

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
ESCUELA DE ESTUDIOS DE POSTGRADO  
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA**



**ANÁLISIS FINANCIERO DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE JOYAS EN  
GUATEMALA**



**LICENCIADO MARVIN FRANCISCO IGNACIO ACEYTUNO**

**GUATEMALA, OCTUBRE DE 2020**

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
ESCUELA DE ESTUDIOS DE POSTGRADO  
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA**



**ANÁLISIS FINANCIERO DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE JOYAS EN  
GUATEMALA**

Informe final del trabajo profesional de graduación para la obtención del Grado de Maestro en Artes, con base en el "Instructivo para elaborar el Trabajo Profesional de Graduación para Optar al Grado Académico de Maestro en Artes", aprobado por Junta Directiva de la Facultad de Ciencias Económicas, el 15 de octubre de 2015, según Numeral 7.8 Punto SÉPTIMO del Acta No. 26-2015 y ratificado por el Consejo Directivo del Sistema de Estudios de Postgrado de la Universidad de San Carlos de Guatemala, según Punto 4.2, subincisos 4.2.1 y 4.2.2 del Acta 14-2018 de fecha 14 de agosto de 2018.

**AUTOR: LIC. MARVIN FRANCISCO IGNACIO ACEYTUNO**

**DOCENTE: LICDA. MSc. KAREN MARLENI ORTIZ LÓPEZ**

**GUATEMALA, OCTUBRE DE 2020**

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
HONORABLE JUNTA DIRECTIVA

Decano: Lic. Luis Antonio Suárez Roldán  
Secretario: Lic. Carlos Roberto Cabrera Morales  
Vocal Primero: Lic. Carlos Alberto Hernández Gálvez  
Vocal Segundo: Dr. Byron Giovanni Mejía Victorio  
Vocal Tercero: Vacante  
Vocal Cuarto: Br. Cc.LI. Silvia María Oviedo Zacarías  
Vocal Quinto: P.C. Omar Oswaldo García Matzuy

TERNA QUE PRACTICÓ LA EVALUACIÓN DEL TRABAJO PROFESIONAL DE  
GRADUACIÓN

Coordinador: Dr. Sergio Raúl Mollinedo Ramírez  
Evaluador: MSc. Hugo Armando Mérida Pineda  
Evaluador: Msc. Jorge Alexander Pérez Monroy





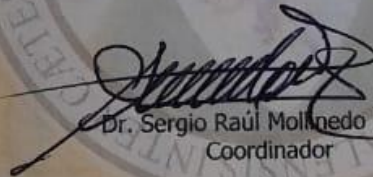
ACTA/EP No. 1229

## ACTA No. MAF-E-038-2020

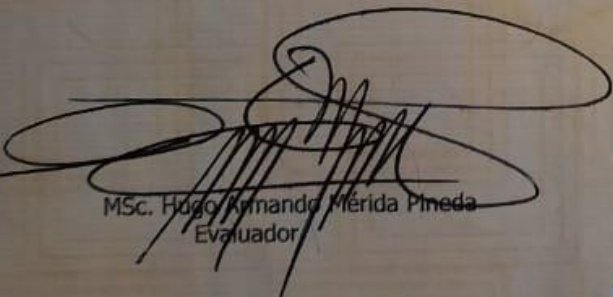
De acuerdo al estado de emergencia nacional decretado por el Gobierno de la República de Guatemala y a las resoluciones del Consejo Superior Universitario, que obligaron a la suspensión de actividades académicas y administrativas presenciales en el campus central de la Universidad, ante tal situación la Escuela de Estudios de Postgrado de la Facultad de Ciencias Económicas, debió incorporar tecnología virtual para atender la demanda de necesidades del sector estudiantil, en esta oportunidad nos reunimos de forma virtual los infrascritos miembros del Jurado Examinador, 30 de Octubre de 2,020, a las 19:00 horas para practicar la PRESENTACIÓN DEL TRABAJO PROFESIONAL DE GRADUACIÓN del Licenciado Marvin Francisco Ignacio Aceytuno, carné No. 201215074, estudiante de la Maestría en Administración Financiera de la Escuela de Estudios de Postgrado, como requisito para optar al grado de Maestro en Artes. El examen se realizó de acuerdo con el Instructivo para Elaborar el Trabajo Profesional de Graduación para optar al grado académico de Maestro en Artes, aprobado por la Junta Directiva de la Facultad de Ciencias Económicas, el 15 de octubre de 2015, según Numeral 7.8 Punto SÉPTIMO del Acta No. 26-2015 y ratificado por el Consejo Directivo del Sistema de Estudios de Postgrado -SEP- de la Universidad de San Carlos de Guatemala, según Punto 4.2, subincisos 4.2.1 y 4.2.2 del Acta 14-2018 de fecha 14 de agosto de 2018.

