Supermercado S.A. Para lo cual, se realizó el siguiente proceso:

1. En primer lugar, se obtuvieron los estados financieros de la empresa, que comprendían el balance general y estado de resultados correspondientes al período relevante.
2. A continuación, se procedió a ajustar dichos estados financieros con el fin de garantizar su consistencia y comparabilidad.
3. Posteriormente, se llevó a cabo la identificación y análisis de tendencias y variaciones en los estados financieros a lo largo del tiempo. Este análisis permitió comprender la evolución de diferentes aspectos financieros de la empresa.
4. Luego, se calculó una diversidad de indicadores financieros, tales como ratios de liquidez, rentabilidad, endeudamiento y eficiencia operativa, a partir de los datos presentes en los estados financieros.
5. Acto seguido, se analizaron los indicadores financieros calculados con el propósito de comprender su significado y evaluar la situación financiera de la empresa. Se realizó una evaluación para determinar si los valores se encontraban dentro de rangos aceptables o si indicaban posibles problemas financieros.

2.2. Caracterización de la empresa o institución

Ahies Supermercado S.A., ofrece a los clientes aproximadamente 8.000 productos para el hogar, disponibles los 365 días del año a precios altamente competitivos. Asimismo, Marco Antonio Ojeda subrayó que en su supermercado no se requiere la obtención de tarjetas de afiliación para acceder a descuentos, poniendo así de manifiesto su compromiso con una oferta asequible para todos los consumidores.

En el año 2020, la empresa familiar Ojeda Trujillo como parte de la mejora continua a sus procesos administrativos y financieros deciden transformarse en una compañía comercial y crecer conocidamente en el mercado ecuatoriano. Para el año 2023, siguen a pasos moderados, pero firmes, bajo la visión de valor agregado donde el cliente recibirá un servicio totalmente diferenciado.

Logotipo de la empresa

Figura 2. Logo tipo empresarial



Fuente: Tomado de Ahies Supermercado S.A. (2023)

2.3. Propuesta de la investigación

El análisis financiero y la interpretación de indicadores se erigen como pilares fundamentales en la gestión efectiva de riesgos financieros en el sector comercial, proporcionando las herramientas necesarias para evaluar y mitigar los desafíos que este ámbito presenta.

En un primer nivel, el análisis financiero del sector retail a través de indicadores clave ofrece una visión amplia y estructurada del rendimiento económico del sector en su conjunto. Estos indicadores abarcan la eficiencia operativa, rentabilidad, endeudamiento y liquidez, ofreciendo una radiografía precisa de la capacidad del sector para afrontar obstáculos financieros y adaptarse a los cambios en el mercado.

En una segunda etapa, el análisis del impacto comercial por región, determinado a través del código CIIU del sector económico, amplifica la utilidad de los indicadores al proporcionar perspectivas valiosas sobre la variabilidad de la rentabilidad y la demanda en distintas regiones. Esta información es esencial para una asignación de recursos estratégica y mejorar las estrategias comerciales al entorno, maximizando así la eficacia de las operaciones y mitigando riesgos asociados a posibles desequilibrios regionales.

Posteriormente, el análisis detallado de la empresa Ahies Supermercado S.A., brinda información clave sobre su salud financiera y evolución a lo largo del tiempo.

La comparación de estados financieros en diferentes períodos desentraña tendencias que pueden señalar riesgos latentes u oportunidades a explotar, permitiendo tomar medidas preventivas o correctivas de manera oportuna. Este análisis es esencial para detectar cambios significativos en la empresa que puedan requerir estrategias específicas para mitigar riesgos financieros asociados.

En lo que respecta al análisis de ventas por categorías de productos y su composición mensual, es crucial comprender las preferencias del consumidor y, en consecuencia, ajustar el inventario de manera precisa. Este proceso de adaptación no solo minimiza el riesgo de tener inventario obsoleto, sino que también maximiza la rentabilidad al alinear la oferta con la demanda del mercado.

Asimismo, examinar los resultados mensuales proporciona una perspectiva actualizada del desempeño financiero de la empresa, posibilitando ajustes inmediatos y simplificando la toma de decisiones de manera rápida y eficaz.

En la etapa final de este proceso analítico, la aplicación de indicadores y el análisis de la estructura del estado de resultados permiten evaluar aspectos cruciales de la organización. Estos indicadores no solo proporcionan un diagnóstico de la eficiencia operativa y la rentabilidad, sino que también ofrecen puntos de referencia para comparaciones significativas.

El análisis comparativo del crecimiento de activos frente al crecimiento de las ventas, por ejemplo, proporciona información valiosa sobre la eficiencia de la inversión de la empresa y su capacidad para generar ingresos. En resumen, estos análisis y la interpretación precisa de indicadores son esenciales en la gestión proactiva del riesgo financiero en el sector comercial.

CAPÍTULO III. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

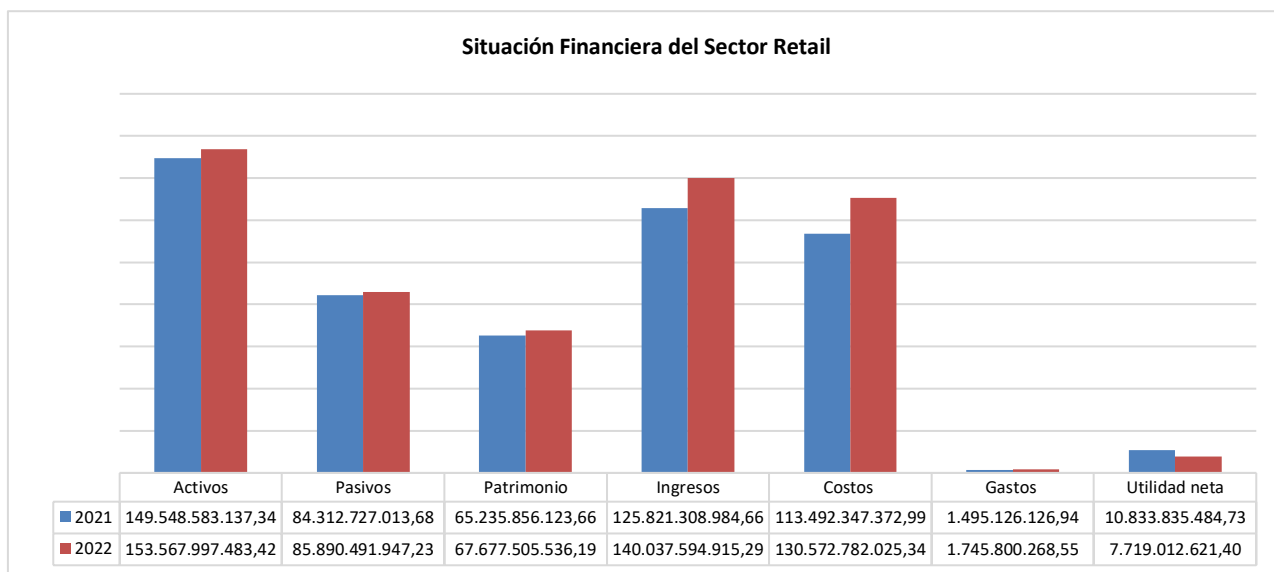
3.1. Análisis de la situación financiera del sector Retail

En este capítulo, se evaluó la situación financiera del sector retail, centrándose en la comprensión integral de los índices financieros. Para obtener una visión precisa y significativa, para lo cual, fue esencial no solo examinar las cifras absolutas, sino también los indicadores que revelan la situación financiera del sector. A través de esta evaluación detallada, se buscó comprender mejor el desempeño financiero y la estabilidad de estas organizaciones en un entorno altamente dinámico y competitivo. Tal como se muestra en la Tabla 2.

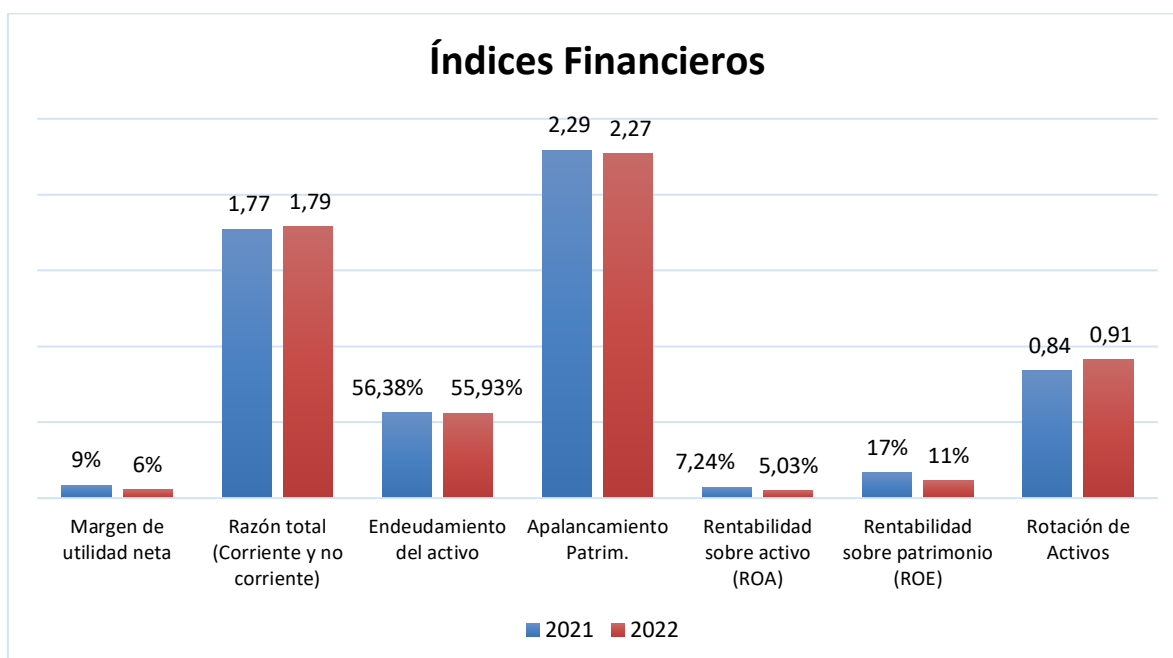
Tabla 2. Análisis financiero del sector retail periodos 2021-2022

Elementos		2021	2022	Variación
Situación financiera del sector retail	Activos	149.548.583.137,34	153.567.997.483,42	2,69%
	Pasivos	84.312.727.013,68	85.890.491.947,23	1,87%
	Patrimonio	65.235.856.123,66	67.677.505.536,19	3,74%
	Ingresos	125.821.308.984,66	140.037.594.915,29	11,30%
	Costos	113.492.347.372,99	130.572.782.025,34	15,05%
	Gastos	1.495.126.126,94	1.745.800.268,55	16,77%
	Utilidad neta	10.833.835.484,73	7.719.012.621,40	-28,75%
Índices financieros	Margen de utilidad neta	9,00%	6,00%	
	Razón total (Corriente y no corriente)	1,77	1,79	
	Apalancamiento Patrim.	2,29	2,27	
	Rentabilidad sobre activo (ROA)	7,24%	5,03%	
	Rentabilidad sobre patrimonio (ROE)	17%	11%	
	Rotación de Activos	0,84	0,91	

Fuente: Elaboración propia

Figura 3. Situación financiera sector retail

Fuente: Elaboración propia

Figura 4. Índices Financieros

Fuente: Elaboración propia

La Tabla 2, mostró un aumento del 2,69%; en los activos de 2022 en comparación con 2021. Esto indica un crecimiento positivo en la inversión en activos, lo que está

relacionado con expansiones, adquisiciones o mejoras en la infraestructura. Los pasivos aumentaron en un 1,87%; en 2022 en comparación con 2021. Esto sugiere un incremento en las obligaciones financieras de la empresa, lo que puede deberse a financiamiento adicional para el crecimiento o a una gestión menos eficiente de las deudas existentes.

Además, el patrimonio creció en un 3,74%; en 2022 en comparación con 2021. Este crecimiento es positivo y muestra que la empresa ha generado ganancias que contribuyen al capital de la empresa. Mientras que los ingresos aumentaron en un impresionante 11,30%; en 2022 en comparación con 2021. Esto indica un buen desempeño en la generación de ingresos, posiblemente debido a estrategias de aperturas en nuevos mercados, aumento de ventas o mejora en la oferta de productos.

En cuanto, a los costos aumentaron en un 15,05%; en 2022 en comparación con 2021. Es importante controlar este aumento para garantizar que no superen a los ingresos, lo que puede afectar la rentabilidad y por otro lado los gastos aumentaron en un 16,77%; en 2022 en comparación con 2021. Este aumento debe ser controlado, un crecimiento excesivo en los gastos puede afectar negativamente la rentabilidad.

Asimismo, la utilidad disminuyó en un 28,75%; en 2022 en comparación con 2021. Esta disminución indica que las empresas tuvieron un desempeño menos favorable en términos de generación de ganancias. Por lo cual, es esencial para las empresas controlar los costos y gastos, optimizar la eficiencia operativa y evaluar las estrategias de ingresos para garantizar un crecimiento sostenible y una rentabilidad adecuada. Además, una gestión prudente de la deuda es fundamental para mantener la estabilidad financiera.

Para el análisis detallado de los índices financieros del sector retail entre los años 2021 y 2022 revela importantes tendencias y transformaciones en la salud económica de las empresas de este sector. Uno de los indicadores críticos, es el margen de utilidad, que ha experimentado un notable descenso del 9,00% al 6,00%. Este declive denota una disminución en la eficiencia para convertir los ingresos en ganancias, lo que puede deberse a un desproporcionado aumento en costos operativos o una posible reducción en los precios de venta. Esta situación exige

una revisión minuciosa de las estrategias de costos y precios para restaurar la rentabilidad.

Por otro lado, el fondo de rotación ha experimentado un incremento significativo, pasando de USD 65.24 millones a USD 67.68 millones. Este crecimiento es indicativo de una mejora sustancial en la disponibilidad de capital para operaciones y expansión. El fortalecimiento del fondo de rotación brinda a la empresa mayor flexibilidad financiera para financiar su ciclo operativo y perseguir oportunidades de crecimiento estratégicas. Este aumento en liquidez es fundamental para mantener un flujo de efectivo saludable y sustentar la actividad empresarial a largo plazo.

La razón total (corriente y no corriente) ha experimentado un ligero incremento de 1,77 a 1,79. Este aumento refleja que la empresa tiene la capacidad para cumplir con sus pagos y mantener una buena estabilidad, liquidez y la confianza de los inversores y acreedores. Sin embargo, debe seguirse supervisando y mejorando para evitar desequilibrios en la estructura financiera.

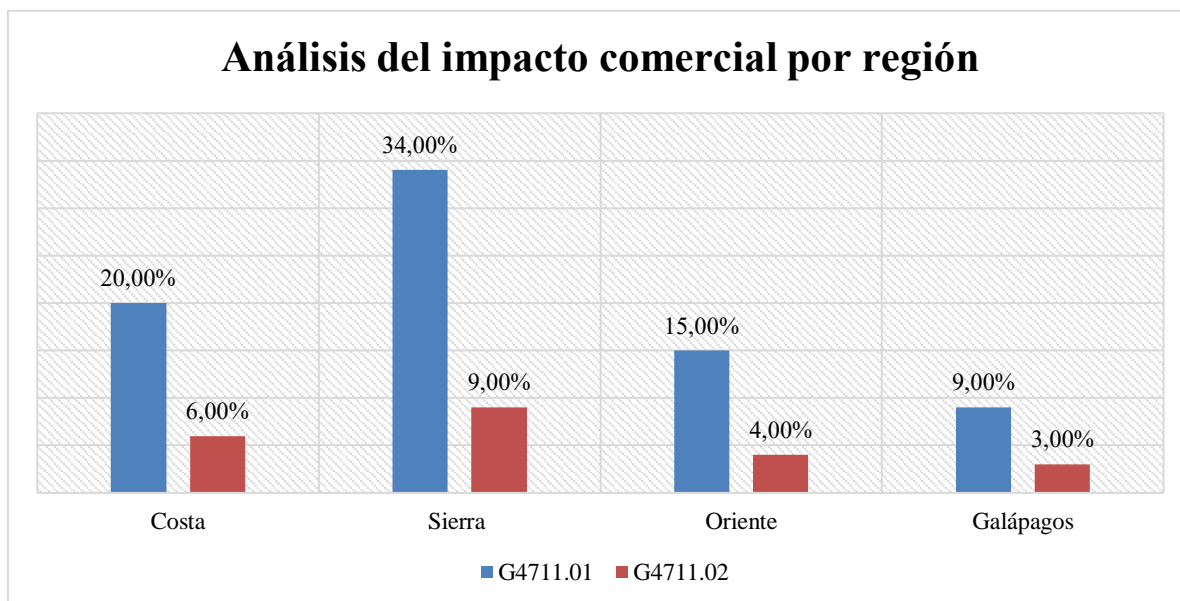
En cuanto al endeudamiento del activo existe una limitada disminución del 56,38% al 55,93%; que indica el grado de independencia de la empresa frente a sus acreedores. Por otro lado, la disminución en la tasa de apalancamiento, de 2,29 a 2,27; indica el grado de apoyo de los recursos internos de las empresas sobre recursos de terceros, lo cual reduce la exposición al riesgo financiero y mejora la flexibilidad operante.

El ROE al disminuirse del 17% al 11%; indicaría que las empresas en el 2021 por cada dólar invertido obtuvieron mayor beneficio que en el 2022 y el ROA del 7,24% y 5,03%; indica que los activos de las empresas del sector retail en el 2021 ayudó más a la generación de utilidades. Este acontecido análisis de la situación del sector retail enlaza la incertidumbre y la presencia de riesgos financieros como: Riesgo de mercado, enmarcado en la fluctuación de la oferta y demanda, riesgos de tasas de interés que hacen referencia a la subida o bajada en momentos inoportunos, por el tema del riesgo país con la inestabilidad política, económica y social detonan decretos ejecutivos que afectan principalmente al crecimiento de las empresas. Finalmente, el riesgo operativo que por falta de controles en los procesos internos no logran anticiparse ante las contingencias, por es importante desarrollar una planificación de estrategias que diversifique los riesgos financieros.

Tabla 3. Análisis del impacto comercial por región

CIU	Impacto comercial	Costa	Sierra	Oriente	Galápagos	Total
G4711.01	Venta minorista de diversos productos en tiendas, destacando artículos como alimentos, bebidas, tabaco y otros productos esenciales, así como una variedad de productos adicionales, como ropa, muebles, electrodomésticos, artículos de ferretería, cosméticos, entre otros.	20,00%	34,00%	15,00%	9,00%	78,00%
G4711.02	Venta minorista de una amplia gama de productos en supermercados, donde prevalecen artículos como alimentos, bebidas, tabaco y otros productos esenciales, además de una variedad de productos adicionales, como prendas de vestir, muebles, electrodomésticos, artículos de ferretería, cosméticos, entre otros.	6,00%	9,00%	4,00%	3,00%	22,00%
Total		26,00%	43,00%	19,00%	12,00%	100,00%

Fuente: Elaboración propia

Figura 5. Análisis del impacto comercial por región

Fuente: Elaboración propia

Este análisis destaca la distribución y relevancia de la actividad minorista en las provincias ecuatorianas, desglosada por los códigos CIIU G4711.01 y G4711.02. En la Costa, la venta minorista en tiendas (CIIU G4711.01) tiene un impacto comercial significativo del 20,00%; subrayando la importancia de la oferta diversificada de productos, incluyendo alimentos y bienes de primera necesidad. En contraste, la venta en supermercados (CIIU G4711.02) muestra una presencia más modesta con un 6,00%.

En la Sierra, la venta al por menor en tiendas (CIIU G4711.01) tiene un impacto comercial impresionante, representando el 34,00%; del total. Este hallazgo sugiere una fuerte preferencia por las tiendas minoristas tradicionales en esta región, especialmente para adquirir alimentos y diversos productos esenciales. La venta en supermercados (CIIU G4711.02) sigue siendo relevante, pero con una menor influencia, representando un 9,00%.

En la región Oriente, la venta minorista en tiendas (CIIU G4711.01) muestra un impacto comercial intermedio del 15,00%; indicando una importancia moderada de este tipo de comercio. La venta en supermercados (CIIU G4711.02) representa un 4,00%; revelando una presencia menos destacada en comparación con otras regiones.

Por último, en las Islas Galápagos, se observa un impacto comercial más bajo en ambos tipos de venta minorista. La venta en tiendas (CIIU G4711.01) contribuye con un 9,00%; mientras que la venta en supermercados (CIIU G4711.02) es del 3,00%. Esto puede atribuirse a la naturaleza única y al tamaño limitado de la población en esta región insular.

3.2. Análisis de la empresa objeto de estudio

Análisis comparativo de la situación financiera 2021-2022

El análisis financiero llevado a cabo en Ahies Supermercado S.A., proporciona una perspectiva esencial sobre la salud y el rendimiento económico de la empresa durante los años 2021 y 2022. Este análisis se centra en una variedad de indicadores clave, que permitirán evaluar de manera más específica y profunda la información financiera del sector retail.

Estos índices ofrecen una visión profunda de la capacidad de la empresa para generar ganancias, gestionar sus pagos financieros y utilizar eficientemente sus activos para impulsar los ingresos. Analizar estos aspectos es crucial para tomar decisiones informadas y estratégicas que contribuyan al crecimiento y éxito continuo de Ahies Supermercado S.A., en el dinámico y competitivo sector del retail.

Tabla 4. Análisis del Estado de Situación Financiera 2021-2022

Activos	Diciembre 2021		Diciembre 2022		TCA	DIFER. USD
Efectivo/equivalente de efectivo	415.796	31,55%	480.156	27,52%	15,48%	64.360
Activos financieros	16.427	1,25%	20.479	1,17%	24,67%	4.052
Clientes locales por cobrar	15.386	1,17%	16.110	0,92%	4,71%	725
Anticipos a Proveedores	1.041	0,08%	4.368	0,25%	319,74%	3.328
Inventarios	408.113	30,96%	422.751	24,23%	3,59%	14.638
Mercadería que grava Iva	262.849	19,94%	270.127	15,48%	2,77%	7.278
Mercadería que no grava Iva	145.264	11,02%	152.625	8,75%	5,07%	7.361
Otros activos corrientes	50.688	3,85%	36.663	2,10%	-27,67%	-14.025
Prima de seguros pag. anticipado	2.607	0,20%	2.810	0,16%	7,81%	203
Crédito tributario	48.081	3,65%	33.853	1,94%	-29,59%	-14.229
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	891.023	67,60%	960.049	55,03%	7,75%	69.026
Propiedad, Planta y Equipos						
Edificios	370.000	28,07%	370.000	21,21%	0,00%	0
Terrenos	0	0,00%	322.500	18,49%	0,00%	322.500
Construcciones en curso	0	0,00%	15.555	0,89%	0,00%	15.555
Muebles y enseres	7.264	0,55%	8.938	0,51%	23,04%	1.674
Maquinaria y equipos	6.000	0,46%	55.107	3,16%	818,46%	49.107
Equipo de computo	14.783	1,12%	14.783	0,85%	0,00%	0
Vehículos	48.000	3,64%	48.000	2,75%	0,00%	0
(-) Depreciación acumulada	-18.989	-1,44%	-50.430	-2,89%	165,57%	-31.441
Propiedad, Planta y Equipos Netos	427.058	32,40%	784.453	44,97%	83,69%	357.395
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	427.058	32,40%	784.453	44,97%	83,69%	357.395
TOTAL ACTIVO	1.318.082	100,00%	1.744.503	100,00%	32,35%	426.421
PASIVOS						
Cuentas por Pagar						
Proveedores por pagar	735.050	55,77%	774.177	44,38%	5,32%	39.127
Imp. Admi. tributaria por pagar	28.474	2,16%	39.979	2,29%	40,41%	11.506
Impuesto IR por Pagar	29.155	2,21%	53.775	3,08%	84,44%	24.619
Pasivos corrientes por beneficios a empleados	20.948	1,59%	22.912	1,31%	9,38%	1.964
Préstamos accionistas	379.540	28,79%	536.540	30,76%	41,37%	157.000
Participación trabajadores	22.921	1,74%	41.118	2,36%	79,39%	18.197
TOTAL PASIVO CORRIENTE	1.216.087	92,26%	1.468.501	84,18%	20,76%	252.414
TOTAL PASIVO	1.216.087	92,26%	1.468.501	84,18%	20,76%	252.414
Capital social	5.000	0,38%	5.000	0,29%	0,00%	0
Reserva legal	0	0,00%	9.684	0,56%	-	9.684
Resultados acumulados	141	0,01%	87.309	5,00%	61406,94%	87.168
Resultados del ejercicio actual	96.853	7,35%	174.008	9,97%	79,66%	77.156
TOTAL PATRIMONIO	101.994	7,74%	276.001	15,82%	170,60%	174.007
TOTAL PASIVO/PATRIMONIO	1.318.082	100,00%	1.744.503	100,00%	32,35%	426.421

Fuente: Elaboración propia en base información Ahies supermercado S.A.

La Tabla 4, ofrece una visión detallada de la estructura financiera y los cambios en la situación de Ahies Supermercado S.A., durante los años 2021 y 2022. Comenzando con los activos, se observa un aumento significativo en el total de activos, con un incremento del 32,35%; principalmente impulsado por el crecimiento de los activos corrientes en un 7,75%; y de los activos no corrientes en un sorprendente 83,69%. Esto sugiere una expansión considerable de la empresa, respaldada por un incremento en caja/bancos y propiedades, planta y equipos. Sin embargo, ciertos activos como otros activos corrientes han disminuido en un 27,67%; lo que requiere un análisis más profundo para entender la razón de esta disminución.

En el ámbito de pasivos, se observa un aumento del 20,76%; principalmente impulsado por los pasivos corrientes. Los proveedores, y demás obligaciones por pagar relacionadas han experimentado aumentos notables. Este aumento podría estar relacionado con una mayor actividad comercial y compras.

En términos de patrimonio, el capital social se mantiene estable pero la reserva legal brota cambios a partir del año 2022 con la nueva de personería jurídica del 2021. Sin embargo, los resultados acumulados y los resultados del ejercicio han mostrado un crecimiento sustancial, lo que contribuye al aumento del patrimonio en un impresionante 170,60%. Esto indica un buen desempeño y generación de beneficios financieros en el período analizado.

Análisis de las ventas mensuales y por categorías de productos

El análisis de la tabla que muestra la contribución marginal y la composición de las ventas para el año 2022 ofrece una visión detallada de la estructura de costos y la distribución de las ventas para diferentes categorías de productos. Por consiguiente, se plasma la siguiente tabla:

Tabla 5. Contribución marginal y composición de las ventas 2022

Meses	Ventas Netas	Costo Ventas	Margen Vtas	%	Composic.
Enero	379.279,78	327.312,37	51.967,41	13,70%	6,14%
Febrero	441.509,79	387.665,50	53.844,29	12,20%	7,14%
Marzo	485.030,02	425.313,50	59.716,52	12,31%	7,85%
Abril	525.257,58	456.345,18	68.912,40	13,12%	8,50%
Mayo	546.049,29	467.306,98	78.742,31	14,42%	8,83%
Junio	435.519,53	375.852,16	59.667,37	13,70%	7,05%
Julio	585.252,15	512.756,85	72.495,30	12,39%	9,47%
Agosto	537.421,79	472.032,45	65.389,34	12,17%	8,69%
Septiembre	487.103,89	453.976,99	33.126,90	6,80%	7,88%
Octubre	483.137,41	425.325,40	57.812,01	11,97%	7,82%
Noviembre	446.254,87	376.752,19	69.502,68	15,57%	7,22%
Diciembre	829.678,33	731.586,61	98.091,72	11,82%	13,42%
Totales	6.181.494,43	5.412.226,18	769.268,25	12,44%	100,00%

Fuente: Elaboración propia

La Tabla 5, presenta un análisis detallado de las ventas, costos de ventas y márgenes a lo largo de los meses. En enero, las ventas netas fueron de USD 379.279,78; con costos de ventas de USD 327.312,37; generando un margen de ventas de USD 51.967,41. Esto representó un 13,70%; de margen y una composición del 6,14%.

Marzo experimentó un aumento adicional en las ventas netas a USD 485.030,02; con un margen de ventas de USD 59.716,52. Aunque el porcentaje de margen disminuyó ligeramente al 12,31%; la composición aumentó a 7,85%. Los meses de mayo y julio evidencia evolución de ingresos, pero el mes de diciembre fue destacado con ventas netas significativas de USD 829.678,33; un alto margen de ventas de USD 98.091,72 y un porcentaje de margen del 11,82%. La composición alcanzó su punto máximo en diciembre, representando un 13,42%; de las ventas.

En términos de variabilidad mensual, noviembre presentó el mayor porcentaje de margen de ventas, alcanzando el 15,57%; mientras que septiembre tuvo el margen más bajo del 6,80%. Esta variabilidad podría sugerir la necesidad de estrategias específicas para mejorar la rentabilidad en los meses menos favorables. A lo largo del año, las ventas netas totalizaron USD 6.181.494,43; con costos de ventas de USD 5.412.226,18; generando un margen total de USD 769.268,25. Esto resultó en un porcentaje total de margen del 12,44%; y una composición total del 100,00%.

Tabla 6. Contribución marginal por producto 2022

Producto	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Productos Perecederos	17,67%	17,37%	15,80%	17,89%	15,45%	16,89%	15,79%	16,52%	15,89%	15,98%	17,36%	17,96%
Productos de Alimentación	12,74%	14,12%	13,61%	13,68%	14,44%	14,93%	14,69%	14,45%	14,76%	14,77%	14,66%	14,01%
Bebidas	13,12%	15,93%	11,91%	18,40%	15,32%	12,89%	13,50%	13,89%	13,68%	13,98%	12,93%	14,02%
Productos de Higiene y Cuidado Personal	12,81%	9,84%	11,48%	14,19%	10,52%	10,92%	10,42%	11,99%	11,69%	11,97%	11,46%	11,09%
Artículos para el Hogar	10,61%	11,26%	13,61%	8,12%	11,41%	12,33%	11,99%	10,65%	11,88%	11,98%	10,60%	10,10%
Productos para Bebés e Infantiles	9,86%	10,77%	10,61%	9,40%	12,32%	11,49%	11,79%	10,75%	9,98%	10,65%	10,89%	11,75%
Artículos de Limpieza y Mantenimiento	10,76%	9,81%	10,25%	9,20%	10,03%	10,67%	10,39%	10,74%	10,93%	9,84%	11,69%	11,05%
Productos de Belleza y Cuidado Personal	12,43%	10,90%	12,73%	9,12%	10,51%	9,88%	11,43%	11,01%	11,19%	10,83%	10,41%	10,02%
Mayor	17,67%	17,37%	15,80%	18,40%	15,45%	16,89%	15,79%	16,52%	15,89%	15,98%	17,36%	17,96%

Fuente: Elaboración propia

La Tabla 6 proporciona una visión detallada de los porcentajes de ventas mensuales para distintos tipos de productos a lo largo de un año. En la categoría de "Productos Perecederos", diciembre destaca como el mes con el porcentaje más alto, registrando un 17,96%; en ventas. Además, enero y abril también muestran cifras notables, contribuyendo al rendimiento anual. En cuanto a los "Productos de Alimentación", octubre lidera con un 14,77%; de ventas, seguido de cerca por los meses de julio, septiembre y noviembre. Por otro lado, las "Bebidas" alcanzan su punto máximo en abril, con un destacado 18,40%; seguida por febrero y diciembre esto debido a las festividades.

Los "Productos de Higiene y Cuidado Personal" alcanzan su punto máximo en abril, con un 14,19%; de ventas, y mantienen cifras significativas en enero y agosto. En la categoría de "Artículos para el Hogar", tanto marzo como junio presentan porcentajes destacados, del 13,61% y 11,99%; respectivamente. Mayo se destaca para los "Productos para Bebés e Infantiles" con un 12,32%; de ventas, mientras que diciembre y julio también muestran cifras notables. Para los "Artículos de Limpieza y Mantenimiento", noviembre encabeza la lista con un 11,69%; seguido de cerca por diciembre.

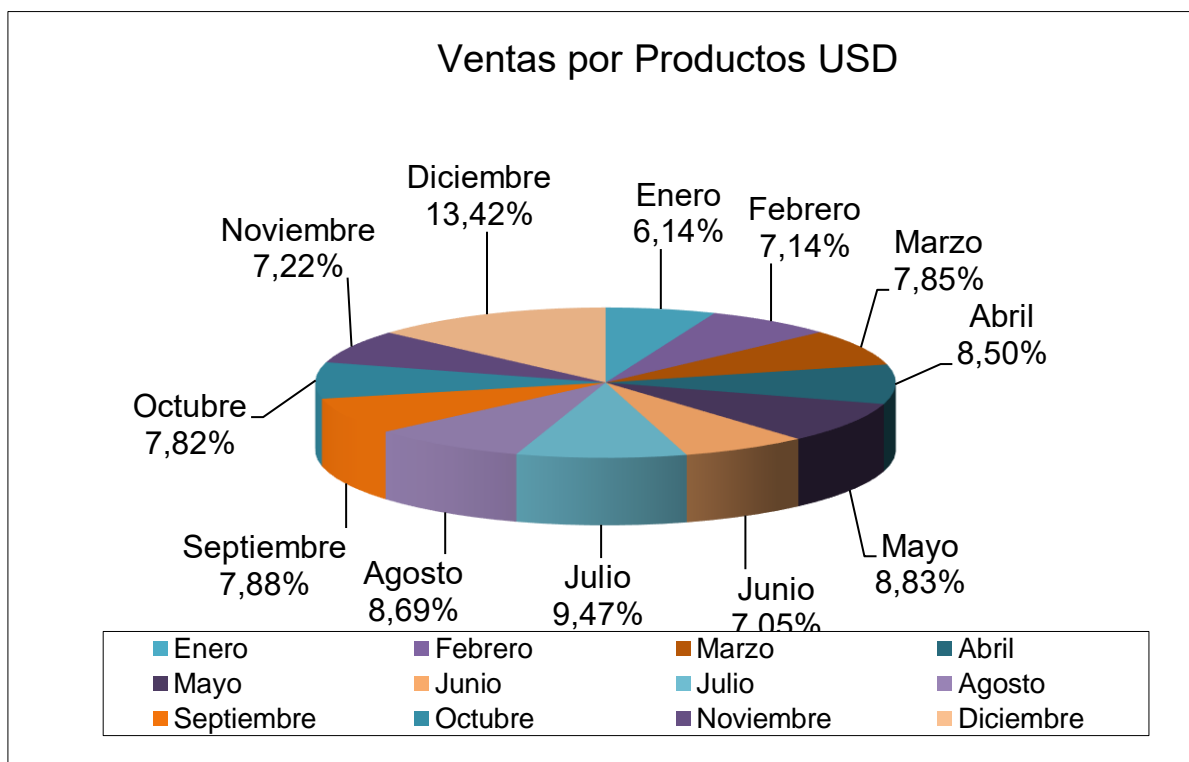
En el caso de los "Productos de Belleza y Cuidado Personal", marzo lidera con un 12,73%; de ventas, y se observan rendimientos notables en enero, julio y

septiembre. En resumen, abril se destaca como el mes con las ventas más altas en general, con un 18,40%; y otros meses como enero, marzo, mayo, julio, agosto, octubre, noviembre y diciembre también presentan cifras significativas.

Tabla 7. Composición mensual de las ventas 2022

Producto	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Productos Perecederos	67.018,74	76.690,25	76.634,74	93.968,58	84.364,62	73.559,25	92.411,31	88.782,08	77.400,81	77.205,36	77.469,85	149.010,23	1.034.515,81
Productos de Alimentación	48.320,24	62.341,18	66.012,59	71.855,24	78.849,52	65.023,07	85.973,54	77.657,45	71.896,53	71.359,40	65.420,96	116.237,93	880.947,65
Bebidas	49.761,51	70.332,51	57.767,08	96.647,39	83.654,75	56.138,47	79.009,04	74.647,89	66.635,81	67.542,61	57.700,75	116.320,90	876.158,71
Productos de Higiene y Cuidado Personal	48.585,74	43.444,56	55.681,45	74.534,05	57.444,39	47.558,73	60.983,27	64.436,87	56.942,44	57.831,55	51.140,81	92.011,33	710.595,19
Artículos para el Hogar	40.241,58	49.714,00	66.012,59	42.650,92	62.304,22	53.699,56	70.171,73	57.235,42	57.867,94	57.879,86	47.303,02	83.797,51	688.878,36
Productos para Bebés e Infantiles	37.396,99	47.550,60	51.461,69	49.374,21	67.273,27	50.041,19	69.001,23	57.772,84	48.612,97	51.454,13	48.597,16	97.487,20	676.023,49
Artículos de Limpieza y Mantenimiento	40.810,50	43.312,11	49.715,58	48.323,70	54.768,74	46.469,93	60.807,70	57.719,10	53.240,46	47.540,72	52.167,19	91.679,46	646.555,19
Productos de Belleza y Cuidado Personal	47.144,48	48.124,57	61.744,32	47.903,49	57.389,78	43.029,33	66.894,32	59.170,14	54.506,93	52.323,78	46.455,13	83.133,77	667.820,03
Totales	379.279,78	441.509,79	485.030,02	525.257,58	546.049,29	435.519,53	585.252,15	537.421,79	487.103,89	483.137,41	446.254,87	829.678,33	6.181.494,43

Fuente: Elaboración propia

Figura 6. Composición mensual de las ventas 2022

Fuente: Elaboración propia

La Tabla 7, expone el análisis detallado de las ventas mensuales revela patrones distintivos en cada categoría de productos, ofreciendo la oportunidad de diseñar estrategias específicas para mejorar las bajas y mantener los picos en las ventas. Para los "Productos Perecederos", se sugiere implementar sistemas de gestión de inventario más eficientes para reducir pérdidas potenciales y, para mantener los picos, se podría aprovechar la alta demanda en noviembre mediante promociones festivas.

En cuanto a los "Productos de Alimentación", se propone diversificar las estrategias de marketing a lo largo del año para mantener un interés constante y reforzar las campañas promocionales en febrero, capitalizando eventos como San Valentín. Para las "Bebidas", se recomienda analizar las tendencias de consumo estacional y ajustar los niveles de inventario en consecuencia para mejorar las bajas, mientras que para mantener los picos se sugiere planificar lanzamientos de nuevos productos o promociones especiales durante abril.

Los "Productos de Higiene y Cuidado Personal" podrían beneficiarse de programas de fidelización y descuentos para mantener la demanda constante y, para los picos,

se podrían implementar promociones estacionales y campañas específicas durante abril. En el caso de los "Artículos para el Hogar", estrategias como mejorar la visibilidad de los productos mediante visual *merchandising* y campañas publicitarias podrían contrarrestar las bajas, mientras que reforzar las promociones de primavera en mayo sería clave para mantener los picos.

Para los "Productos para Bebés e Infantiles", ofrecer descuentos y promociones en los meses con menor participación podría mejorar las bajas, mientras que planificar lanzamientos de productos y promociones en noviembre sería crucial para capitalizar la temporada de festividades. Los "Artículos de Limpieza y Mantenimiento" podrían beneficiarse de paquetes promocionales y descuentos para incentivar las compras en meses con menor participación, mientras que reforzar campañas de limpieza de fin de año en diciembre sería estratégico para mantener los picos.

Finalmente, para los "Productos de Belleza y Cuidado Personal", se sugiere introducir programas de lealtad y promociones exclusivas en los meses con menor participación, y aprovechar las tendencias de cuidado personal en marzo mediante campañas de lanzamiento y promociones específicas. En resumen, la implementación de estrategias adaptadas a las características específicas de cada categoría y la comprensión de las tendencias estacionales pueden contribuir significativamente a suavizar las bajas y maximizar los picos en las ventas a lo largo del año.

Análisis de los resultados financieros 2022

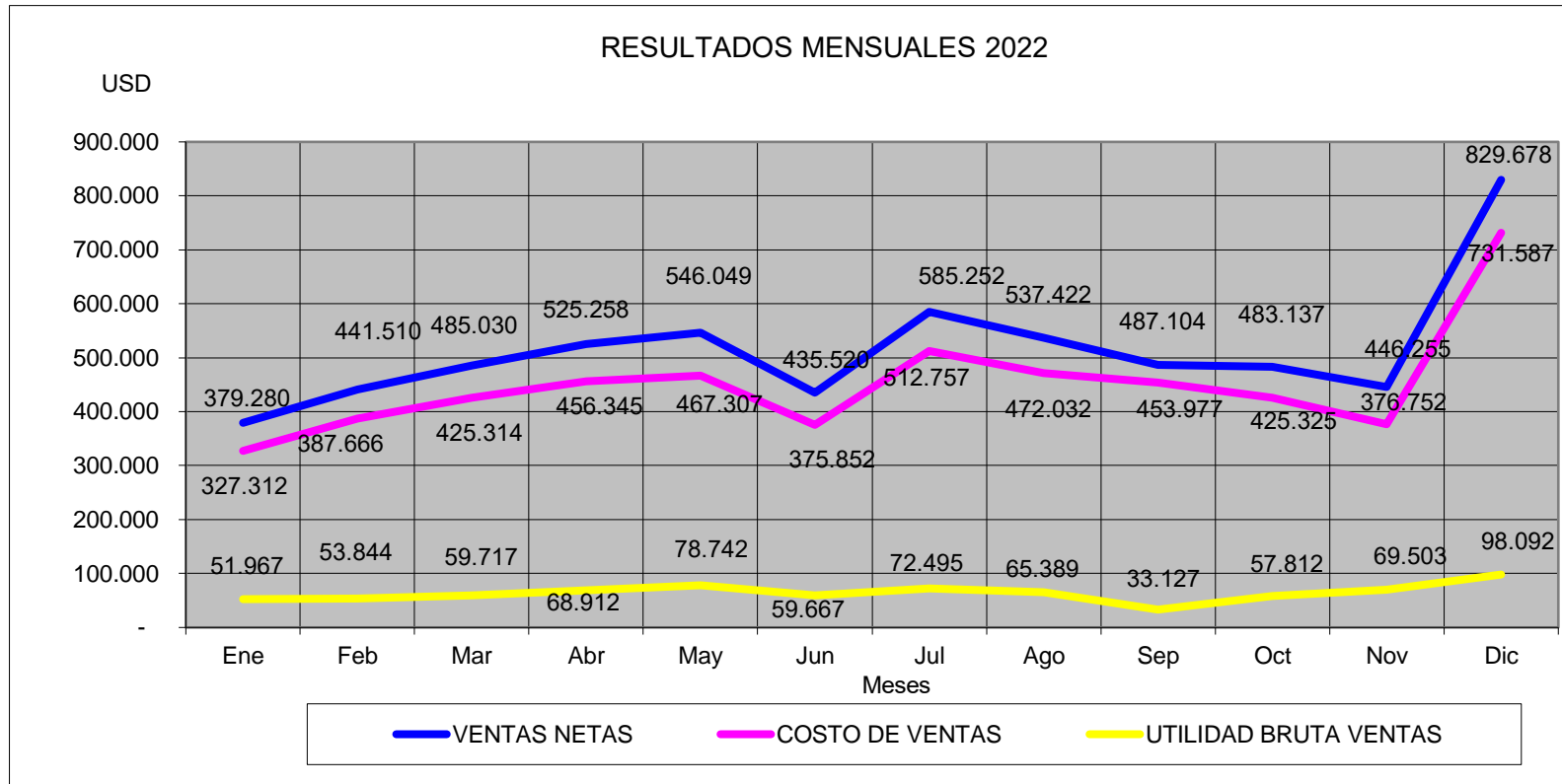
La empresa experimentó un crecimiento constante en las ventas netas a lo largo del año 2022, lo que se reflejó en un aumento en la utilidad bruta de ventas. Sin embargo, también enfrentó un crecimiento proporcional en los costos de ventas y gastos por centros de costos. La utilidad antes de impuestos y participaciones muestra fluctuaciones mensuales, indicando que la rentabilidad de la empresa se vio afectada por varios factores a lo largo del año.