Cada examinador evaluó de manera oral los elementos técnico-formales y de contenido científico profesional del informe final presentado por el sustentante, denominado ANALISIS FINANCIERO DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE JOYAS EN GUATEMALA", dejando constancia de lo actuado en las hojas de factores de evaluación proporcionadas por la Escuela. El examen fue Aprobado con una nota promedio de 69 puntos, obtenida de las calificaciones asignadas por cada integrante del jurado examinador. El Tribunal hace las siguientes recomendaciones: Que el sustentante incorpore las enmiendas sugeridas por la Tema Evaluadora dentro de los 5 días hábiles comprendidos del 2 al 6 de Noviembre 2020.

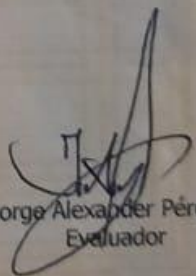
En fe de lo cual firmamos la presente acta en la Ciudad de Guatemala, a los 30 días del mes de octubre del año dos mil veinte.



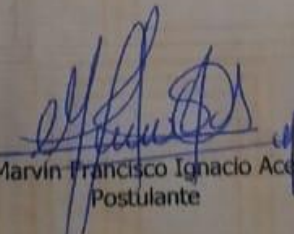
Dr. Sergio Raúl Mollinedo Ramírez  
Coordinador



MSc. Hugo Armando Mérida Pineda  
Evaluador



MSc. Jorge Alexander Pérez Monroy  
Evaluador



Lic. Marvin Francisco Ignacio Aceytuno  
Postulante




UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
ESCUELA DE ESTUDIOS DE POSTGRADO

## ADENDUM

El infrascrito Coordinador de la Terna Evaluadora CERTIFICA que el estudiante Marvin Francisco Ignacio Aceytuno, incorporó los cambios y enmiendas sugeridas por cada miembro de la terna evaluadora.

Guatemala, 10 de Noviembre de 2020.

(f) 

Ph. D. Sergio Raúl Mollinedo Ramírez  
Coordinador de la Terna Evaluadora

## **AGRADECIMIENTOS**

- A DIOS:** Por darme el don de la vida y la sabiduría de enfrentar cada reto profesional.
- A MI MADRE:** Petrona Aceytuno por ser esa fuerza que me impulsa a buscar nuevos retos en la vida y darme la confianza para poder llegar a cumplirlos.
- A MIS TIOS:** Por su apoyo incondicional y sus consejos de buscar ser mejor cada día.
- A MIS PRIMOS:** Quiero ser para ustedes un ejemplo de que los sueños, no importando el tiempo ni condiciones se pueden llegar a cumplir.
- A MIS AMIGOS:** Por sus palabras de apoyo y estar en los buenos y malos momentos.
- A LA ESCUELA DE ESTUDIOS DE POSTGRADO:** Por el apoyo y brindarme la oportunidad de poder egresar de sus aulas con nuevos conocimientos para enfrentar los retos de hoy en día en nuestra sociedad.
- A LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA:** Agradecido con esta casa de estudios quien hoy hace de mí un nuevo profesional y buscar cambiar nuestro entorno social con base a nuestros conocimientos adquiridos.