Tabla 8. Análisis de los resultados mensuales 2022

Cuentas	Ene/22	Feb/22	Mar/22	Abr/22	May/22	Jun/22	Jul/22	Ago/22	Sep/22	Oct/22	Nov/22	Dic/22	total
ESTADO DE RESULTADOS	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	
Ventas	379.280	441.510	485.030	525.258	546.049	435.520	585.252	537.422	487.104	483.137	446.255	829.678	6.181.494
Costo de ventas	327.312	387.666	425.314	456.345	467.307	375.852	512.757	472.032	453.977	425.325	376.752	731.586	5.412.226
UTILIDAD BRUTA VENTAS	51.967	53.844	59.717	68.912	78.742	59.667	72.495	65.389	33.127	57.812	69.503	98.092	769.268
GASTOS	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	
Gastos de ventas	17.279	15.371	26.943	21.769	18.339	17.760	26.378	17.186	15.869	30.355	26.217	26.747	260.213
Gastos administrativos	18.703	17.724	24.194	17.656	18.538	17.158	18.926	17.679	17.183	19.488	25.486	13.847	226.580
Gastos financieros	436	177	400	396	311	400	346	540	410	303	348	364	4.433
Otros gastos	27	252	264	-	185	65	-	88	5	30	-	36	951
Gastos no deducibles	194	126	103	132	167	174	273	340	312	355	229	566	2.972
Total gastos	36.638	33.650	51.903	39.953	37.540	35.557	45.922	35.834	33.779	50.532	52.280	41.560	495.148
UTILIDAD ANTES IMPTOS. PART.UTIL.	15.329	20.195	7.813	28.960	41.202	24.111	26.573	29.555	(652)	7.280	17.223	56.531	274.120

Fuente: Elaboración propia a partir de la información de Ahies Supermercado S.A.

Figura 7. Análisis de los resultados mensuales 2022

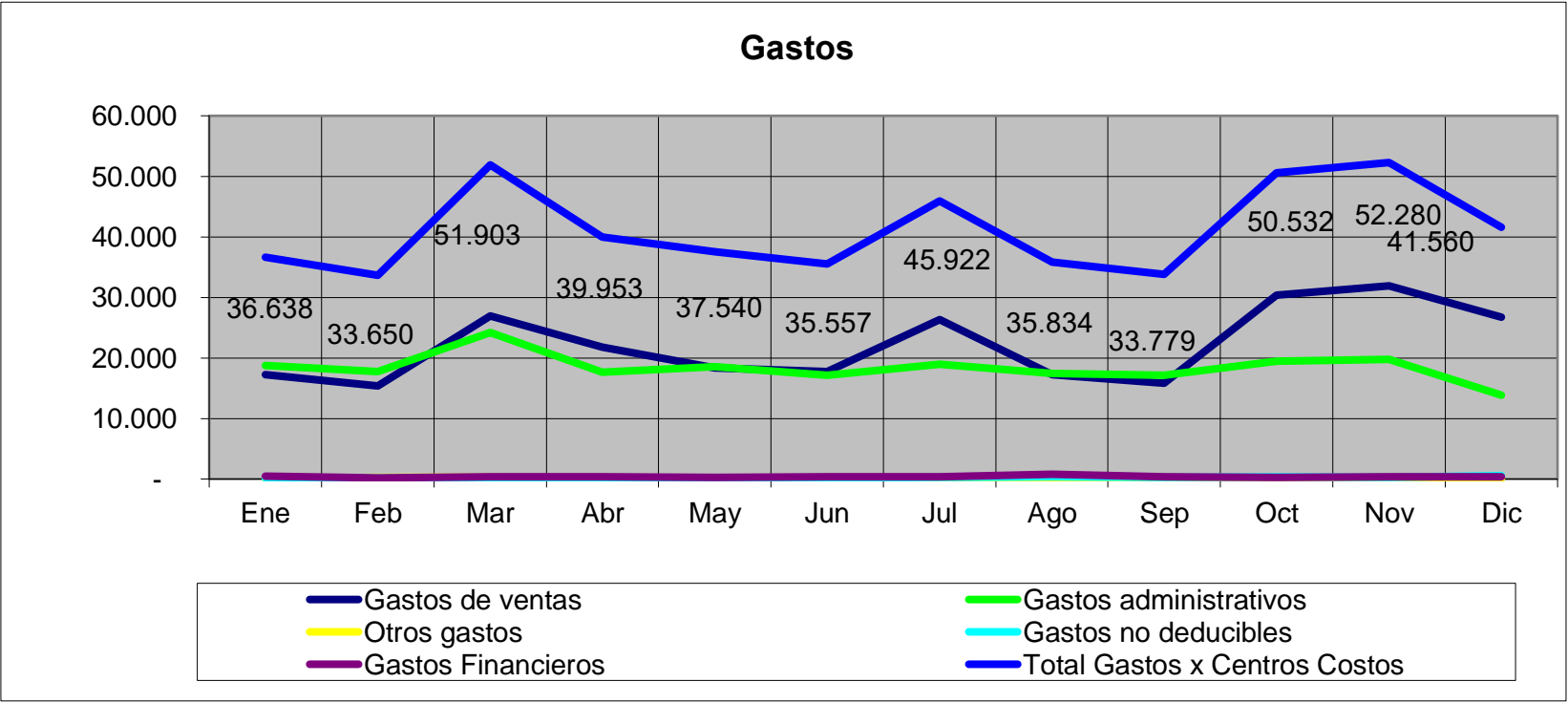


Fuente: Elaboración propia

La Tabla 8, muestra que las ventas netas revelan un aumento constante de enero a diciembre, con una cifra total anual de USD 6.181.494. Esto indica un crecimiento en la actividad comercial a lo largo del año. El costo de ventas también aumenta de manera constante, reflejando el crecimiento en las operaciones comerciales. El total anual de costos de ventas es de USD 5.412.226. La

utilidad bruta de ventas muestra fluctuaciones mensuales, pero en general, se mantiene positiva en todos los meses. La utilidad bruta total anual es de USD 769.268. Estos ingresos o egresos diversos muestran fluctuaciones mensuales. En algunos meses, hay ingresos adicionales, mientras que en otros hay egresos. En cuanto a la utilidad antes de impuestos y participaciones varía mensualmente, mostrando una tendencia generalmente positiva. La utilidad anual antes de impuestos y participaciones es de USD 274.120.

Figura 8. Gastos por centros de costos



Fuente: Elaboración propia

Los Gastos de Ventas relacionados con las operaciones del giro del negocio, van mostrando fluctuaciones mensuales y alcanzando un pico notable en noviembre con USD 30.355 y en conjunto anual alcanza USD 260.213. Por otro lado, los Gastos Administrativos, relacionados con la gestión general de la empresa, también varían mensualmente y acumulan un total anual de USD 226.580. Los Gastos Financieros reflejan los gastos asociados con los servicios de entidades bancarias, fluctuando mensualmente y totalizando USD 4.433 anualmente.

Además, están los Otros Gastos y los Gastos no Deducibles que, aunque no detallados específicamente, también contribuyen a la estructura de gastos y muestran variaciones mensuales, sumando un total anual de USD 951 y USD 2.972; respectivamente. En conjunto, estos elementos conforman el total de gastos alcanzando USD 495.148 en el año. Es crucial monitorear y administrar estos gastos para garantizar una gestión financiera efectiva y sostenible de la organización.

Análisis comparativo de los resultados

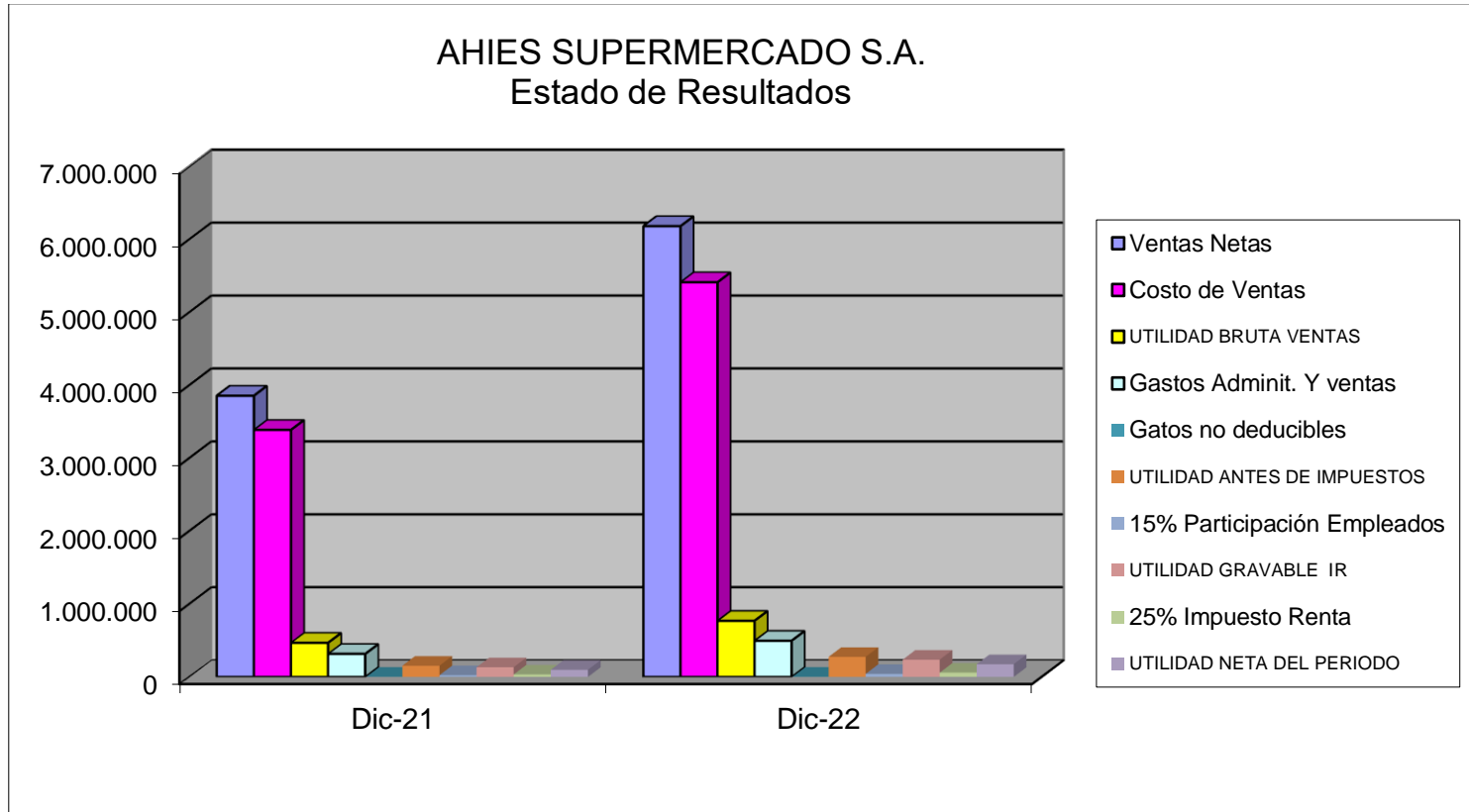
El siguiente análisis muestra que, aunque la empresa ha experimentado un crecimiento significativo en las ventas y las utilidades, también es importante prestar atención al aumento en los gastos financieros y considerar las implicaciones fiscales en la rentabilidad neta.

Tabla 9. Análisis comparativo de los resultados 2021-2022

	Diciembre 2021		Diciembre 2022		TCA	DIFER.	Presupuesto 2022		% Cump.
Ventas Netas	3.855.960	100,00%	6.181.494	100,00%	60,31%	2.325.535	6.181.494	100,00%	100,00%
Costo de Ventas	3.387.653	87,85%	5.412.226	87,56%	59,76%	2.024.574	5.412.226	87,56%	100,00%
UTILIDAD BRUTA VENTAS	468.307	12,15%	769.268	12,44%	64,27%	300.961	769.268	12,44%	100,00%
Gastos Administ. y ventas	315.504	8,18%	495.148	8,01%	56,94%	179.644	495.148	8,01%	100,00%
Gastos de ventas	158.563	4,11%	260.213	4,21%	64,11%	101.650	260.213	4,21%	100,00%
Gastos Administrativos	150.220	3,90%	226.580	3,67%	50,83%	76.359	226.580	3,67%	100,00%
Gastos Financieros	2.001	0,05%	4.433	0,07%	121,56%	2.432	4.433	0,07%	100,00%
Gatos no deducibles	2.242	0,06%	2.972	0,05%	32,56%	730	2.972	0,05%	100,00%
Otros gastos	2.477	0,06%	951	0,02%	-61,63%	-1.527	980	0,02%	100,00%
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PART. UTLD.	152.804	3,96%	274.120	4,43%	79,39%	121.316	274.120	4,43%	100,00%
15% Participación Empleados	22.921	0,59%	41.118	0,67%	79,39%	18.197	41.118	0,67%	100,00%
(+) Gastos no deducibles	2.242	0,06%	2.972	0,05%	32,56%	730	2.972	0,05%	100,00%
UTILIDAD GRAVABLE IR	132.125	3,43%	235.974	3,82%	78,60%	103.849	235.974	3,82%	100,00%
25% Impuesto a la Renta	33.031	0,86%	58.994	0,95%	78,60%	25.962	58.994	0,95%	100,00%
(-) Gastos no deducibles	2.242	0,06%	2.972	0,05%	32,57%	730	2.972	0,05%	100,00%
UTILIDAD NETA DEL PERIODO	96.853	2,51%	174.008	2,81%	79,66%	77.157	174.008	2,81%	100,00%

Fuente: Elaboración propia a partir de la información de Ahies Supermercado S.A.

Figura 9. Análisis comparativo de los resultados 2021-2022



Fuente: Elaboración propia

La Tabla 9, muestra que las ventas netas aumentaron significativamente de USD 3.855.960 a USD 6.181.494; lo que representa un incremento del 60,31%. Este aumento en las ventas está relacionado con un aumento del 59,76%; en el costo de ventas, manteniendo un margen similar. La utilidad bruta también mostró un aumento significativo del 64,27%; Los gastos administrativos y de ventas también aumentaron en proporción del 56,94%, indicando que el acrecimiento de mayor volumen es en el gasto de ventas que va acorde al giro de la actividad comercial.

En cuanto a la utilidad del ejercicio antes de impuestos creció un 79,39%; es decir, existe una mejora operativa de la empresa. Sin embargo, los gastos financieros también aumentaron considerablemente 121,56%; lo que puede requerir una atención adicional en la administración financiera. La utilidad neta experimentó un aumento del 79,66%; mostrando una rentabilidad mejorada en comparación con el año anterior.

Aplicación de indicadores

La evaluación indica que la empresa ha experimentado una reducción en su rentabilidad y liquidez, aunque ha logrado mejorar la eficiencia en la administración de sus activos e inventarios. Además, se ha reducido el nivel de endeudamiento y el apalancamiento, lo que puede ser una estrategia para mejorar la estabilidad financiera a largo plazo.

Tabla 10. Razones Financieras

Razones Financieras	Dic-21	Dic-22	TCA
Rentabilidad			
Del Patrimonio	94,96%	63,05%	-33,61%
Del Activo	7,35%	9,97%	35,75%
De Ventas (Margen Neto)	2,51%	2,81%	12,07%
Actividad			
Rotación De Activos	2,93%	3,54%	21,12%
Rotación De Inventarios	9,45%	14,62%	54,76%
Periodo De Cobro	1,53%	1,19%	-22,23%
Estructura			
Endeudamiento	0,92%	0,84%	-8,76%
Apalancamiento Patrimonio	12,92%	6,32%	-51,09%
Apalancamiento Pasivo	11,92%	5,32%	-55,38%
Liquidez			
Razón Corriente	0,73%	0,65%	-10,77%
Prueba Rápida	0,40%	0,37%	-7,86%

Fuente: Elaboración propia

La Tabla 10, plasma en términos de rentabilidad, se ha registrado una disminución notoria en varios indicadores. La rentabilidad del patrimonio ha decrecido de manera significativa en un 33,61%; señalando un menor rendimiento en relación con la inversión de los accionistas. Esto sugiere que la empresa está generando menos beneficios en relación con su inversión de capital propio. Esto podría indicar un riesgo en la disminución en la eficiencia operativa o un aumento en los costos que afectan negativamente los márgenes de beneficio. Para prevenir esto, la empresa podría enfocarse en mejorar la eficiencia operativa, reducir costos innecesarios y aumentar los precios de venta si es posible.

Asimismo, la rentabilidad del activo también experimentó un crecimiento del 35,75%; indicando que la empresa está generando ganancias en relación con su base de activos. El margen neto de ventas ha incrementado en 12,07%; lo que

sugiere una disminución en la eficiencia para obtener ganancias a partir de las ventas, un aspecto crítico para la rentabilidad.

En lo que respecta a la actividad, se observan cambios significativos que apuntan hacia una gestión de recursos más eficaz. La rotación de activos ha aumentado en un 21,12%; lo que indica que la empresa hace uso de sus activos para mejorar sus resultados. De manera destacada, la rotación de inventarios ha experimentado un incremento significativo de un 54,76%; señalando una mejora en la gestión y venta de inventarios. Sin embargo, el período de cobro ha disminuido en un 22,23%; lo que podría ser un riesgo financiero y requerir una atención especial, sugiere deficiencias en el proceso de cobranzas, lo que puede impactar negativamente en la liquidez.

En términos de estructura financiera, se observan reducciones en el endeudamiento y el apalancamiento. El nivel de endeudamiento ha disminuido en un 8,76%; lo que indica una menor dependencia de la deuda. Sin embargo, tanto el apalancamiento sobre el patrimonio como sobre el pasivo han decrecido en un 51,09% y 55,38%; respectivamente. Estos cambios sugieren una estrategia hacia una estructura financiera más estable y sostenible. El riesgo identificado en este caso es la disminución significativa tanto del apalancamiento sobre el patrimonio como sobre el pasivo, lo que sugiere una menor capacidad de la empresa para aprovechar el financiamiento mediante la deuda.

Finalmente, en cuanto a la liquidez, se observan disminuciones en dos indicadores clave. La razón corriente ha disminuido en un 10,77%; indicando una baja en los niveles de pago con base en los activos circulantes. Si los activos circulantes no son suficientes para cubrir los pasivos circulantes, la empresa podría enfrentar problemas de flujo de efectivo y riesgos de insolvencia. Además, la prueba rápida ha disminuido en un 7,86%; sugiere que la empresa ha reducido su capacidad para cumplir con sus obligaciones financieras inmediatas utilizando solo sus activos líquidos más rápidamente convertibles en efectivo. Esto podría indicar una mayor presión en el flujo de efectivo y dificultades para pagar las deudas a corto plazo.

Análisis de la estructura del estado de resultados

Tabla 11. Estructura del Estado de Resultados

Estructura Estado Resultados		
	Dic-21	Dic-22
Costo ventas	87,85%	87,56%
Gastos ventas	4,11%	4,21%
Gastos administrativos	3,90%	3,67%
Gastos financieros	0,05%	0,07%
Gastos varios	0,06%	0,02%
Utilidad neta	2,51%	2,81%

Fuente: Elaboración propia

La Tabla 11, muestra que Ahies Supermercado S.A., presenta una disminución del costo de ventas del 87,85% al 87,56%; señala una eficiente administración de los costos relacionados con la gestión de compra y negociaciones de productos para la venta. Por otro lado, la ligera disminución de los gastos administrativos, pasando del 3,90% al 3,67%; pero por otro lado está indicando un crecimiento en los gastos de ventas del 4,11% al 4,21%, dado que es la prioridad en el sector comercial.

Asimismo, el ligero aumento en los gastos financieros del 0,05% al 0,07%; puede estar asociado con una mayor utilización de herramientas y servicios del sistema financiero para respaldar las operaciones transaccionales bancarias. Es vital administrar estos gastos de manera cuidadosa para evitar que impacten negativamente en la rentabilidad de la empresa.

El decremento en los gastos varios del 0,06% al 0,02%; indica que los gastos no clasificados en categorías principales. Este aspecto necesita un análisis detallado para identificar y abordar posibles áreas de ineficiencia o gastos inesperados. Por último, el incremento de la utilidad neta del 2,51% al 2,81%; pone de manifiesto un aumento en la ganancia neta en relación con las ventas netas. Este beneficio puede estar influenciada por el control de los gastos administrativos, ventas y otros.

Por otro lado, con relación a los tipos de riesgos que afectaría a las finanzas de la empresa es que, primeramente, la ligera disminución en los gastos administrativos y el incremento en los gastos financieros y de ventas sugieren una necesidad de atención particular. Aunque estos cambios pueden parecer insignificantes, podrían

indicar a un posible riesgo de liquidez, muestra una tendencia hacia un crecimiento en los gastos de gestión operativa y una mayor dependencia de la financiación externa para respaldar las operaciones. Para prevenir posibles impactos negativos en la rentabilidad, la empresa debería implementar medidas de control de costos más estrictas y explorar opciones de financiamiento más eficientes.

Además, la decreción en los gastos varios señala la presencia de gastos no clasificados en categorías principales, lo que destaca la necesidad de una evaluación detallada. Identificar y abordar áreas de ineficiencia o gastos inesperados puede ayudar a optimizar la gestión de recursos y mejorar la rentabilidad general de la empresa. Es crucial que se realice un análisis exhaustivo para comprender la naturaleza de estos gastos y tomar medidas correctivas según sea necesario.

Finalmente, la utilidad neta en relación con las ventas netas resalta la importancia de controlar y gestionar de manera eficiente los gastos de ventas y administrativos. En los últimos tiempos el riesgo de mercado con las variaciones de precios de oferta ahuyenta a una demanda que busca el ahorro, el riesgo país que imposibilita la inversión en nuevos mercados, el riesgo de crédito que genera temor al endeudamiento elevado por las variaciones en las tasas de interés, el ingreso de productos de contrabando y otros factores producen una competencia desleal que frena a una utilidad mayormente satisfactoria. Ante ello el tomar medidas proactivas para abordar estos riesgos financieros, Ahies Supermercado S.A. puede fortalecer su posición competitiva y garantizar su sustentabilidad a largo plazo en un entorno empresarial cambiante, caso contrario recaería en un riesgo operacional interno.

Análisis comparativo del activo y ventas

Tabla 12. Crecimiento del Activo vs Ventas

Crecimiento Activos Vs. Ventas	
Crecimiento Anual	2021-2022
* Ventas	60,31%
* Activos Totales	32,35%
* Activo Corriente	7,75%
* Activo Fijo Neto	83,69%
* Inventarios	3,59%
* Patrimonio	170,60%
* Pasivo	20,76%

Fuente: Elaboración propia

La tabla 12, muestra que Ahies Supermercado S.A., destaca el fuerte crecimiento en ventas, con un aumento significativo del 60,31%. Este incremento indica un sólido desempeño en la generación de ingresos y posiblemente una buena estrategia de expansión o aumento en la demanda.

En cuanto a los activos totales, también experimentaron un crecimiento importante del 32,35%. Este crecimiento en los activos totales puede estar relacionado con la inversión en nuevos activos, expansión de instalaciones o adquisiciones estratégicas. Es fundamental que este crecimiento esté respaldado por una gestión financiera sólida para garantizar la rentabilidad y la eficiencia operativa.

El crecimiento del activo corriente fue del 7,75%; indicando un aumento en los activos de corto plazo como efectivo, cuentas por cobrar e inventarios. Esto puede estar vinculado a una política de gestión de liquidez más efectiva para cubrir las operaciones diarias y responder a las necesidades inmediatas de la empresa.

En contraste, el crecimiento del activo fijo neto fue notablemente alto, alcanzando un 83,69%. Esto sugiere un aumento significativo en la inversión en activos fijos como propiedades, maquinaria y equipo. Este crecimiento está asociado con expansiones físicas, modernización de instalaciones o aumento de capacidad productiva. Sin embargo, también puede presentar riesgos relacionados con una posible sobreinversión en activos de corto plazo. Para evitar riesgos de liquidez, es esencial que la empresa mantenga un equilibrio adecuado entre la gestión de

activos y pasivos, así como implementar medidas para controlar los niveles de inventario y cuentas por cobrar.

El crecimiento en inventarios fue más moderado, con un 3,59%; al mantener un crecimiento controlado en los inventarios es clave para evitar excesos que puedan generar costos innecesarios y afectar la liquidez de la empresa. El patrimonio tuvo un crecimiento excepcionalmente alto del 170,60%; lo que indica un fuerte aumento en el ingreso de capital por resultados acumulados del año anterior.

Por último, el crecimiento del pasivo fue del 20,76%; este crecimiento es más moderado en comparación con otros aspectos, indicando una estrategia cautelosa de financiamiento y endeudamiento, aunque no exista la obligación de realizar pago por concepto de intereses, si el endeudamiento crece demasiado puede poner en riesgo la estabilidad financiera de la empresa. Implementar estrategias de gestión de deudas y mantener una política prudente de financiamiento son clave para prevenir posibles riesgos financieros asociados con un crecimiento excesivo del pasivo.

3.3. Resultados alcanzados

Basándose en la información proporcionada, identificamos varias debilidades y riesgos que ofrece un diagnóstico global para Ahies Supermercado S.A.:

Enlace Con Posibles Riesgos

Riesgo Operativo: Los costos de venta no muestra un margen considerablemente en comparación con los ingresos. Es fundamental que los controle la variación del 60,31% y 59,76% para mejorar la rentabilidad. La lógica de un negocio es ganar dinero mas no vender al costo.

Riesgo de liquidez: El drástico aumento en el período de cobro indica dificultades para recuperar cuentas por cobrar de clientes. Esto puede afectar la liquidez y es necesario abordar estas demoras en los pagos.

Cálculo:

INDICADOR	2021	2022		Fórmula
ROTACION CUENTAS POR COBRAR	234,74	301,85	28,59%	VTAS / CXC
DIAS DE VENTA EN CTAS X COBRAR	1,53	1,19	-22,23%	360 DIAS / ROTACION CXC

La disminución en la liquidez (razón corriente y prueba rápida) indica una posible dificultad para cubrir las deudas más urgentes.

El incremento de ventas a crédito personal y de convenio institucional sin documentos de garantías de cobro.

Riesgos estratégicos: La ausencia de manuales de procedimientos y políticas en procesos de compras, ventas y abastecimiento. Este riesgo también es de carácter operativo que rige directamente en la toma de decisiones, el control interno, manejo sistemas hasta temas laborales. La inobservancia a este riesgo desemboca pérdidas financieras y reputacionales.

Riesgo de mercado: Posterior a un periodo pandémico, la oferta y demanda en los precios de los productos, la competencia desleal a nivel país hacen que los empresarios retengan sus ganancias y no generen inversión.

La diferencia en negociaciones con los proveedores de abastecimiento en un nicho de mercado disminuye la concurrencia de un mayor número de clientes.

Riesgo de crédito: El objetivo de una financiación es para expandirse en el mercado, pero las fluctuaciones inesperadas en las tasas de interés, acompañado de la inestabilidad política económica y social genera desconfianza en la credibilidad de cubrir las cuotas de pago.

Mejoramiento de la Operatividad

Con la finalidad de mitigar los riesgos identificados, resulta totalmente necesario que se apliquen las siguientes medidas correctivas:

Control Estricto de Costos y Gastos: Implementar medidas para controlar el aumento de costos y gastos, asegurando que no superen el crecimiento de los ingresos y manteniendo así la rentabilidad.

Optimización de Estrategias de Ingresos: Revisar y mejorar las estrategias de ingresos, incluyendo la diversificación de productos y la identificación de oportunidades de mercado para aumentar los ingresos.

Revisión de Estrategias de Financiamiento: Evaluar y optimizar las estrategias de financiamiento para asegurar una administración financiera efectiva y eficiente.

Diversificar los tipos riesgos: Tomar en cuenta la situación actual interna y externa de la empresa y desarrollar un portafolio de acciones que diversifique operaciones que enfrenten a los riesgos.

Mejora Continua: Mantener un monitoreo constante de los indicadores financieros y operativos para tomar decisiones informadas y oportunas que impulsen la supervivencia empresarial.

CONCLUSIONES

- La implementación de herramientas de gestión financiera en Ahies Supermercado S.A., ha sido fundamental para consolidar su estabilidad económica y mitigar riesgos. Esto se ha logrado priorizando la eficiencia en la gestión, logrando una rotación de activos que aumentó en un 21,12%; equilibrando activos corrientes y fijos para mejorar la liquidez y evitar la inmovilización de capital, a través de un sistema de seguimiento más riguroso y eficiente de su inventario y activos, lo que permitió identificar oportunidades para una rotación más rápida de los activos. Además, la gestión de la estructura financiera se ha traducido en una disminución del endeudamiento en un 8,76%. Como resultado, el supermercado ha conseguido asegurar una carga financiera más manejable, esta disminución del endeudamiento no solo reduce los riesgos financieros, sino que también libera recursos para invertir en áreas clave de crecimiento y desarrollo del negocio. Asimismo, la implementación de herramientas para analizar el flujo de efectivo ha permitido anticipar desafíos financieros y adoptar estrategias proactivas para mantener una óptima liquidez.
- La fundamentación teórica de los tipos de riesgo financiero que enfrentan los negocios comerciales según distintos autores ha sido un proceso esencial para comprender a fondo la complejidad de los riesgos financieros. La revisión de las contribuciones teóricas de expertos ha permitido identificar y categorizar los riesgos financieros en diversas dimensiones, incluyendo riesgos de mercado, crédito, liquidez, y operativos estratégicos. Además, se ha reconocido la importancia de entender la interconexión y la amplificación de estos riesgos en un entorno empresarial dinámico y globalizado. Este análisis teórico brindó una base sólida para diseñar estrategias efectivas de gestión de riesgos financieros en los negocios comerciales, abordando cada tipo de riesgo de manera integrada y adaptada a las particularidades de la organización.
- El diagnóstico pormenorizado llevado a cabo en Ahies Supermercado S.A. ha puesto de manifiesto obstáculos críticos en la detección temprana de

riesgos financieros. Esto incluye la falta de sistemas actualizados y una capacitación adecuada en riesgos financieros entre el personal. Estos hallazgos subrayan la importancia vital de establecer herramientas y procedimientos para identificar riesgos financieros oportunamente. Este reconocimiento sienta las bases para estrategias que abarcan desde la implementación de sistemas de monitoreo en tiempo real y la promoción de una cultura organizacional que fomente la evaluación proactiva de riesgos. Además, la integración de tecnología avanzada se destaca como una solución clave para detectar y abordar riesgos financieros con precisión. Esto es fundamental, permite a la empresa tomar decisiones informadas y, en última instancia, mitigar los posibles impactos adversos en su desempeño financiero y sostenibilidad a largo plazo. En un entorno empresarial en constante evolución, la capacidad de anticipar y gestionar eficazmente los riesgos financieros es esencial para mantener la estabilidad financiera y la competitividad en el mercado.

- Un análisis profundo de los componentes esenciales de una herramienta de gestión financiera en Ahies Supermercado S.A., estableció las bases sólidas para fortalecer la toma de decisiones y la gestión de riesgos en la empresa. Durante esta revisión, se identificaron factores clave, tales como el establecimiento de metas financieras objetivas y la evaluación proactiva de riesgos. Además, se resaltó la importancia de la implementación de tecnología avanzada y sistemas analíticos, que permitieron una recopilación y análisis de datos financieros en tiempo real de manera eficaz. Estos descubrimientos desempeñaron un papel esencial en la creación e implementación de una herramienta de gestión financiera integral que optimizó la toma de decisiones, redujo los riesgos financieros y promovió la sostenibilidad económica de Ahies Supermercado S.A., en el pasado. En un entorno empresarial en constante evolución, la capacidad de contar con información financiera precisa y oportuna se convirtió en un recurso estratégico que marcó la diferencia al tomar decisiones acertadas y afrontar de manera proactiva los desafíos financieros que surgieron en ese momento.

- El análisis financiero ha desempeñado un papel crucial en la disminución de riesgos financieros en Ahies Supermercado S.A. Al identificar áreas críticas de riesgo, como la gestión de activos, la estructura financiera y la liquidez, se han delineado acciones clave para anticipar y abordar desafíos potenciales en Ahies Supermercado S.A. Estas medidas incluyen la optimización de la gestión de activos para mejorar la rotación y evitar la inmovilización de capital, la revisión y ajuste de la estructura financiera para asegurar una combinación óptima de activos corrientes y fijos, y la implementación de sistemas de monitoreo en tiempo real para una detección temprana de riesgos. Además, se enfatiza la capacitación del personal en riesgos financieros y la promoción de una cultura organizacional proactiva, donde la evaluación continua de riesgos y la toma de decisiones informadas. Además, el aumento en las ventas netas del 60,31%; indica un sólido desempeño en la generación de ingresos, el crecimiento en los activos totales, en particular, el incremento del activo fijo neto del 83,69%; sugiere una inversión significativa en activos fijos, y el aumento del patrimonio del 170,60%; refleja una fuerte inversión de los accionistas. Resultados que se debieron a la inversión significativa en activos fijos modernizó las instalaciones y mejoró la eficiencia operativa. El control eficaz del crecimiento de inventarios ayudó a mantener la liquidez, y la fuerte inversión de los accionistas reflejó su confianza en el negocio. Por último, la estrategia de financiamiento prudente contribuyó a mantener una estructura financiera saludable. En conjunto, estos factores fueron cruciales para el sólido desempeño financiero y el crecimiento sostenible de la empresa.

RECOMENDACIONES

- Dado el incremento del 54,76% en la rotación de inventarios, equivalente a USD 422.751, es crucial prevenir el riesgo de liquidez por la acumulación de inventario excesivo y obsolescencia. Se recomienda realizar una revisión constante de los niveles de inventario y adoptar estrategias proactivas para reducir el exceso de inventario. Además, se sugiere diversificar el riesgo de mercado, manteniendo presupuestos de negocios con proveedores para ajustar los volúmenes de pedido según la demanda actual y futura, así como implementar estrategias como promociones y descuentos para estimular la venta de productos con inventario excedente. La monitorización constante de las tendencias del mercado es esencial para adaptar el inventario a las preferencias cambiantes de los consumidores y evitar retener productos obsoletos. En situaciones extremas, se podría contemplar la donación de productos obsoletos o su venta a precios reducidos para minimizar pérdidas, completando así un conjunto integral de acciones para una gestión de inventario efectiva y eficiente. Esto contribuirá no solo a la liquidez, sino también a liberar capital para otros fines.
- Respecto al incremento de los gastos administrativos del 50,83% en relación a las ventas, es esencial establecer un riguroso control sobre estos gastos para mitigar el riesgo operativo de una gestión financiera ineficiente. Se recomienda llevar a cabo un análisis exhaustivo de estos gastos y fijar presupuestos claros para cada categoría, que actúen como límites y referencias para supervisar los gastos. Además, es crucial evaluar la eficiencia de los procesos administrativos para identificar áreas de mejora y reducción de costos. La implementación de tecnología y herramientas de automatización puede ayudar a agilizar y optimizar los procesos, reduciendo costos. Es importante involucrar al personal a través de capacitación y fomentar una cultura de austeridad. Las revisiones periódicas de los gastos y la generación de informes regulares son esenciales para mantener la transparencia y contribuir a la eficiencia operativa de la organización.

- Frente a un considerable incremento en las ventas del 60,31%, resulta necesario ejecutar un análisis minucioso de los productos para prevenir el riesgo de mercado y liquidez sobre la dependencia en ciertos productos. Se recomienda evaluar elementos como el margen de beneficio, la demanda y la estabilidad en el tiempo de dichos productos. Posteriormente, es crucial identificar oportunidades de expansión considerando la incorporación de productos complementarios que aprovechen sinergias en la cadena de suministro. Para tomar decisiones fundamentadas, se recomienda llevar a cabo investigaciones de mercado y evaluar a la competencia, lo que proporcionará una base sólida para la toma de decisiones.
- Finalmente, ante un costo de ventas elevado, es fundamental implementar estrategias de negociación más efectivas con los proveedores para asegurar condiciones de compra más favorables y mitigar el riesgo financiero de un alto costo de ventas. Se sugiere evaluar aspectos cruciales como la reputación y la viabilidad de relaciones comerciales a largo plazo al seleccionar proveedores, así como llevar a cabo una estimación precisa de la demanda utilizando herramientas de previsión y análisis de datos. La implementación de sistemas de seguimiento y gestión de inventario que proporcionen visibilidad en tiempo real del inventario también es esencial para optimizar los costos y mejorar la rentabilidad.

BIBLIOGRAFÍA

- Acevedo, M. (2020). Gestión de riesgos estratégicos en una empresa privada del sector del retail. [Tesis maestría, Universidad EAFIT].
<https://repository.eafit.edu.co/handle/10784/29681>
- Aguirre, C., Barona, C., y Dávila, G. (2020). La rentabilidad como herramienta para la toma de decisiones: análisis empírico en una empresa industrial. *Valor Contable*, 7(1), 50-64.
https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri_vc/article/view/1396
- Ahies Supermercado S.A. (17 de agosto de 2022). *Ahi es supermercado*. Obtenido de Facebook:
https://www.facebook.com/ahies.supermercado/?locale=es_LA
- Alamilla, I., Cervantes, M., y Lengyel, K. (2021). Riesgos económicos en México según informes oficiales. *Análisis económico*, 36(91), 155-180.
https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2448-66552021000100155&script=sci_arttext
- Alonso, A., y Marqués, J. (2 de octubre de 2019). Innovación financiera para una economía sostenible. Documento ocasional del Banco de España. *Social Science Research Network*, 29.
https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3463030
- Alvarado, J. (2019). El cuadro de mando integral aplicado a la planificación estratégica de la banca privada. *Revista Ciencia UNEMI*, 12(29), 20-35.
- Arias, J., y Covinos, M. (2021). *Diseño y metodología de la investigación*. EU-REPO. <http://hdl.handle.net/20.500.12390/2260>
- Armijos, J., Narvaéz, C., Ormanza, J., y Erazo, J. (2020). Herramientas de gestión financiera para las MIPYMES y organizaciones de la economía popular y solidaria. *Fundación Dialnet*, 6(1).

- Barreto, N. (2020). Análisis financiero: factor sustancial para la toma de decisiones en una empresa del sector comercial. *Revista Universidad y Sociedad*, 7, 6-15. http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202020000300129&script=sci_arttext&tlng=pt
- Bombón, J., Vasco, J., y Zavala J. (2021). La gestión administrativa y financiera y su influencia en el desarrollo empresarial. *Revista científica FIPCAEC*, 6(4), 242-256.
- Carbajal, W. (2023). Riesgo político, seguridad y geopolítica: América Latina y la competencia estratégica Estados Unidos-China. *Revista Latinoamericana de Estudios de Seguridad*, 36. <https://revistas.flacsoandes.edu.ec/urvio/article/view/5842>
- Chávez, M., Castelo, A., y Villacis, J. (2020). La gestión administrativa desde los procesos de las empresas agropecuarias en Ecuador. 518, 16-29. doi: <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v5i18.198>
- Chiglione, F. (2021). El cuadro de mando integral como herramienta de eficiencia en la gestión empresarial. *Ciencias Administrativas*, 18, 87-93.
- De Antoni. (2020). Una revisión de los acuerdos y discrepancias de la teoría de la ecología poblacional. 15, 86. <https://doi.org/10.24215/23143738e057>
- De la Torre, C. (2018a). Lavado de activos y corrupción: análisis desde la perspectiva preventiva como medio para fortalecer la democracia. *Revista Iustitia*, (16), 9-30. <https://doi.org/10.15332/iust.v0i16.2397>
- De la Torre, C. (2018b). Gestión del riesgo organizacional de fraude y el rol de Auditoría Interna. *Contabilidad y Negocios*, 13(25), 57-69. doi: <http://dx.doi.org/10.18800/contabilidad.201801.004>
- De la Torre, C. (2017). Responsabilidad Social Corporativa y Auditoría Interna, una exigencia global imperativa. *Metanoia* 3(3), 113-126. https://www.researchgate.net/publication/318600678_RESPONSABILIDAD_SOCIAL_CORPORATIVA_Y_AUDITORIA_INTERNA_UNA_EXIGENCIA_GLOBAL_IMPERATIVA

- De la Torre, C. (2022). Desafío del Control Organizacional en la Disrupción Tecnológica. *Apuntes de Economía y Sociedad*, 3(2), 4-6. doi: <https://doi.org/10.5377/aes.v3i2.15485>
- De la Torre, C., y Cáceres, G. (2017). Auditoría forense como medio para combatir la corrupción. *Revista ARJÉ*, 11(21), 88-97. <http://www.arje.bc.uc.edu.ve/arj21/art05.pdf>
- De la Torre, C., y Quiroz, J. (2020). Fraude organizacional. Percepciones previas a la creación de un observatorio del fraude. *Revista de Economía Coyuntural*, 5(3), 147-183. doi: <https://doi.org/10.5281/zenodo.4061902>
- De La Torre, C., Quiroz, J., Páez, D., Rhea, S., León, y Rocío. (2023). Impacto de la COVID-19 en la situación financiera de las empresas del sector manufacturero textil ecuatoriano. *Revista TELOS*, 25(3), 698-715. doi: <http://doi.org/10.36390/telos253.09>
- De la Torre, M. (2018c). Utilización del sector financiero para el lavado de dinero: perspectiva desde la legislación ecuatoriana. *Revista Jurídicas CUC*, 14(1), 145-166. doi: <https://doi.org/10.17981/juridcuc.14.1.2018.07>
- Díaz, E., y Fernández, E. (2019). Políticas públicas y mercados financieros para el desarrollo rural y del sistema agroalimentario en America Latina y el Caribe. *International Food Policy*. <https://ideas.repec.org/p/fpr/lacwps/2.html>
- Díaz, G., y Quintana, M. (2021). La gestión del talento humano y su influencia en la productividad de la organización. *Revista de la Agrupación Joven Iberoamericana de Contabilidad y Administración de Empresas (AJOICA)*, 22(1), 29-48. https://gestionjoven.org/revista/contenidos_22_1/Vol22_num1_3.pdf
- Escudero, M. J. (2011). *Gestión comercial y servicio de atención al cliente*. Ediciones Paraninfo, S.A.
- Estupiñán, R. (2020). *Análisis financiero y de gestión* (3era ed.). Bogotá: ECOE Ediciones.

- Fernández. (2019). La evolución del sector de servicios financieros: la amenaza creciente de las fintech a la banca tradicional. *Economistas*, 167, 177 -187. <https://rhofinanzas.com/wp-content/uploads/la-amenaza-de-las-fintech-a-la-banca-tradicional.pdf>
- Forero, C., Mena, M., y Pineda, K. (2023). Consecuencias de la deficiente planificación financiera en el desarrollo de las Mipymes en Colombia. [Tesis de Maestría, Fundación Universitaria del Área Andina]. <https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/5129/Trabajo%20de%20grado.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- García, E. (2022). La gestión financiera y estrategia competitiva: Análisis de sus diferencias en función del tamaño empresarial. *Revista de investigaciones Universidad del Quindío*, 34(2), 420-429. doi:<https://doi.org/10.33975/riuq.vol34n2.1067>
- Garduño, G., García, J., Granda, E., Martínez, Y., Lizola, P., y Laurent, L. (2022). Comparación entre los algoritmos de selección clonal y GRG en un portafolio de inversión. *Padi Boletín Científico de Ciencias Básicas e Ingenierías del ICBI*, 10(4). doi:<https://doi.org/10.29057/icbi.v10iEspecial4>
- Gómez, J., Tabares, N., y Ramírez, G. (2020). AHP difuso para la selección de un proveedor 3PL considerando el riesgo operacional. *Revista EIA*, 17(33), 1-17. doi:<https://doi.org/10.24050/reia.v17i33.1329>
- Gómez, M., y Vázquez, E. (2019). Teorías de la administración. *TEPEXI Boletín científico de la escuela superior Tepeji del Río*, 6(11). doi:<https://doi.org/10.29057/estr.v6i11.3842>
- González, S., Viteri, D., Izquierdo, Á., y Verdezoto, G. (2020). Modelo de gestión administrativa para el desarrollo empresarial del Hotel Barros en la ciudad de Quevedo. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(4). http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202020000400032&script=sci_arttext&tlng=en

- González, A. (2021). Metodología para la evaluación del riesgo de liquidez en el Banco de Crédito y Comercio. *Revista Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 9(1), 1-29. http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2308-01322021000100016&script=sci_arttext&tIng=en
- Gutiérrez, H., Morán, C., y Posas, R. (2019). Determinantes de la estructura de capital: un estudio empírico del sector manufacturero en Ecuador. *Contaduría y administración*, 64(2), 1-18. <https://doi.org/https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2018.1848>
- Haro, A. (2021). Estudio del riesgo financiero desde la estructura de capital en las PyMes textiles. *Desarrollo Gerencial*, 13(2), 1-27. doi:<https://doi.org/10.17081/dege.13.2.4894>
- Hernández, S., y Mendoza, C. (2020). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGrawHill Educacion. extension://efaidnbmnnnibhttps://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/64591365/Metodolog%C3%ADa_de_la_investigaci%C3%B3n._Rutas_cuantitativa__cualitativa_y_mixta-libre.pdf?1601784484=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DM
- Horcher, K. (2011). *Essentials of financial risk management*. John Wiley & Sons, Inc. https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=X__zoNzVh-QC&oi=fnd&pg=PT9&ots=6tU_aMnE_J&sig=HaJGHI51waa76_i9vyadYTMU2Ik&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (6 de julio de 2023). Consultas personalizadas del Directorio de Empresas y Establecimientos 2021. https://public.tableau.com/app/profile/instituto.nacional.de.estad.stica.y.censos.inec./viz/ConsultaspersonalizadasdelDirectoriodeEmpresasyEstablecimientos2021SI_16722361486880/Dcruce
- Jara, B., y Zurita, I. (2021). La gestión de riesgos financieros y su incidencia en la toma de decisiones. *Cienciamatria*, 7(2), 691-722. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8318867>

- Kaplan, R., y Norton, D. (2004). *Mapas Estratégicos [Strategics Maps]* recuperado de: <https://n9.cl/kh8f>. Gestión 2000.
- León, S., y Murillo, D. (2021). Análisis Financiero: Gestionar los riesgos en las Cooperativas de Ahorro y Crédito segmento . *Fundación Koinonía*, 6(12), 242-271. doi:10.35381/r.k.v6i12.1289
- Losada , M. (2020). La administración científica de la educación y la condición contingente del ser humano. doi:<https://www.scielo.br/j/es/a/HzxFjVrZLVzzZPVGkR7knMd/citation/?lang=es>
- Macas, R., Narváez, C., y Erazo, R. (2019). Análisis financiero y evaluación de los indicadores de gestión y liquidez en las instituciones financieras de la economía popular y solidaria de los segmentos 1, 2 y 3 del Ecuador. *Cienciamatria*, 5(1), 805-840. doi:10.35381/cm.v5i1.320
- Manjarrez, N., Boza, J., y Moncayo, O. (2020). La gestión del talento humano: Un nuevo enfoque desde la gestión del conocimiento y la información. *Dilemas contemporáneos*. doi:<https://doi.org/10.46377/dilemas.v35i1.2255>
- Mallar, M. (2010). La gestión por procesos: Un enfoque de gestión eficiente. *Visión del Futuro*, 13(1). <https://www.redalyc.org/pdf/3579/357935475004.pdf>
- Marcillo, C., Aguilar, C., y Gutiérrez, N. (2021). Análisis financiero una herramienta clave para la toma de decisiones de gerencia. *593 Digital Publisher CEIT*, 6(3), 87-106. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7896330>
- Martínez, J., Cruz, S., y López, J. (2021). Optimización de un portafolio con Python. *Padi Boletín Científico de Ciencias Básicas e Ingenierías del ICBI*. <http://portal.amelica.org/ameli/journal/595/5952727024/movil/>
- Martínez, L., Guercio, M., y Orazi, S. (2022). Instrumentos financieros clave para la inclusión financiera. *Revista Finanzas y Política Económica*, 14(1), 47. <https://www.redalyc.org/journal/3235/323572107002/movil/>

- Mazzotti, G. (2022). A cien años de la administración científica: repensar a Taylor para enfrentar los retos organizativos de la sociedad del conocimiento. *Revista Gestión Y Estrategia*(38), 49-60. <https://doi.org/https://doi.org/10.24275/uam/azc/dcsh/gye/2010n38/Mazzotti>
- Mendoza, V., y Moreira, J. (2021). Procesos de Gestión Administrativa, un recorrido desde su origen. *FIPCAEC Enfoques*, 6(3). doi:<https://doi.org/10.23857/fipcaec.v6i3.414>
- Mogollón, E. (2019). Modelo de gestión de calidad total sustentado en las teorías de Henry Fayol y de Edwards Deming para mejorar los procesos de dirección y control que afectan la administración educativa de la Institución Educativa “Fidel Oyola Romero” N° 055. <https://repositorio.unprg.edu.pe/handle/20.500.12893/6926>
- Montoya, Á., Velázquez, D., Caldera, E., y Díaz, J. (2022). Cálculo del valor en riesgo (VaR) en el mercado del oro. *Efectivo*(35), 123-142. https://www.researchgate.net/profile/Efectivo/_Calculo_del_valor_en_riesgo_VaR_en_el_mercado_del_oro/links/6360449612cbac6a3e11e4a9/Calculo-del-valor-en-riesgo-VaR-en-el-mercado-del-oro.pdf
- Moran L., Pincay, N., Abrigo, O., y Rojas, L. (2021). Gestión de riesgos financieros en empresas de servicios ante la amenaza del COVID-19 en Ecuador. *Acta universitaria*, 31. <https://doi.org/https://doi.org/10.15174/au.2021.3139>
- Morales, D., y Paredes, V. (2020, octubre). Gestión administrativa y calidad de servicio que brindan las Instituciones de Educación Superior Públicas [Tesis de maestría, Universidad Técnica de Ambato]. <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/31522>
- Moran, J., Peña, D., y Soledispa, X. (2021). El sistema financiero y su impacto en el desarrollo económico - financiero. *Revista científica FIPCAEC*, 6(1), 804-822. doi:<https://doi.org/10.23857/fipcaec.v6i1.372>

- Moreno, A. (2022). Elementos teóricos para comprender la dinámica del comercio minorista en un entorno global. *Expresión Económica* (49). <https://pdfs.semanticscholar.org/e82d/c61661331d91bb56c097ce9e0fb466e1a495.pdf>
- Núñez, L., Alfaro, J., Aguado, A., y González, E. (2023). Toma de decisiones estratégicas en empresas: Innovación y competitividad. *Revista Venezolana de Gerencia*(9). https://www.researchgate.net/profile/Erica-Gonzalez-7/publication/373026595_Toma_de_decisiones_estrategicas_en_empresas_Innovacion_y_competitividad/links/64e8c44c434d3f628c4b94f7/Toma-de-decisiones-estra
- Obón, M., Fortín, L., y Chiavenato, I. (2019). *Introducción a la teoría general de la administración: Una visión integral de la moderna administración de las organizaciones*. McGrawHill (México). <https://biblioteca.uazuay.edu.ec/buscar/item/85616>
- Ordoñez, J., Noles, D., y Soto, C. (2021). La planificación financiera como herramienta sustancial para medir la rentabilidad empresarial. Caso Dekautopartes S.A ciudad de Machala. 6(6), 169-180. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8149621>
- Panduro, J. (2022). Estrategias de capacitación docente para mejorar la deficiente administración institucional de la Institución Educativa N° 0398 “Eduardo Peña Meza”, Distrito Delegado de Juanjuicillo, Provincia de Mariscal Cáceres, Departamento San Martín, Año 2019. <https://repositorio.unprg.edu.pe/handle/20.500.12893/10438>
- Pérez L. (2020). Cuadro de mando integral para la gestión del impacto social en organizaciones de empleo inclusivo. *Revista de economía pública, social y cooperativa*, 98, 153-188.
- Pineda, M., Agudelo, A., Rojas, R., y Duque, P. (2022). Valor en Riesgo y simulación una revisión sistemática. *Revistas Económicas CUC*, 43(1). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8439220>

- Ponce, D., Sánchez, M., y Sancan, L. (2022). Gestión administrativa y su impacto en la calidad del servicio. *RECIMUNDO*, 1(1). [https://doi.org/10.26820/recimundo/6.\(suppl1\).junio.2022.120-131](https://doi.org/10.26820/recimundo/6.(suppl1).junio.2022.120-131)
- Pont, J. (2019). Teorías neosistémicas y administración pública: posibilidades observacionales y regulativas. *Revista del CLAD Reforma y democracia*(75), 77-110. <https://biblat.unam.mx/es/revista/revista-del-clad-reforma-y-democracia/articulo/teorias-neosistemicas-y-administracion-publica-posibilidades-observacionales-y-regulativas>
- Primicias. (noviembre de 2023). Riesgo país de Ecuador supera los 2.000 puntos. Primicias, pág. 14. <https://www.primicias.ec/noticias/economia/riesgo-pais-ecuador-default-noboa/#:~:text=La%20%20C3%BA%20vez%20que%20el,el%20Gobierno%20de%20Guillermo%20Lasso.>
- Quinteros, C., y Velázquez, P. (2020). *Metodología de la Investigación*. Grupo de Servicios Gráficos del Centro, S.A. de C.V.
- Quirama, U., Sepólveda, J., Aguirre, A., y Garcés, L. (2020). Riesgos financieros en pequeñas y medianas empresas. *Revista venezolana de gerencia*, 25(91), 1076-1094. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8890315>
- Rodríguez, K., Ortíz, O., Quiroz, A., y Parrales, M. (2020). El e-commerce y las Mipymes en tiempos de covid -19. *Revista espacios*, 41(42). <http://w.revistaespacios.com/a20v41n42/a20v41n42p09.pdf>
- Serrano, R., y Núñez, J. (2020). Valor en riesgo en el sector petrolero: un análisis de la eficiencia en la medición del riesgo de la distribución α -estable versus las distribuciones t-Student generalizada asimétrica y normal. *Contaduría y administración*, 65(2). doi:<https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2019.2021>

- Soler, R., Pirela, A., y Navarro, N. (2020). La gestión de riesgos en los procesos logísticos de la empresa logistics Unlimited S.A. Logunsa. *Revista universidad y Sociedad*, 12(3), 195-202. http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202020000300195&script=sci_arttext
- Soto, K., Duque, G., y Espinoza, O. (2021). Factores determinantes de la estructura de capital en empresas ecuatorianas. *Revista Compendium: Cuadernos de Economía y Administración*, 8(2), 238-249. <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwidztnVjMyCAxUQRjABHdAbDJUQFnoECB4QAQ&url=https%3A%2F%2Fdialnet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F8232803.pdf&usg=AOvVaw0voNVLLNZSH2e2OrU10siu&opi=89978449>
- Superintendencia de Compañías Valores y Seguros. (2020). *Tabla de indicadores financieros*. SCVS. https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/ss/20111028102451.pdf
- Vaca, A., y Orellana, I. (2020). Análisis de riesgo financiero en el sector de fabricación de otros productos minerales no metálicos del Ecuador. *Revista Economía y política*, 32, 133-165. doi:<https://doi.org/10.25097/rep.n32.2020.05>
- Valencia, B., y Narvárez, I. (2021). La gestión de riesgos financieros y su incidencia en la toma de decisiones. *CIENCIAMATRIA*, 7(2), 772. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8318867>
- Valle, A. (2020). La planificación financiera una herramienta clave para el logro de los objetivos empresariales. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(3), 160-166. http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202020000300160&script=sci_arttext&tlng=en
- Vásquez, J. (2023). El retail del futuro: Análisis estratégico de su desarrollo en un ambiente digital. . doi:<https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/193062>

Vega, L., y Marrero, F. (2021). Evolución del control interno hacia una gestión integrada al control de gestión. *Revista Estudios*(9), 43-51. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.32719/25506641.2021.10.10>

Zavaleta, R. (2023). Gestión de cartera de inversión renta variable aplicando la Teoría de Portafolios de Markowitz. *CIÉND*O, 26(2), 205-2013. doi:<https://doi.org/10.17268/sciendo.2023.030>

Zumba, M., Jácome, J., y Bermúdez, C. (2023). Modelo de gestión financiera y toma de decisiones en las medianas empresas, análisis de estudios previos. *Revista Compendium: Cuadernos de Economía y Administración*, 10(1), 21-32. <https://doi.org/https://doi.org/10.46677/compendium.v10i1.1176>

ANEXOS

Anexo 1. Ranking 2022 de las empresas comerciales G47

Del Ecuador



34093

COMPAÑÍAS ACTIVAS

24464

PRESENTARON BALANCES

58.81 mil M

INGRESOS POR VENTAS

59,37 mil M

INGRESOS TOTALES

EMPRESAS SUJETAS AL CONTROL DE LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, VALORES Y SEGUROS

Detalle Ranking

Resumen Gráfico

Año

2022

Compañía

Todas

Provincia

Todas

Segmento

Todas

Sector

Selección múltiple

CIU Nivel 6

Todas

No.	Nombre	CIU 6	Empleados	Ingresos Totales	Utilidad neta	IR Causado	Activos	Patrimonio	Ingresos ventas	U. antes de impuesto	Utilidad del ejercicio	
1	CORPORACION FAVORITA C.A.	G4711.01	10966	2.355.580.171,13	152.679.114,47	47.843.670,02	2.480.403.867,05	1.680.022.314,60	2.355.580.171,13	197.646.304,83	232.525.064,51	
7	CORPORACION EL ROSADO S.A.	G4711.01	6	1.445.723.392,59	34.172.869,60	14.745.226,57	916.571.253,19	320.981.157,95	1.431.995.151,99	48.800.938,05	57.412.868,29	
12	DISTRIBUIDORA FARMACEUTICA ECUATORIANA (DIFARE) S.A.	G4649.22	4237	899.526.097,29	21.800.301,53	5.552.223,35	488.741.933,91	111.167.750,85	897.871.392,31	27.352.524,88	32.179.441,04	
13	DINADEC S.A.	G4630.95	1484	1.033.549.701,14	27.671.385,37	26.097.195,84	385.206.512,79	56.723.543,32	1.033.549.701,14	0,00	53.768.581,22	
14	TENDAS INDUSTRIALES ASOCIADAS TIA S.A.	G4711.01	8369	776.159.786,92	30.230.705,00	10.064.544,00	604.300.932,00	88.316.759,00	776.159.786,92	40.295.249,00	47.406.174,51	
17	PRIMAX COMERCIAL DEL ECUADOR SOCIEDAD ANONIMA	G4661.03	158	1.163.530.254,95	6.066.733,54	2.571.584,78	180.642.580,11	46.213.241,43	1.162.299.146,30	8.431.473,00	9.919.380,00	
21	AGRIPEC S.A.	G4669.12	1527	503.077.107,18	12.014.014,84	5.998.352,93	570.720.769,20	189.605.768,67	500.514.233,39	17.477.465,29	20.561.723,87	
26	NIRESA S.A.	G4630.33	6298	520.248.808,16	-5.775.934,74	0,00	438.256.708,30	114.038.472,29	520.248.808,16	0,00	-7.496.253,16	
27	GERARDO ORTIZ E HIJOS C LTDA	G4690.00	3464	472.127.549,26	24.095.565,72	8.675.640,46	438.624.797,49	182.065.365,30	472.127.549,26	32.629.606,12	38.387.771,90	
30	VITAPRO ECUADOR CIA. LTDA.	G4773.22	221	647.313.024,69	33.385.920,69	11.537.709,42	273.583.166,10	55.439.774,79	646.986.196,95	44.869.889,13	53.114.832,60	
31	GENERAL MOTORS DEL ECUADOR SA	G4510.01	4	618.724.713,06	14.797.907,61	6.546.440,13	243.790.066,67	155.599.714,46	618.724.713,06	0,00	24.584.880,40	
33	PETROLEOS Y SERVICIOS PYS C.A.	G4730.01	54	859.142.727,09	694.983,17	315.256,38	51.095.688,75	5.903.217,22	858.952.830,52	1.016.777,18	1.196.208,45	
36	ALMACENES DE PRATI SA	G4711.01	2827	312.611.988,49	36.813.156,36	12.854.105,81	395.170.441,42	290.435.953,79	310.533.603,55	49.002.349,02	57.649.822,38	
37	TERREL-COMERCIAL ECUADOR CIA.LTDA.	G4661.03	94	724.774.857,49	-2.790.708,15	0,00	123.239.959,85	16.456.058,72	724.742.553,94	-2.790.708,15	-2.790.708,15	
38	LETERRA DEL ECUADOR S.A.	G4649.22	620	528.583.156,56	4.820.137,63	2.809.111,07	270.659.790,98	70.205.982,36	528.583.156,56	0,00	8.878.001,11	
41	FARMAENLACE CIA. LTDA	G4649.22	4810	573.370.124,00	24.386.912,00	8.785.497,00	186.614.554,00	33.651.954,00	571.529.827,00	32.775.477,00	38.559.385,00	
43	AEGIA S.A.	G4510.01	63	361.977.681,63	17.016.372,73	5.759.879,37	299.654.265,21	140.463.386,26	359.669.171,87	22.414.153,13	26.369.591,92	
48	COMERCIAL KYWI SA	G4663.21	905	330.703.200,00	30.232.395,14	11.410.928,56	275.333.799,42	206.369.577,55	329.034.459,72	41.448.685,18	50.433.075,79	
54	FARMACIAS Y COMISARIATOS DE MEDICINAS SA FARMOCOMED	G4772.01	1653	301.911.639,00	11.241.674,00	4.125.550,00	323.600.389,00	73.708.004,00	292.786.443,00	15.090.994,00	26.879.304,00	
62	ATIMASA S.A.	G4730.01	1620	548.016.136,33	2.740.166,21	1.253.423,27	42.547.513,17	19.329.948,26	543.708.748,34	3.924.165,82	4.616.665,67	
64	MAQUINARIAS Y VEHICULOS S.A. MIAVEGA	G4510.01	4	205.531.106,66	0,00	1.632.067,22	284.850.791,60	128.563.000,09	205.499.407,31	0,00	4.797.862,35	
101	MEGA SANTAMARIA S.A.	G4630.95	1846	293.503.606,50	6.856.480,64	2.902.045,62	115.210.733,24	44.865.206,51	293.503.606,50	9.739.949,25	11.749.804,04	
103	DISTRIBUIDORA IMPORTADORA DUDOR S.A.	G4630.99	2399	338.980.421,38	1.057.664,52	651.237,95	80.684.321,75	13.258.497,69	338.463.501,21	1.629.742,54	1.917.344,17	
105	CRECOSCOP S.A.	G4759.05	1048	148.964.298,28	1.811.466,65	624.860,31	223.505.577,34	77.566.662,11	148.956.825,55	2.464.302,52	2.899.179,44	
115	AUTOMOTORES Y ANEXOS S.A. (A.Y.A.S.A.)	G4510.01	803	209.501.558,70	11.256.942,82	4.103.143,53	150.999.867,10	77.449.778,31	203.147.322,41	15.139.041,04	17.719.828,95	
117	SAN MIGUEL INDUSTRIAS ECUADOR SANMIDEC S.A.	G4649.95	574	164.048.454,52	6.331.718,85	1.925.387,47	183.239.450,30	71.347.075,37	162.016.818,55	8.090.212,76	18.341.133,61	
118	TOYOTA DEL ECUADOR S.A.	G4510.01	97	290.192.361,13	6.311.367,80	2.823.139,90	87.569.200,00	25.185.869,57	288.994.761,14	8.855.413,57	-2.619.127,92	
119	UNION DE BANANEROS ECUATORIANOS SA UBEESA	G4630.11	69	287.456.470,68	542.644,79	2.704.895,97	89.917.854,29	20.532.139,89	287.456.470,68	3.247.540,76	6.531.453,65	
121	PETROLEOS DE LOS RIOS PETROLIOS C.A.	G4661.03	60	342.647.733,47	555.305,35	257.152,99	42.440.936,18	11.473.010,19	341.816.037,36	812.458,28	342.647.733,47	
122	MODERNA ALIMENTOS S.A.	G4711.01	752	200.130.535,35	7.395.345,80	2.498.278,46	146.456.303,94	63.565.807,00	198.172.391,94	9.766.308,58	11.489.775,05	
125	CORPETROLSA S.A.	G4661.01	102	257.384.675,31	1.484.059,72	785.571,37	107.420.566,64	13.498.257,68	257.316.642,96	0,00	9.577.614,18	
128	CORPORACION SUPERIOR CORSUPERIOR S.A.	G4630.83	1369	198.041.584,43	12.908.675,29	2.435.564,09	147.092.105,58	42.774.834,67	197.468.012,10	0,00	18.153.942,83	
136	CASABACA S.A.	G4510.01	621	229.483.130,76	6.800.095,93	2.446.082,77	92.876.564,04	38.890.453,51	228.026.475,29	9.203.193,12	10.827.286,02	
Total				34093	59.368.927.976,13	1.634.496.782,10	93.767.955.009,01	41.261.906.543,99	14.949.170.221,74	58.809.232.919,91	550.838.212.876.487,10	-484.286.289.367.334,40

EMPRESA:	Corporacion Favorita C.A		Corporacion El Rosado S.A		Tiendas Industriales Asociadas Tía S.A		Gerardo Ortiz e Hijos Cia. Ltda.		Mega Santamaria S.A	
RUC:	1790016919001		0990004196001		0990017514001		0190072002001		1792060346001	
PERIODO:	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021
CODIG Cuentas Del Balance General										
1 Total Activo	\$ 3.418.879.582,85	\$ 3.268.386.102,43	\$ 918.571.253,19	\$ 826.006.561,46	\$ 604.300.932,00	\$ 593.780.189,94	\$ 438.624.797,49	\$ 381.674.880,00	\$ 115.210.733,24	\$ 116.599.406,00
101 Activo Corriente	\$ 1.262.417.733,15	\$ 1.294.029.918,74	\$ 514.480.780,92	\$ 442.230.782,88	\$ 197.976.009,00	\$ 179.272.506,27	\$ 250.237.353,82	\$ 218.221.916,00	\$ 64.748.722,15	\$ 66.524.310,90
102 Activos no Corrientes	\$ 2.156.461.849,70	\$ 1.974.356.183,69	\$ 404.090.472,27	\$ 383.767.778,58	\$ 406.324.923,00	\$ 414.507.683,67	\$ 188.387.443,67	\$ 163.452.963,00	\$ 50.462.011,09	\$ 50.075.095,00
2 Total Pasivo	\$ 1.358.416.947,60	\$ 1.327.240.665,41	\$ 597.590.095,24	\$ 516.731.194,47	\$ 515.984.173,00	\$ 497.308.997,74	\$ 256.559.432,19	\$ 223.250.131,00	\$ 70.345.526,73	\$ 78.196.512,80
201 Pasivo Corriente	\$ 850.756.786,96	\$ 612.919.995,53	\$ 409.488.975,91	\$ 374.893.241,83	\$ 205.311.717,00	\$ 173.837.584,75	\$ 174.408.400,04	\$ 186.729.945,00	\$ 56.664.685,17	\$ 59.178.517,20
202 Pasivo no Corriente	\$ 507.660.161,64	\$ 714.320.669,88	\$ 188.101.119,33	\$ 141.837.952,64	\$ 310.672.456,00	\$ 323.471.412,99	\$ 82.151.032,15	\$ 36.520.186,10	\$ 14.680.841,56	\$ 19.017.995,60
3 Patrimonio neto	\$ 2.060.462.635,25	\$ 1.941.145.437,02	\$ 320.981.157,95		\$ 88.316.759,00	\$ 96.471.192,20	\$ 182.065.365,30	\$ 158.424.748,00	\$ 44.865.206,51	\$ 38.402.893,10
30 Patrimonio Neto Atribuible A Los Prop	\$ 1.866.355.664,23	\$ 1.757.279.441,90	\$ -	\$ -	\$ 88.316.759,00	\$ -	\$ 182.065.365,30	\$ 158.424.748,00	\$ 44.865.206,51	\$ 38.402.893,10
301 Capital	\$ 814.497.870,04	\$ 633.998.626,34	\$ 127.719.025,04	\$ 127.719.025,04	\$ 5.798.551,00	\$ 5.798.550,88	\$ 700.000,00	\$ 700.000,00	\$ 11.288.400,00	\$ 11.288.400,00
304 Reservas	\$ 587.306.962,75	\$ 543.483.330,16	\$ 131.771.594,96	\$ 134.610.147,14	\$ 2.899.275,00	\$ 2.899.275,44	\$ 87.583.389,12	\$ 64.228.733,13	\$ 5.977.013,87	\$ 5.977.013,87
305 Otros resultados integrales	\$ -	\$ -	\$ 13.325.620,78	\$ 7.446.716,11	\$ 29.694.208,00	\$ 43.840.514,42	\$ 31.550,29	\$ 399.389,58	\$ 3.906.147,00	\$ 3.746.506,18
306 Resultados acumulados	\$ 308.783.165,25	\$ 421.914.254,88	\$ 13.992.047,57	\$ 13.992.047,57	\$ 19.694.020,00	\$ 21.232.956,72	\$ 69.654.860,17	\$ 69.654.860,18	\$ 16.837.165,00	\$ 12.072.575,93
307 Resultados del Ejercicio	\$ 155.767.666,19	\$ 157.883.230,52	\$ 34.172.869,60	\$ 25.507.431,13	\$ 30.230.705,00	\$ 22.698.894,74	\$ 24.095.565,72	\$ 23.441.765,30	\$ 6.656.480,64	\$ 5.318.397,19
31 Participación Controladora	\$ 194.106.971,02	\$ 183.865.995,12	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
CODIG Cuentas Del Balance De Resultados										
401 Ingresos De Actividades Ordinarias	\$ 3.603.082.756,94	\$ 3.411.211.809,69	\$ 1.431.995.151,99	\$ 1.294.978.450,99	\$ 776.159.786,92	\$ 705.015.333,00	\$ 472.127.549,26	\$ 453.139.274,00	\$ 293.503.606,50	\$ 280.743.839,00
40101 Venta De Bienes	\$ 3.590.384.805,81	\$ 3.469.504.473,34	\$ 1.425.888.946,25	\$ 1.288.806.364,88	\$ 700.018.435,65	\$ 639.686.504,20	\$ 465.741.048,52	\$ 447.978.531,00	\$ 308.923.220,45	\$ 273.854.220,00
40102 Prestacion De Servicios	\$ 140.899.487,48	\$ 58.502.887,12	\$ 559.107,36	\$ 351.611,77	\$ 66.833.024,36	\$ 63.284.051,40	\$ 2.974.389,27	\$ 739.794,50	\$ 6.285.935,42	\$ 5.788.582,08
40106 Intereses	\$ 3.662.684,36	\$ 2.705.193,34	\$ 339.908,53	\$ 249.280,81	\$ -	\$ -	\$ 2.990.426,80	\$ 31.716,39	\$ -	\$ -
40109 Ingresos Por Comisiones, Prestación	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3.615.681,26	\$ -	\$ 421.684,67	\$ 4.389.232,20	\$ -	\$ -
40110 Ingresos Financieros	\$ 48.318.364,64	\$ 41.724.768,30	\$ 5.207.189,85	\$ 5.571.193,53	\$ 5.692.645,65	\$ 2.044.777,40	\$ -	\$ -	\$ 1.028.659,07	\$ 1.101.056,75
40112 (-) Descuento En Ventas	\$ -167.714.864,33	\$ -148.082.394,35	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -19.458.443,66	\$ -
40113 (-) Devoluciones En Ventas	\$ -12.467.721,02	\$ -13.143.118,06	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -3.028.142,16	\$ -
40115 (-) Otras Rebajas Comerciales	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -259.249,80	\$ -
40116 Utilidad En Cambio	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 11.627,18	\$ -
402 Ganancia Bruta	\$ -	\$ 1.000.711.775,57	\$ 354.687.232,46	\$ 312.307.927,31	\$ -	\$ 236.961.302,63	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
403 Otros Ingresos	\$ -	\$ -	\$ 13.728.240,60	\$ 17.979.077,19	\$ -	\$ 1.654.676,98	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
501 Costo De Ventas Y Producción	\$ 2.557.102.527,87	\$ 2.410.500.034,12	\$ 1.077.307.919,53	\$ 982.670.523,68	\$ 512.693.945,01	\$ 468.054.030,37	\$ 333.269.906,03	\$ 232.174.383,12	\$ 223.855.743,00	\$ -
502 Gastos	\$ 771.745.691,54	\$ 686.296.931,50	\$ 311.002.604,77	\$ 285.980.743,47	\$ 216.059.667,40	\$ 200.771.640,13	\$ 100.469.871,33	\$ 49.579.418,54	\$ 47.960.594,30	\$ -
50201 Gastos De Venta	\$ 125.174.597,31	\$ 126.297.754,31	\$ 12.936.552,92	\$ 12.301.904,69	\$ 151.310.185,55	\$ 141.274.008,44	\$ 64.920.890,05	\$ -	\$ -	\$ -
50202 Gastos Administrativos	\$ 577.579.170,87	\$ 513.362.256,90	\$ 252.822.979,39	\$ 231.929.753,26	\$ 36.893.895,60	\$ 35.354.103,29	\$ 29.043.441,73	\$ -	\$ 44.218.739,66	\$ -
50203 Gastos Financieros	\$ 46.204.675,35	\$ 45.627.742,27	\$ 16.051.534,03	\$ 14.097.246,19	\$ 27.855.586,25	\$ 24.143.528,40	\$ 6.505.539,55	\$ -	\$ 3.934.630,51	\$ -
50204 Otros Gastos	\$ 22.787.248,01	\$ 1.009.178,02	\$ 29.191.538,43	\$ 27.651.839,33	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.426.048,37	\$ -
600 Ganancia (Pérdida) Antes De 15%	\$ 274.234.537,53	\$ 290.543.939,07	\$ 57.412.868,29	\$ 44.306.261,03	\$ 47.406.175,00	\$ 37.844.339,48	\$ 38.387.771,90	\$ -	\$ 11.458.763,82	\$ -
601 15% Participación Trabajadores	\$ 48.389.557,08	\$ 49.613.211,94	\$ 8.611.930,24	\$ 6.986.445,27	\$ 7.110.926,00	\$ 5.676.650,92	\$ 5.758.165,78	\$ -	\$ 1.718.814,57	\$ -
602 Ganancia (Pérdida) Antes De Imp	\$ 225.844.980,45	\$ 240.930.727,13	\$ 48.800.938,05	\$ 37.319.815,76	\$ 40.295.249,00	\$ 32.167.688,56	\$ 32.629.606,12	\$ -	\$ 9.739.949,25	\$ -

De la provincia de Chimborazo

222		154		106,08 mill.		0,11 mil M					
COMPAÑÍAS ACTIVAS		PRESENTARON BALANCES		INGRESOS POR VENTAS		INGRESOS TOTALES					
EMPRESAS SUJETAS AL CONTROL DE LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, VALORES Y SEGUROS											
No.	Nombre	CIU 6	Empleados	Ingresos Totales	Utilidad neta	IR Causado	Activos	Patrimonio	Ingresos ventas	U. antes de impuesto	Utilidad del ejercicio
1992	SERVIOIL CIA. LTDA.	G4730.01	4	23.626.970,72	25.725,76	13.659,21	1.076.712,97	155.677,67	23.622.292,48	39.384,97	39.384,97
2705	DISTRIBUIDORA COMERCIAL BASTIDAS VILLACIS BASVIMART CIA.LTDA.	G4610.09	68	13.106.604,43	218.018,82	89.460,37	3.504.013,35	835.558,82	13.063.821,67	0,00	10.538.918,13
3744	COMERCIAL "SAN FRANCISCO" COMSAFRAN CIA.LTDA.	G4540.02	24	8.818.559,19	119.886,80	0,00	2.626.234,74	361.617,36	8.817.315,26	119.886,80	119.886,80
4218	ECOALCHIMBORAZO S.A.	G4630.99	45	8.133.189,69	127.562,73	48.864,12	1.796.201,84	252.630,86	8.133.189,69	176.426,85	207.561,00
5002	AHIES SUPERMERCADO S.A.	G4711.02	21	6.181.494,43	174.008,46	58.993,67	1.744.502,55	276.001,46	6.180.075,61	233.002,13	274.120,15
5594	SUPERMERCADO Y COMISARIATO HORTENCIA VARGAS DE JARA E HIJOS CLTDA.	G4711.01	25	3.644.902,17	60.359,61	24.657,80	2.795.770,95	862.574,62	3.628.150,53	80.038,69	94.163,40
6880	EQUAFIELDS CL	G4630.12	5	4.628.007,89	145.711,09	41.919,68	638.821,17	186.115,09	4.627.525,71	187.630,77	220.742,08
7195	MEDIODÍA FOODS CIA.LTDA.	G4721.09	133	4.166.185,94	196.537,73	0,00	689.444,81	335.752,85	4.166.185,94	196.537,73	196.537,73
9035	PROGRESIO CIA. LTDA.	G4641.21	4	993.149,16	9.344,61	4.854,59	2.336.277,88	174.947,41	991.458,32	14.199,40	16.705,18
9541	IMPORTADORA VILEMA ESCUDERO IMEVFT CIA.LTDA.	G4690.00	2	2.104.668,84	26.408,98	35.981,13	1.130.710,80	35.720,74	2.104.668,84	62.390,11	73.400,13
10684	PUEBLA CHAVEZ Y ASOCIADOS CIA. LTDA.	G4661.03	11	1.097.847,02	5.833,86	6.193,28	1.335.791,25	474.030,85	1.097.822,79	0,00	14.148,58
11160	IMPORAKABADOS CIA.LTDA.	G4663.13	3	2.100.565,26	3.209,40	0,00	453.658,87	24.274,73	2.100.565,26	3.209,40	4.840,72
11746	FERRETERIA Y CONSTRUCCIONES SC FERRICOCONSTRUC CIA.LTDA.	G4610.05	8	1.656.297,71	-15.956,98	0,00	670.715,43	34.754,18	1.656.297,71	-15.956,98	-15.956,98
11906	SEMPROVECIO CIA.LTDA.	G4610.09	8	2.260.689,95	7.314,59	2.438,20	87.916,67	9.119,44	2.260.689,95	0,00	-106319,63
12234	ELECTROVENTAS LA BAHIA ELECTROBAHIA CIA. LTDA.	G4759.05	9	983.519,77	-91.397,24	0,00	1.092.225,10	151.288,07	983.519,77	-91.397,24	-91.397,24
12769	MERINO MONTOYA E HIJOS CIA. LTDA.	G4530.00	5	1.604.201,74	5.094,72	0,00	361.321,34	221.147,18	1.604.201,74	5.094,72	7.991,72
12942	INDUSTRIAS METÁLICAS VILEMA IMEV INDUMIEV CIA.LTDA.	G4690.00	12	1.291.283,81	8.264,72	0,00	688.448,01	14.901,86	1.291.283,81	0,00	14.499,49
14320	AUTOMOTORES ANTONIO LARREA CIA.LTDA.	G4510.01	19	739.727,58	-64.043,50	7.169,84	785.034,81	419.308,59	678.780,29	-64.043,50	-58.073,66
27482	PRODEGRANOS CIA.LTDA.	G4620.11	2	233.510,55	17.469,29	3.467,73	270.298,92	18.441,04	233.510,55	20.937,02	20.937,02
28025	CADENA DE SUPERMERCADOS CALUG D' LULA S.A.S.	G4711.02	3	419.745,19	1.008,24	0,00	62.485,38	62.244,69	419.745,19	0,00	1.008,24
Total			964	106.251.462,83	1.620.067,60	418.773,59	35.068.643,53	7.955.545,01	106.077.891,35	1.454.978,79	13.661.212,11

De la ciudad de Riobamba y por segmento

(En blanco)		(En blanco)		(En blanco)		(En blanco)				
COMPAÑÍAS ACTIVAS		PRESENTARON BALANCES		INGRESOS POR VENTAS		INGRESOS TOTALES				
EMPRESAS SUJETAS AL CONTROL DE LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, VALORES Y SEGUROS										
No.	Nombre	CIU 6	Empleados	Ingresos Totales	Utilidad neta	IR Causado	Activos	Patrimonio	Ingresos ventas	U.
1992	SERVIOIL CIA. LTDA.	G4730.01	4	23.626.970,72	25.725,76	13.659,21	1.076.712,97	155.677,67	23.622.292,48	
2705	DISTRIBUIDORA COMERCIAL BASTIDAS VILLACIS BASVIMART CIA.LTDA.	G4610.09	68	13.106.604,43	218.018,82	89.460,37	3.504.013,35	835.558,82	13.063.821,67	
3744	COMERCIAL "SAN FRANCISCO" COMSAFRAN CIA.LTDA.	G4540.02	24	8.818.559,19	119.886,80	0,00	2.626.234,74	361.617,36	8.817.315,26	
4218	ECOALCHIMBORAZO S.A.	G4630.99	45	8.133.189,69	127.562,73	48.864,12	1.796.201,84	252.630,86	8.133.189,69	
5002	AHIES SUPERMERCADO S.A.	G4711.02	21	6.181.494,43	174.008,46	58.993,67	1.744.502,55	276.001,46	6.180.075,61	
Total			162	59.866.818,46	665.202,57	210.977,37	10.747.665,45	1.881.486,17	59.816.694,71	

Seleccionar todo
 GRANDE
 MEDIANA
 MICROEMPRESA
 PEQUEÑA

GRANDE

Sector

Selección múltiple

CIU Nivel 6

Todas

EMPRESA:	Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Ba Ahies Supermercado S.A				Supermercado y Comisariato Hortencia Varg		Comercializadora Cali & (Cadena de Supermercados Cali)	Superintencisa Cia. Ltda.
RUC:	0691750922001	0691770665001	0691770665001	0691770665001	0690066971001	0691750264001	0691782190001	0691765296001
PERIODO:	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2022
CODIGO Cuentas Del Balance General								
1 Total Activo	\$ 3.504.013,35	\$ 2.861.574,73	\$ 1.744.502,55	\$ 1.318.081,53	\$ 2.795.770,95		\$ 62.485,38	\$ 400,00
101 Activo Corriente	\$ 1.954.277,18	\$ 1.563.811,07	\$ 960.049,12	\$ 891.023,49	\$ 1.628.483,44		\$ 60.511,86	\$ 400,00
102 Activos no Corrientes	\$ 1.549.736,17	\$ 1.297.763,66	\$ 784.453,43	\$ 427.058,04	\$ 1.167.287,51		\$ -	\$ -
2 Total Pasivo	\$ 2.668.454,53	\$ 2.189.013,08	\$ 1.468.501,09	\$ 1.216.087,19	\$ 1.933.196,33		\$ 240,49	\$ -
201 Pasivo Corriente	\$ 2.247.368,17	\$ 1.599.311,29	\$ 931.961,08	\$ 836.547,18	\$ 1.863.973,13		\$ 240,49	\$ -
202 Pasivo no Corriente	\$ 421.086,36	\$ 589.701,79	\$ 536.540,01	\$ 379.540,01	\$ 69.223,20		\$ -	\$ -
3 Patrimonio neto	\$ 835.558,82	\$ 672.561,65	\$ 276.001,46	\$ 101.994,34	\$ 862.574,62		\$ 62.244,89	\$ 400,00
30 Patrimonio Neto Atribuible A Los Propietarios De	\$ 835.558,82	\$ 672.561,65	\$ 276.001,46	\$ 101.994,34	\$ 862.574,62		\$ 62.244,89	\$ 400,00
301 Capital	\$ 546.779,00	\$ 546.779,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 709.200,00		\$ 1.000,00	\$ 400,00
302 Aportes De Socios O Accionistas Para Futura	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -		\$ 59.375,22	\$ -
304 Reservas	\$ 49.041,33	\$ 37.566,65	\$ 9.663,90	\$ -	\$ 89.780,88		\$ -	\$ -
305 Otros resultados integrales	\$ 21.719,67	\$ 3.490,00	\$ -	\$ -	\$ 3.234,13		\$ -	\$ -
306 Resultados acumulados	\$ -	\$ -	\$ 87.309,10	\$ 141,95	\$ -		\$ 861,43	\$ -
307 Resultados del Ejercicio	\$ 218.018,82	\$ 84.726,00	\$ 174.008,46	\$ 96.852,39	\$ 60.359,61		\$ 1.008,24	\$ -
CODIGO Cuentas Del Balance De Resultados								
401 Ingresos De Actividades Ordinarias	\$ 13.063.821,67	\$ 11.328.365,50	\$ 6.180.075,61	\$ 3.852.742,12	\$ 3.628.150,53		\$ 419.745,19	\$ -
40101 Venta De Bienes	\$ 13.067.256,07	\$ 11.291.613,60	\$ 6.167.391,04	\$ 3.844.968,42	\$ 3.641.719,60	El 2022 no tiene presentado	\$ 419.745,19	\$ -
40102 Prestacion De Servicios	\$ -	\$ -	\$ 12.684,57	\$ 7.773,70	\$ -	Tiene un supermercado Cali	\$ -	\$ -
40106 Intereses	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	El 2021 si tiene	\$ -	\$ -
40110 Ingresos Financieros	\$ 6.565,60	\$ 1.221,87	\$ -	\$ -	\$ 880,67	Es nuestro proveedor	\$ -	\$ -
40112 (-) Descuento En Ventas	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -14.006,76	de azucar valdez, y es gran	\$ -	\$ -
40113 (-) Devoluciones En Ventas	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -442,98	aparentemente es mas grai	\$ -	\$ -
403 Otros Ingresos	\$ 42.782,76	\$ 35.530,00	\$ 1.418,82	\$ 3.217,79	\$ 16.751,64	o no factura todas sus venta	\$ -	\$ -
501 Costo De Ventas Y Producción	\$ 1.135.464,82	\$ 9.924.327,95	\$ 5.412.226,18	\$ 3.387.652,63	\$ 2.863.634,92		\$ 411.208,99	\$ -
502 Gastos	\$ 1.432.221,48	\$ 1.251.067,44	\$ 495.148,10	\$ 315.502,69	\$ 687.103,85		\$ 7.527,96	\$ -
50201 Gastos De Venta	\$ 430.247,39	\$ -	\$ 248.512,79	\$ 158.562,95	\$ 283.826,87		\$ -	\$ -
50202 Gastos Administrativos	\$ 845.953,79	\$ -	\$ 242.202,33	\$ 160.220,42	\$ 393.487,60		\$ 7.126,19	\$ -
50203 Gastos Financieros	\$ 136.433,51	\$ -	\$ 4.432,98	\$ 2.000,77	\$ 998,98		\$ -	\$ -
50204 Otros Gastos	\$ 19.586,79	\$ -	\$ -	\$ 4.718,55	\$ 8.790,40		\$ -	\$ -
600 Ganancia (Pérdida) Antes De 15% A Trabaj	\$ -	\$ 152.970,07	\$ 274.120,15	\$ 152.804,59	\$ 94.163,40		\$ 1.008,24	\$ -
601 15% Participación Trabajadores	\$ 56.285,98	\$ 22.945,51	\$ 41.118,02	\$ 22.920,69	\$ 14.124,51		\$ 151,24	\$ 490,74
602 Ganancia (Pérdida) Antes De Impuestos	\$ -	\$ -	\$ 233.002,13	\$ 129.883,90	\$ 80.038,89		\$ -	\$ -
603 Impuesto A La Renta Causado	\$ 89.460,37	\$ 40.839,30	\$ 58.993,67	\$ 33.831,50	\$ 24.657,80		\$ -	\$ 449,61
604 Ganancia (Pérdida) De Operaciones Contin	\$ -	\$ -	\$ 174.008,46	\$ 96.852,39	\$ -		\$ -	\$ -
605 (-) Gasto Por Impuesto Diferido	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -4.978,52		\$ -	\$ -
606 (+) Ingreso Por Impuesto Diferido	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -		\$ -	\$ -
607 Ganancia (Pérdida) De Operaciones Contin	\$ 218.018,82	\$ 89.185,26	\$ -	\$ -	\$ -		\$ -	\$ -

Número de supermercados por provincias (2022):

Nota: Recuerde que la simbología para determinar el número de supermercados por ciudades, detallado para cada empresa, viene dada por: **CLF** (Corporación Favorita), **CER** (Corporación El Rosado), **TIA** (Almacenes Tia), **SMR** (Mega Santa María) y **COR** (Coral Hipermercados).

Nº	PROVINCIA	CLF	CER	TIA	SMR	COR	TOTAL	PORCENTAJE
1	Guayas	31	68	91	2	3	195	35,85%
2	Pichincha	49	6	41	26	2	124	22,79%
3	Manabí	13	9	26	1	2	51	9,38%
4	Los Ríos	4	4	17	-	-	25	4,60%
5	El Oro	8	4	10	-	-	22	4,04%
6	Azuay	8	-	4	-	7	19	3,49%
7	Esmeraldas	4	-	9	1	-	14	2,57%
8	Santa Elena	3	5	5	-	-	13	2,39%
9	Tungurahua	5	1	5	1	-	12	2,21%
10	Santo Domingo	4	1	6	-	1	12	2,21%
11	Imbabura	5	-	4	3	-	12	2,21%
12	Cotopaxi	4	-	4	2	-	10	1,84%
13	Chimborazo	3	1	3	1	-	8	1,47%
14	Loja	2	-	3	-	-	5	0,92%
15	Cañar	1	1	2	-	-	4	0,74%
16	Sucumbios	1	-	2	-	-	3	0,55%
17	Zamora Chinchipe	-	-	2	-	-	2	0,37%
18	Napo	-	-	2	-	-	2	0,37%
19	Orellana	-	-	3	-	-	3	0,55%
20	Bolívar	1	-	2	-	-	3	0,55%
21	Pastaza	1	-	1	-	-	2	0,37%
22	Carchi	2	-	-	-	-	2	0,37%
23	Morona Santiago	-	-	1	-	-	1	0,18%
TOTAL		149	100	243	37	15	544	100,00%

Fuente: Supermercados, tabla de autoría propia.

Fecha de actualización: 21 de enero de 2022 (Inauguración de Super Akí Pasaje)

Los 50 Supermercados Más Grandes Del Ecuador (2019)

#	AUTOSERVICIO	CIUDAD	PROVINCIA	ÁREA (m ²)	APERTURA
1	Hipermarket Norte	Guayaquil	Guayas	18.595,00	2004
2	Hipermarket El Dorado	Daule	Guayas	14.889,00	2013
3	Hipermarket Valle de los Chillos	Sangolquí	Pichincha	14.380,00	2009
4	Hipermarket Machala	Machala	El Oro	14.347,00	2007
5	Hipermarket Sur	Guayaquil	Guayas	12.807,00	2004
6	Hipermarket Vía a Daule	Guayaquil	Guayas	12.271,00	2008
7	Hipermarket Ambato	Ambato	Tungurahua	11.740,00	2019
8	Hipermarket Riobamba	Riobamba	Chimborazo	11.504,00	2011
9	Hipermarket Santo Domingo	Santo Domingo	Santo Domingo	11.339,00	2006
10	Coral Mall del Río	Cuenca	Azuay	10.890,00	2004
11	Coral Centro	Cuenca	Azuay	10.790,00	2000
12	Megamaxi 6 de Diciembre	Quito	Pichincha	10.606,00	2002
13	Hipermarket La Península	La Libertad	Santa Elena	9.033,00	2002
14	Hipermarket Quevedo	Quevedo	Los Ríos	9.027,00	2011
15	Coral La Y	Quito	Pichincha	8.904,00	2017
16	Megamaxi Mall del Sol	Guayaquil	Guayas	8.459,00	1997
17	Coral Monay	Cuenca	Azuay	8.157,00	2010
18	Coral Sucre	Cuenca	Azuay	7.868,00	2015
19	Megamaxi San Luis	Sangolquí	Pichincha	7.787,00	2005
20	Coral Vía a Daule	Guayaquil	Guayas	7.366,00	2014
21	Megamaxi Los Ceibos	Guayaquil	Guayas	7.220,00	2005
22	Hipermarket Babahoyo	Babahoyo	Los Ríos	7.218,00	2012
23	Megamaxi Mall del Pacífico	Manta	Manabí	7.091,00	2017
24	Coral Racar	Cuenca	Azuay	7.053,00	2014
25	Hipermarket Bahía	Bahía de Caráquez	Manabí	6.814,00	2014
26	Hipermarket Daule	Daule	Guayas	6.671,00	2012
27	Coral Guayaquil	Guayaquil	Guayas	6.641,00	2002
28	Hipermarket Durán	Durán	Guayas	6.439,00	2014
29	Megamaxi Quicentro Sur	Quito	Pichincha	6.274,00	2010
30	Megamaxi Portal	Quito	Pichincha	6.257,00	2019
31	Megamaxi El Recreo	Quito	Pichincha	6.253,00	2007
32	Megamaxi CityMall	Guayaquil	Guayas	6.238,00	2011
33	Megamaxi Scala	Quito	Pichincha	6.233,00	2012
34	Hipermarket Albán Borja	Guayaquil	Guayas	6.119,00	2005
35	Hipermarket Milagro	Milagro	Guayas	6.067,00	2004
36	Hipermarket La Prensa	Quito	Pichincha	6.000,00	2002
37	Mi Comisariato Vía a Daule 12 1/2	Guayaquil	Guayas	5.901,00	2013
38	Megamaxi El Condado	Quito	Pichincha	5.892,00	2007
39	Mi Comisariato Durán	Durán	Guayas	5.757,00	2003
40	Mi Comisariato Mucho Lote	Guayaquil	Guayas	5.606,00	2018
41	Mi Comisariato Montecristi	Manta	Manabí	5.487,00	2018
42	Mi Comisariato Vía a la Costa	Guayaquil	Guayas	5.409,00	2014
43	Megamaxi Mall del Sur	Guayaquil	Guayas	5.249,00	2004
44	Megamaxi Village	Samborondón	Guayas	5.231,00	2009
45	Hipermarket Playas	Playas	Guayas	5.163,00	2013
46	Mi Comisariato Eloy Alfaro	Guayaquil	Guayas	5.144,00	2005
47	Megamaxi Mall de los Andes	Ambato	Tungurahua	5.139,00	2005
48	Mi Comisariato Alborada	Guayaquil	Guayas	5.061,00	2002
49	Hipermarket Portoviejo	Portoviejo	Manabí	5.016,00	2002
50	Hipermarket Manta	Manta	Manabí	4.838,00	2016

FUENTE: Google Maps y Google Earth. Diarios: El Comercio, El Universo, La Hora.

Anexo 2. Estado de Situación Financiera 2021-2022

AHIES SUPERMERCADO	
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA A DICIEMBRE 31 DEL 2021	
ACTIVOS	
ACTIVO	1.318.081,53
ACTIVO CORRIENTE	891.023,49
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES AL EFFECTIVO (CAJA/BA	415.795,89
CAJAS	329.601,15
Caja General	329.501,15
Caja Chica	0.100,00
BANCOS	86.194,74
Banco Pacifico Cta. Cte 8066205	86.194,74
ACTIVOS FINANCIEROS	16.426,54
DOCUMENTOS Y CUENTAS POR COBRAR AL EFECTIVO (CAJA/BA	15.385,83
Clientes Locales	15.385,83
OTRAS CUENTAS POR COBRAR NO RELACIONADAS	1.040,71
Anticipos a Proveedores	1.040,71
INVENTARIOS (ACTIVO REALIZABLE)	408.113,12
INV. COMPLETADOS (MERCADERÍAS)	408.113,12
Mercadería Gravada IVA	262.849,08
Mercadería Gravada V^	145.264,04
SERVICIOS Y OTROS PAGOS ANTICIPADOS (PREPA	2.606,53
SEGUROS PAGADOS POR ANTICIPADO	2.606,53
Primas de seguro pagadas por anticipado	2.606,53
ACTIVOS POR IMPUESTOS CORRIENTES	48.081,41
CREDITO TRIBUTARIO A FAVOR DE LA EMPRESA (IVA)	48.081,41
Crédito tributario IVA (form 104)	44.217,58
309c Retención IVA	3.134,57
708 Retención IVA	0.424,98
100% Retención IVA	0.304,28
ACTIVO NO CORRIENTE	427.050,04
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO (ACTIVO FIJO)	427.058,04
EDIFICIOS	370.000,00
Edificios	370.000,00
MUEBLES Y ENSERES Y EQUIPO DE OFICINA	7.264,08
Muebles y Enseres	5.560,00
Equipo de Oficina	1.704,08
MAQUINARIA Y EQUIPO	6.000,00
Maquinaria y Equipo	6.000,00
EQUIPO DE COMPUTACION	14.783,37
Equipos de Computación	14.783,37
VEHICULOS, EQUIPOS DE TRANSPORTE Y EQUIPO CA	48.000,00
Vehículos, Equipos de Transporte	48.000,00
(-) DEPRECIACION ACUMULADA PROPIEDAD PLANTA	-18.989,41
Dep. Acum. Edificios	-13.311,00
Dep. Acum. Muebles y Enseres	-0.208,55
Dep. Acum. Maquinaria y Equipos	-0.226,26
Dep. Acum. Equipo de Computacion	-1.928,24
Dep. Acum. Vehiculos, Equipos de Transporte	-3.217,92
Dep. Acum. Equipo de Oficina	-0.097,44
Total ACTIVO	1.318.081,53

PASIVOS	
PASIVO	1.216.087,19
PASIVO CORRIENTE	1.216.087,19
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR (PROVEEDORES)	735.049,85
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR PROVEEDORES	735.049,85
Cuentas por Pagar Proveedores no Relacionados Localmente	732.759,03
Cheque Proveedores PP	2.290,82
OTRAS OBLIGACIONES CORRIENTES CON ADMINISTRACION	57.628,75
Impuesto IVA	27.088,78
IVA Ventas Locales	267.953,87
IVA Compras Locales	285.082,67
IVA Pagado	44.217,58
SRI RETENCIONES IVA	0.921,03
100% Retencion IVA	0.921,03
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR DEL EJERCICIO	0.463,96
302-Relacion Dependencia Supera o no Base Gravitosa	0.300,00
311- Liquidaciones de compra	0.163,96
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR DEL EJERCICIO	14.878,32
Impuesto a la Renta del Ejercicio	29.154,98
PASIVOS CORRIENTES POR BENEF. EMPLEADOS	43.868,56
OBLIGACIONES CON EL FISCAL	4.241,09
Aportes FISCAL por Pagar	4.241,09
BENEFICIOS POR PAGAR EMPLEADOS	16.706,78
Provisiones Décimo Tercero	6.302,91
Provisiones Décimo Cuarto Sueldo	4.332,90
Provisiones Vacaciones	6.070,97
PARTICIPACION TRABAJADORES POR PAGAR DEL EJERCICIO	22.920,69
13% Utilidades por Pagar Trabajadores	22.920,69
CUENTAS POR PAGAR DIVERSAS / RELACIONADAS	379.540,01
PRESTAMO ACCIONISTAS LOCALES	379.540,01
Prestamo Accionistas Locales	379.540,01
OTROS PASIVOS CORRIENTES	0.000,02
OTRAS CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR NO RELACIONADOS	0.000,02
Documentos por Recibir Nacionales	0.000,02
Total Pasivo	1.216.087,19
PATRIMONIO PATRIMONIO NETO	
CAPITAL	-50.810,25
CAPITAL SUSCRITO O ASIGNADO	5.000,00
CAPITAL SUSCRITO ASIGNADO	5.000,00
Capital Catalina Beatriz Trujillo Villacis	5.000,00
Capital Maria Elena Ojeda Trujillo	2.250,00
Capital Sebastian Alejandro Ojeda Trujillo	2.250,00
RESULTADOS ACUMULADOS	0.141,95
GANANCIAS ACUMULADAS UTILIDADES NO REALIZADAS	0.141,95
Utilidad Años anteriores	0.141,95
RESULTADOS DEL EJERCICIO	-55.951,20
GANANCIAS NETAS DEL PERIODO (UTILIDAD)	-55.950,20
GANANCIAS NETAS DEL PERIODO (UTILIDAD)	-55.949,20
Ganancias Netas del Periodo (Utilidad)	-55.948,20
Resultado del Ejercicio Actual	152.804,59
Total Patrimonio	101.994,34
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	1.318.081,53

 SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, VALORES Y SEGUROS	RAZÓN SOCIAL	AHIES SUPERMERCADO S.A.
	DIRECCIÓN	CARONDELET Y CARABOBO
	EXPEDIENTE	318763
	RUC	0691778665001
	AÑO	2022
	FORMULARIO	SCV.NIIF.318763.2022.1
FECHA DE LA JUNTA QUE APROBÓ LOS ESTADOS		Mar 17, 20
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA		
CUENTA	CÓDIGO	VALOR (En)
ACTIVO	1	1744502,55
ACTIVO CORRIENTE	101	960049,12
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFFECTIVO	10101	480156,14
CAJA	1010101	339141,84
INSTITUCIONES FINANCIERAS PRIVADAS	1010103	141014,30
ACTIVOS FINANCIEROS	10102	16110,47
DEUDORES COMERCIALES Y OTRAS CUENTAS POR	1010205	16110,47
DE ACTIVIDADES ORDINARIAS QUE GENEREN INTERESES	101020501	16110,47
CUENTAS Y DOCUMENTOS A COBRAR A CLIENTES	10102050101	16110,47
INVENTARIOS	10103	422751,38
INVENTARIOS DE PROD. TERM. Y MERCAD. EN ALMACÉN -	1010306	422751,38
SERVICIOS Y OTROS PAGOS ANTICIPADOS	10104	7178,26
SEGUROS PAGADOS POR ANTICIPADO	1010401	2810,00
ANTICIPOS A PROVEEDORES	1010403	4368,26
ACTIVOS POR IMPUESTOS CORRIENTES	10105	33852,87
CRÉDITO TRIBUTARIO A FAVOR DE LA EMPRESA (IVA)	1010501	33852,87
ACTIVOS NO CORRIENTES	102	784453,43
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO	10201	784453,43
TERRENOS	1020101	322500,00
EDIFICIOS	1020102	370000,00
CONSTRUCCIONES EN CURSO	1020103	15555,04
MUEBLES Y ENSERES	1020105	8938,08
MAQUINARIA Y EQUIPO	1020106	55107,30
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	1020108	14783,37
VEHÍCULOS, EQUIPOS DE TRASPORTE Y EQUIPO	1020109	48000,00
(-) DEPRECIACIÓN ACUMULADA PROPIEDADES, PLANTA Y	1020112	-50430,36
PASIVO	2	1468501,09
PASIVO CORRIENTE	201	931961,08
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR	20103	814156,38
PROVEEDORES	201030102	773391,04
OTRAS	201030103	40765,34
OTRAS OBLIGACIONES CORRIENTES	20107	117804,70
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR DEL EJERCICIO	2010702	53774,46
CON EL IESS	2010703	3833,86
POR BENEFICIOS DE LEY A EMPLEADOS	2010704	19078,36
PARTICIPACIÓN TRABAJADORES POR PAGAR DEL	2010705	41118,02
PASIVO NO CORRIENTE	202	536540,01
CUENTAS POR PAGAR A RELACIONADAS	20204	536540,01
PRÉSTAMOS DE ACCIONISTAS	202040101	536540,01

PATRIMONIO NETO	3	276001,46
PATRIMONIO NETO ATRIBUIBLE A LOS PROPIETARIOS DE	30	276001,46
CAPITAL	301	5000,00
CAPITAL SUSCRITO O ASIGNADO	30101	5000,00
RESERVAS	304	9683,90
RESERVA LEGAL	30401	9683,90
RESULTADOS ACUMULADOS	306	87309,10
GANANCIAS ACUMULADAS	30601	87309,10
RESULTADOS DEL EJERCICIO	307	174008,46
GANANCIA NETA DEL PERIODO	30701	174008,46

Anexo 3. Estados de resultados 2021-2022

AHIES SUPERMERCADO S.A.	
ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES AHÍES SA A ADIC-31-2021	
INGRESOS	
INGRESOS	3.855.959,91
INGRESOS DE ACTIVIDADES ORDINARIAS	3.852.742,12
VENTA DE BIENES Y SERVICIOS CON IVA	2.232.948,88
VENTAS NETAS CON IVA	243.658,17
VENTA DE BIENES Y SERVICIOS CON IVA	2.235.061,07
VENTA DE SERVICIOS CON IVA	8.597,10
DEVOLUCIONES EN VENTAS	-10.709,29
DEVOLUCIONES EN VENTAS DE BIENES	-9.885,89
DEVOLUCIONES EN VENTA DE SERVICIOS	-0.823,40
VENTA DE BIENES Y SERVICIOS TARIFA CERO	1.619.793,24
VENTAS NETAS CON IVA 0%	1.627.843,68
VENTAS DE VIENES TARIFA 0	1.626.079,62
SERVICIOS FUNDA TARIFA 0	1.764,06
DESCUENTO Y VENTA BIENES Y SERVIICOS TARIFA 0	0.332,96
DESCUENTO EN VENTA DE BIENES TARIFA 0	0.332,96
DEVOLUCIONES EN VENTAS TARIFA 0	-8.383,40
DEVOLUCIONES EN VENTA DE BIENES TARIFA 0	-8.376,77
DEVOLUCIONES EN VENTA DE SERVICIOS TARIFA 0	-0.006,63
INGRESOS FINANCIEROS Y ORROS NO OPERACIONALES	3.217,79
OTROS INGRESOS	3.217,79
DIFERENCIAS DE PAGOS Y COBROS	0.747,87
OTROS INGRESOSO	2.469,92
TOTAL INGRESOS	38.555.959,91
GASTOS	
COSTOS	3.387.652,63
COSTO DE VENTAS	3.387.652,63
COSTOS PRODUCTOS VENDIDOS	3.387.652,63
COSTO DE VENTAS CON IVA	1.989.465,30
COSTOS DE VENTA TARIFA 0%	1.415.918,72
DESCUENTO N/C FINANC. PRONTO PAGO	-17.656,39
PRODUCTOS GRATIS POR PROMOCION	-0.075,00
GASTOS	315.502,69
GASTOS DE VENTAS	158.562,95
SUELDOS, SALRIOS	48.220,75
SUELDOS, SALRIOS	46.191,35
HORAS EXTRA	2.029,40
APORTES A LA SEGURIDAD SOCIAL	5.812,21
APORTE PATRONAL	5.329,96
IECE SECAP	0.482,25
BENEFICIOS SOCIALES E INDEMNIZACIONES	9.775,25
DECIMO TERCER SUELDO	3.959,59
DECIMO CUARTO	3.806,31

VACIONES	1.009,35
GASTO PLANES DE BENEFICIOS A EMPLEADOS	3.961,15
GASTO OTROS BENEFICIOS A COLABORADORES	3.961,15
ALIMENTACIÓN	1.616,21
UNIFORMES	1.123,46
MEDICINA	0.022,60
FIESTAS	1.198,58
HONORARIOS, COMISIONES Y METAS PERSONALES	0.305,35
MANTENIMIENTO Y REPARACIONES	29.186,04
MANTENIMIENTO EDIFICIOS	24.672,23
MANTENIMEINTO MAQUINARIA	0.569,31
MANTENIMIENTO MUEBLES	1.187,85
MANTENIMIENTO EQ. OFICINA	0.025,00
MANTENIMEINTO EQ. COMPUTO	0.403,15
MANTENIMIENTO VEHÍCULOS	0.492,26
MANTENIMIENTO SISTEMAS DE COMUNICACIÓN	1.836,25
PROMOCION Y PUBLICIDAD	2.730,91
PUBLICIDAD LETREOR S	0.471,62
PUBLICIDA PERIODICOS	0.139,29
PUBLICIDAD RADIO	2.120,00
COMBUSTIBLE	0.534,69
SEGUROS Y REASEGUROS	0.210,05
TRANSPORTE	3.551,02
GASTOS DE GESTION	0.029,52
GASTOS DE VIAJE	0.816,31
SERVICIOS VARIOS	24.335,09
SERVICIOS PUBLICOS	9.668,72
SUMINISTROS Y MATERIALES	14.534,21
OTROS SERVICIOS	0.132,16
NOTARISO Y REGISTRADORES	0.338,04
IMPUESTOS CONTRIBUCIONES Y OTROS	9.767,16
DEPRECIACIONES	18.989,41
GASTOS ADMINISTRATIVOS	150.220,42
GASTOS FINANCIEROS	2.000,77
OTROSW GASTOS	2.476,43
GASTOS NO DEDUCIBLES	2.242,12
TOTAL GASTOS	3.703.155,32
RESULTADOS	152.804,59

 SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, VALORES Y SEGUROS	RAZÓN SOCIAL	AHIES SUPERMERCADO S.A.
	DIRECCIÓN	CARONDELET Y CARABOBO
	EXPEDIENTE	318763
	RUC	0691778665001
	AÑO	2022
	FORMULARIO	SCV.NIIF.318763.2022.1
ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL		
CUENTA	CÓDIGO	VALOR (En)
INGRESOS DE ACTIVIDADES ORDINARIAS	401	6180075,61
VENTA DE BIENES	40101	6167391,04
PRESTACION DE SERVICIOS	40102	12684,57
OTROS	4010204	12684,57
OTROS INGRESOS	403	1418,82
OTROS	40303	1418,82
COSTO DE VENTAS Y PRODUCCIÓN	501	5412226,18
MATERIALES UTILIZADOS O PRODUCTOS VENDIDOS	50101	5412226,18
(+) INVENTARIO INICIAL DE BIENES NO PRODUCIDOS POR	5010101	408113,12
(+) COMPRAS NETAS LOCALES DE BIENES NO	5010102	5426864,44
(-) INVENTARIO FINAL DE BIENES NO PRODUCIDOS POR LA	5010104	-422751,38
GASTOS	502	495148,10
GASTOS DE VENTA	50201	248512,79
SUELDOS, SALARIOS Y DEMÁS REMUNERACIONES	5020101	70008,10
APORTES A LA SEGURIDAD SOCIAL (INCLUIDO FONDO DE	5020102	11294,85
BENEFICIOS SOCIALES E INDEMNIZACIONES	5020103	14899,74
GASTO PLANES DE BENEFICIOS A EMPLEADOS	5020104	15252,99
HONORARIOS, COMISIONES Y DIETAS A PERSONAS	5020105	5038,21
MANTENIMIENTO Y REPARACIONES	5020108	26217,03
ARRENDAMIENTO	5020109	12000,00
PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	5020111	6548,37
COMBUSTIBLES	5020112	1684,07
SEGUROS Y REASEGUROS (PRIMAS Y CESIONES)	5020114	4197,88
TRANSPORTE	5020115	6172,04
GASTOS DE GESTIÓN (AGASAJOS A ACCIONISTAS,	5020116	751,20
GASTOS DE VIAJE	5020117	866,85
AGUA, ENERGÍA, LUZ, Y TELECOMUNICACIONES	5020118	17497,66
DEPRECIACIONES:	5020120	31440,95
PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO	502012001	31440,95
SUMINISTROS Y MATERIALES	5020127	24642,85
GASTOS ADMINISTRATIVOS	50202	242202,33
SUELDOS, SALARIOS Y DEMÁS REMUNERACIONES	5020201	150378,24
APORTES A LA SEGURIDAD SOCIAL (INCLUIDO FONDO DE	5020202	26501,17
BENEFICIOS SOCIALES E INDEMNIZACIONES	5020203	23384,22
GASTO PLANES DE BENEFICIOS A EMPLEADOS	5020204	560,31
HONORARIOS, COMISIONES Y DIETAS A PERSONAS	5020205	6539,29
MANTENIMIENTO Y REPARACIONES	5020208	5760,66
PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	5020211	569,38
GASTOS DE VIAJE	5020217	120,47
AGUA, ENERGÍA, LUZ, Y TELECOMUNICACIONES	5020218	543,89
IMPUESTOS, CONTRIBUCIONES Y OTROS	5020220	13768,35
SUMINISTROS Y MATERIALES	5020228	901,43
OTROS GASTOS	5020229	13174,92
GASTOS FINANCIEROS	50203	4432,98
COMISIONES	5020302	4432,98
COMISIONES PAGADAS POR INTERMEDIACIÓN DE	502030201	4432,98
POR COMISIÓN EN OPERACIONES	50203020104	4432,98
GANANCIA (PÉRDIDA) ANTES DE 15% A TRABAJADORES E	600	274120,15
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	601	41118,02
GANANCIA (PÉRDIDA) ANTES DE IMPUESTOS	602	233002,13
IMPUESTO A LA RENTA CAUSADO	603	58993,67
GANANCIA (PÉRDIDA) DE OPERACIONES CONTINUADAS	604	174008,46
GANANCIA (PÉRDIDA) NETA DEL PERIODO	707	174008,46

Anexo 4. Base de datos sector retail 2021

ranking_2021 - Excel

Archivo Inicio Insertar Diseño de página Fórmulas Datos Revisar Vista Nitro Pro 10 ¿Qué desea hacer? Compartir

Calibri 11 Fuente Ajustar texto General Formato Dar formato Estilos de Insertar Eliminar Formato Reemplazar Reemplazar Buscar y seleccionar

O2549 8599504,96

	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y
	Tipo	Activi	Regi	Provin	Ciudad	Tamaño	Sect	Cant	Activo2022	Patrimonio2022	Ingreso por venta	Utilidad antes del impues	Utilidad del ejercic	Utilidad neta2	IR causado	Ingreso Total	Costos2022	Gastos 2022	
1	ANONIM	G47101	\	SIERRA	PICHINCH	QUITO	GRANDE	MERCA	20866	2480403867	1690022335	235550071	19746304,8	232525064,5	152678104,5	47843670,02	235550071	6235260319	61450844,5
2	ANONIM	G47101	\	COSTA	GUAYAS	GUAYAGU	GRANDE	MERCA	5	91877253,2	203801958	161899562	49800530,5	5742386,29	240728856	14745226,57	144722293	99749410,9	375888862,1
17	ANONIM	G47101	\	COSTA	GUAYAS	GUAYAGU	GRANDE	MERCA	8359	824209392	39276759	3729539,8	40292949	47410714,51	30220705	1064644	77093798,9	635950293	20080944,6
36	ANONIM	G47101	\	COSTA	GUAYAS	GUAYAGU	GRANDE	SOCIET	2827	395704414	290435953,8	310523603,8	49002248,02	57948822,38	3881195,36	1285495,81	31281988,6	21870272,1	8173917,01
111	ANONIM	G47101	\	SIERRA	PICHINCH	QUITO	GRANDE	SOCIET	752	16456302,3	63565807	18972381,9	9786308,58	1169775,05	7395345,8	2498278,46	2003035,54	13890868,4	52033938,19
211	ANONIM	G47101	\	COSTA	GUAYAS	GUAYAGU	GRANDE	SOCIET	12	8949712,2	23009946,82	24009453,2	0	-898823,49	-4745267,17	0	24009453,2	16584498,7	82424453,32
291	SIUCIR	G47101	\	SIERRA	PICHINCH	QUITO	MEDIANA	SOCIET	1	64449789,22	6349993,82	319849,79	0	212900,05	890699,13	530017,2	319849,79	218385,595	189473064
502	ANONIM	G47101	\	SIERRA	PICHINCH	QUITO	GRANDE	SOCIET	108	47590096	2980789	19743095	388973	448203	-23918	620090	167564580	10378667,1	4039083,4
506	ANONIM	G47101	\	SIERRA	PICHINCH	QUITO	GRANDE	SOCIET	445	47317043,04	37954423,27	80648434,56	0	1906317,36	67235,06	0	8263880,51	5683946,55	2162624,93
520	RESPCI	G47101	\	SIERRA	PICHINCH	QUITO	GRANDE	SOCIET	454	45963196,5	25108618,9	12001309,5	8958194,6	8053899,53	6791774,42	2350180,24	12938670,7	9623725,53	3384382,35
122	RESPCI	G47101	\	COSTA	GUAYAS	GUAYAGU	GRANDE	SOCIET	11	3276334,61	3000609,88	562696,86	4007119,6	4007091,66	2398746,87	103032,69	502568,65	4193703,689	818461,129
1083	ANONIM	G47101	\	COSTA	GUAYAS	GUAYAGU	GRANDE	SOCIET	66	22718456,04	1264181,16	3452422,83	-159583,36	-754320,78	-95650,31	80490,45	3418902,41	2408446,66	9078016,27
1381	ANONIM	G47101	\	SIERRA	PICHINCH	QUITO	GRANDE	SOCIET	191	16393821	388432	4838478	186069	186069	407989	582097	48475343	3344786,67	1260398,19
1830	RESPCI	G47101	\	SIERRA	AZUAY	CUEENCA	GRANDE	SOCIET	412	12025701,41	2143369,89	4183681,08	1286242,87	793077,36	94072,66	426024,96	4183381,08	2634729,95	1681197,08
1857	RESPCI	G47101	\	COSTA	GUAYAS	ELOY ALF	GRANDE	SOCIET	66	11544638,95	2729398,9	1898668,69	0	1592826,01	87484,66	34684,23	2234543,28	1959403,98	679826,953
2345	RESPCI	G47101	\	SIERRA	LOJA	LOJA	GRANDE	SOCIET	217	5393504,05	108888,75	2479742,82	0	1037757,35	-810,63	11444,79	2508278,03	1730707,44	652396,688
2948	RESPCI	G47101	\	SIERRA	PICHINCH	QUITO	GRANDE	SOCIET	140	8599043,36	2930055,42	4782827,78	1224029,91	1440005,19	88231,91	388231,06	4808092,35	33126273,72	12482364,01
2763	RESPCI	G47101	\	SIERRA	CAÑAR	AZOGUES	GRANDE	SOCIET	78	7653337,63	1238614,89	1886333,77	2347,45	34686,76	2347,45	0	1886333,77	1372974,44	5170446,34
2346	ANONIM	G47101	\	SIERRA	PICHINCH	QUITO	GRANDE	SOCIET	186	7240978,63	947435,02	4504892,21	2240362,98	1584820,27	830276,83	380267,59	4505620,46	30886607,89	1110417,16
3128	ANONIM	G47101	\	COSTA	GUAYAS	GUAYAGU	GRANDE	SOCIET	142	6735328,9	4789935,63	1226462,29	2090423,17	4489066,02	130986,02	530160,33	1226462,29	948698,96	3446881,95
3161	RESPCI	G47101	\	SIERRA	LOJA	LOJA	GRANDE	SOCIET	63	6630294,06	1873863,77	2163498,77	0	395691,07	395737,88	16085,28	2188334,8	1608171,71	5686774,848
3387	ANONIM	G47101	\	SIERRA	PICHINCH	QUITO	GRANDE	SOCIET	2	607592,23	4359790,33	633864,02	0	4402078,19	105604,31	59573,66	633864,02	4402078,19	860326,457
3533	ANONIM	G47101	\	COSTA	LOS RIOS	BABAHVOY	GRANDE	SOCIET	177	5730241,36	1684388,82	27048547,23	379433,92	3854371,61	210080,88	145433	27188302,27	18714933,84	7028683,616
3635	RESPCI	G47101	\	SIERRA	IMBABURA	BAFRA	GRANDE	SOCIET	141	5549773,82	1076455,14	2041263,31	6147,32	1688524,25	21884,57	71488,01	2091618,84	614822,83	523481,158
3725	ANONIM	G47101	\	COSTA	GUAYAS	GUAYAGU	MEDIANA	SOCIET	4	5379474,41	3740701	210258,2	0	1320543,18	1043710,67	346836,82	310258,2	2147849,978	802594,412
3731	ANONIM	G47101	\	COSTA	MANABI	PORTOWIE	GRANDE	SOCIET	24	323546,98	4120426,24	852445,13	363333,18	427450,8	363333,18	0	809556,69	6213075,498	236389,259
4138	ANONIM	G47101	\	COSTA	GUAYAS	SAMBORC	GRANDE	SOCIET	53	4681880,68	2167838,77	597136,73	0	52468,11	46818,08	2095,68	597136,73	387814,254	1469584,741
4183	ANONIM	G47101	\	SIERRA	PICHINCH	SANGOLZA	GRANDE	SOCIET	96	4687285,01	136110,82	802847,62	0	1524705,64	118028,36	445062,83	902647,82	6228283,358	2348889,381
4185	ANONIM	G47101	\	SIERRA	PICHINCH	QUITO	PEQUEÑA	SOCIET	4	4621806,76	282291,07	400000	0	110930,51	83467,63	27823,1	400000	278000	394000
4303	SOCIET	G47102	\	SIERRA	PICHINCH	QUITO	GRANDE	SOCIET	67	4531023,96	2347232,36	564085,45	-342928,9	-342928,9	-342928,9	0	564085,45	393841,91	145447,107
4275	ANONIM	G47101	\	COSTA	MANABI	PORTOWIE	GRANDE	SOCIET	5	458628,31	1760688,37	1677824,126	221838,76	260752,66	16398,96	59640,8	1677824,126	1879588,47	4362342,728
4767	ANONIM	G47101	\	COSTA	GUAYAS	GUAYAGU	GRANDE	SOCIET	122	3970808,39	1409248,85	997868,34	188082,63	221285,45	136271,98	51720,65	979584,8	674183,412	2537620,648
4847	ANONIM	G47101	\	COSTA	GUAYAS	ELOY ALF	MICROMED	SOCIET	1	3884286,14	388932,33	0	3522619,84	278236,94	0	3348295	272901,95	102896,7	
4917	RESPCI	G47101	\	SIERRA	PICHINCH	QUITO	GRANDE	SOCIET	14	3789933,67	10957,27	628623,83	386282,95	39524,74	47464,25	628623,83	434248,318	8326291,047	
5068	ANONIM	G47101	\	SIERRA	TUNGURAHUA	AMBATO	GRANDE	SOCIET	105	3649331,79	1055968,67	1214673,23	105344,52	76772,26	76772,26	0	105344,52	884262,257	333981,055
5072	ANONIM	G47102	\	COSTA	GUAYAS	GUAYAGU	GRANDE	SOCIET	38	3873047,37	231893,83	1261228,47	704106	17803,58	1876,17	11056,67	1261228,47	862347,734	325195,262
5177	RESPCI	G47101	\	SIERRA	PICHINCH	QUITO	GRANDE	SOCIET	71	3563948,24	862170,92	732992,82	22584,19	26487,28	402385,06	18639,19	732808,84	5096245,42	1906289,578
5260	RESPCI	G47101	\	SIERRA	PICHINCH	QUITO	GRANDE	SOCIET	95	3499599,06	124591,05	629682,96	91936,95	947062,49	597003,65	216294,36	629682,96	4324490,1	803206,351

Ranking2022 Hoja2 Hoja3

Buscar

1:03 14/10/2023

Anexo 5. Base de datos sector retail 2022

ranking_2022 - Excel

Inicio Insertar Diseño de página Fórmulas Datos Revisar Vista Nitro Pro 10 ¿Qué desea hacer? Compartir

Calibri 11 Fuente Ajustar texto General \$ % 000 0,00 0,00 Formato Dar formato Estilos de condicional como tabla celda Estilos Insertar Eliminar Formato Autosuma Rellenar Ordenar Buscar y Pegar Fuente Alineación Número Estilos Celdas Modificar

Utilidad neta

Ti	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V
1	Tipo	Activ	Regi	Provi	Ciud	Tam	Sect	Cant. Emplea	Activio202	Patrimonio202	Ingreso por ventas2	Utilidad antes del impuesto	Utilidad del ejercicio2	Utilidad neta20	IR causado20	Ingreso Total20
2	ANONIM	G4711.01	SIERRA	PICHINCI	QUITO	GRANDE	MERCAD	10366	2480403867	1600022315	2255580171	137645304.8	232523084.5	152673114.5	47843670.02	2355580171
3	ANONIM	G4711.01	CDSTA	GUAYAS	GUAYAC	GRANDE	MERCAD	6	918571253.2	320396198	1431935152	488009336.05	57423868.23	34172863.6	14745226.57	1445723393
17	ANONIM	G4711.01	CDSTA	GUAYAS	GUAYAC	GRANDE	MERCAD	8369	604300932	88316759	776153786.9	40295249	47406174.51	30230705	10064544	746159786.9
36	ANONIM	G4711.01	CDSTA	GUAYAS	GUAYAC	GRANDE	SOCIETA	2827	3951704414	290435953.8	31033903.6	49002349.02	57649822.38	36811556.36	12954105.81	312611988.5
141	ANONIM	G4711.01	SIERRA	PICHINCI	QUITO	GRANDE	SOCIETA	752	146456303.3	63585807	191872319.1	9766308.58	11489775.05	7395345.8	2438278.46	200130535.4
211	ANONIM	G4711.02	CDSTA	GUAYAS	GUAYAC	GRANDE	SOCIETA	12	99487172.2	-23009946.82	240034053.2	0	-6388623.49	-6743267.17	0	240094053.2
350	SUCURS	G4711.01	SIERRA	PICHINCI	QUITO	MEDIANA	SOCIETA	1	64649788.22	63493883.82	3118645.79	0	2121600.85	1590593.13	531001.72	3118645.79
502	ANONIM	G4711.01	SIERRA	PICHINCI	QUITO	GRANDE	SOCIETA	108	47510096	2930796	157430515	380973	448203	-239118	620090	157654590
506	ANONIM	G4711.01	SIERRA	PICHINCI	QUITO	GRANDE	SOCIETA	445	47317043.84	37954823.27	80646343.56	0	1906317.36	67325.86	0	8216380.51
520	RESPON	G4711.01	SIERRA	PICHINCI	QUITO	GRANDE	SOCIETA	454	45963116.5	25130618.19	12901306.19	8368143.6	10538939.53	6751774.42	2350180.34	12336703.7
723	RESPON	G4711.01	CDSTA	GUAYAS	GUAYAC	GRANDE	SOCIETA	11	32763314.61	3600609.88	5825696.85	4001781.56	4001781.56	2398748.97	1003032.59	5825696.85
1060	ANONIM	G4711.01	CDSTA	GUAYAS	GUAYAC	GRANDE	SOCIETA	66	22719456.04	12648161.16	34514223.83	-153593.36	-754320.78	-956905.31	80490.45	34319502.41
1339	ANONIM	G4711.01	SIERRA	PICHINCI	QUITO	GRANDE	SOCIETA	191	16933821	3698432	404384176	386058	1160068	407099	582097	48475343
1630	RESPON	G4711.01	SIERRA	AZUAY	CUENCA	GRANDE	SOCIETA	412	12039570.41	2043063.88	41063681.08	1238342.87	7326077.38	814072.86	426024.56	41063681.08
1987	RESPON	G4711.01	CDSTA	GUAYAS	ELOYAL	GRANDE	SOCIETA	66	11334638.55	2726936.9	22712883.55	1189068.89	1391236.01	674184.66	314884.23	22304333.28
2345	RESPON	G4711.01	SIERRA	LOJA	LOJA	GRANDE	SOCIETA	217	9391504.05	1268366.75	24791942.82	0	1037757.35	-610.63	114442.79	25062716.03
2549	RESPON	G4711.01	SIERRA	PICHINCI	QUITO	GRANDE	SOCIETA	145	6939504.96	2510055.42	47829272.76	1224029.91	1440035.19	882115.91	386231.86	48001932.35
2753	RESPON	G4711.01	SIERRA	CANAR	ACOCQUE	GRANDE	SOCIETA	78	7863637.63	1238034.89	13066339.77	23471.45	34608.76	23471.45	0	13886339.77
2946	ANONIM	G4711.01	SIERRA	PICHINCI	QUITO	GRANDE	SOCIETA	196	7240078.63	947435.82	45046092.91	2240826.85	1541820.27	330279.63	380267.59	45051604.48
3120	ANONIM	G4711.01	CDSTA	GUAYAS	GUAYAC	GRANDE	SOCIETA	142	6735328.9	4789935.83	13256462.29	2050423.7	4436086.02	1909196.59	533680.33	13256462.29
3161	RESPON	G4711.01	SIERRA	LOJA	LOJA	GRANDE	SOCIETA	63	6630294.06	1973963.77	21834199.77	0	359551.07	35737.98	14605.26	21868364.8
3367	ANONIM	G4711.01	SIERRA	PICHINCI	QUITO	GRANDE	SOCIETA	2	6073012.23	4593750.33	6391640.22	0	1402078.19	1050504.31	351573.88	6391640.22
3533	ANONIM	G4711.01	CDSTA	LOS RIOS	BABAHC	GRANDE	SOCIETA	177	5730241.35	1684368.82	27045547.23	379433.92	3854371.61	210600.88	145433	27126802.37
3635	RESPON	G4711.01	SIERRA	IMBABUR	IBARRA	GRANDE	SOCIETA	141	5549773.82	1078455.14	20412613.31	6147.32	1688524.25	21884.57	71486.01	20516119.84
3726	ANONIM	G4711.01	CDSTA	GUAYAS	GUAYAC	MEDIANA	SOCIETA	4	5379473.41	3754071	3112536.2	0	1392549.18	1043712.67	348936.52	3112536.2
3791	ANONIM	G4711.01	SIERRA	MANABI	PORTOVI	GRANDE	SOCIETA	24	5252546.38	4020428.24	8582426.13	363333.16	427450.8	363333.16	0	9091558.69
4138	ANONIM	G4711.01	CDSTA	GUAYAS	SAMBOR	GRANDE	SOCIETA	53	4881860.66	2161536.77	5517318.73	0	82148.81	4890.8	20915.68	5617558.69
4148	ANONIM	G4711.01	SIERRA	PICHINCI	SAMBOR	GRANDE	SOCIETA	36	4667265.01	316910.82	9026497.62	0	1924705.64	1190936.36	445062.83	9026497.62
4185	ANONIM	G4711.01	SIERRA	PICHINCI	QUITO	PEQUEÑA	SOCIETA	4	4621806.76	262291.17	400000	0	130930.51	83467.63	27823.1	400000
4263	SOCIETA	G4711.02	SIERRA	PICHINCI	QUITO	GRANDE	SOCIETA	67	4531123.96	2547232.96	5640065.45	-3425826.8	-3425826.8	-3425826.8	0	5640065.45
4276	ANONIM	G4711.01	CDSTA	MANABI	PORTOVI	GRANDE	SOCIETA	5	4516216.31	1760088.37	16778241.26	221639.76	260752.68	161998.36	59640.8	16778241.26
4767	ANONIM	G4711.01	CDSTA	GUAYAS	GUAYAC	GRANDE	SOCIETA	122	3970808.39	1409248.85	9759694.8	188092.63	221285.45	136371.98	51720.85	9759694.8
4817	ANONIM	G4711.01	SIERRA	PICHINCI	QUITO	GRANDE	SOCIETA	1	3884298.14	3884232.33	0	0	3927369.84	5768298.14	0	3884298.14

Ranking2022

Listo Modo Filtrar

Buscar

1:05 14/10/2023