## CONTENIDO

<b>RESUMEN.....</b>	<b>i</b>
<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>iii</b>
<b>1. ANTECEDENTES.....</b>	<b>1</b>
1.1 Breve historia de la joyería .....	1
1.2 Antecedentes del comercio de joyas en Guatemala.....	16
<b>2. MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>20</b>
2.1 Comercio de joyas .....	20
2.1.1 El comercio.....	20
2.1.2 Joyería .....	21
2.2 Análisis financiero .....	22
2.2.1 Técnicas de análisis financiero .....	23
2.2.2 Indicadores financieros.....	26
2.3 Fuentes de financiamiento.....	32
2.3.1 Características de las fuentes de financiamiento .....	33
2.3.2 Tipos de fuentes de financiamiento .....	33
2.4 Riesgos financieros de una empresa.....	37
2.4.1 ¿Qué son los riesgos financieros? .....	38
2.4.2 Tipos de riesgos financieros .....	38



2.4.3	Gestión de riesgos financieros .....	40
2.5	Estructura óptima del capital .....	41
2.5.1	Costo de capital .....	42
2.5.2	Costo de la deuda.....	44
2.5.3	Valoración de la deuda.....	45
2.6	Ciclo de conversión de efectivo.....	46
2.6.1	Consideraciones para acortar el ciclo de conversión de efectivo. ....	47
3.	METODOLOGÍA.....	49
3.1	Definición del problema .....	49
3.1.1	Especificación del problema.....	49
3.1.2	Delimitación del problema .....	49
3.2	Justificación .....	50
3.3	Objetivos.....	51
3.3.1	Objetivo general.....	51
3.3.2	Objetivos específicos .....	51
3.4	Método científico.....	51
3.5	Técnicas de investigación aplicadas .....	52
3.5.1	Técnicas de investigación documental.....	52
3.5.2	Técnicas de investigación de campo.....	53



<b>4. ANÁLISIS FINANCIERO DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE JOYAS EN GUATEMALA .....</b>	<b>54</b>
<b>4.1 Generalidades de la empresa .....</b>	<b>54</b>
<b>4.1.1 Situación comercial y financiera .....</b>	<b>55</b>
<b>4.2 Análisis vertical y horizontal de estados financieros .....</b>	<b>56</b>
<b>4.3 Análisis de indicadores financieros .....</b>	<b>63</b>
<b>4.3.1 Ratios de liquidez.....</b>	<b>63</b>
<b>4.3.2 Ratios de Solvencia o endeudamiento.....</b>	<b>64</b>
<b>4.3.3 Ratios de rentabilidad.....</b>	<b>66</b>
<b>4.4 Análisis para la determinación de fuentes de financiamiento .....</b>	<b>67</b>
<b>4.4.1 Financiamiento por crédito bancario .....</b>	<b>68</b>
<b>4.5 Análisis de incremento de rentabilidad .....</b>	<b>69</b>
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>73</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>75</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>76</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>81</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS .....</b>	<b>85</b>

## RESUMEN

El sector comercial de joyas en Guatemala tiene una participación mayor en los últimos años, pues es una forma de crear un negocio donde se permita obtener una capacidad financiera aceptable, manteniéndose y reivindicándose cada día, ser un negocio de artículos no perecederos permite que exista una relación entre el tiempo y el gusto de las personas y se manejen acorde a cambios en el mercado.

El problema del trabajo se enfoca en conocer ¿Cuál es la situación financiera de una empresa comercializadora de joyas en Guatemala?, Como parte del análisis a realizar, se observará la empresa dentro del sector comercial de la joyería y parte importante del crecimiento comercial en el país, con el análisis de la información financiera se conocerá que tan rentable puede ser una empresa de joyerías teniendo en cuenta el impacto en el mercado y por ser artículos de uso personal.

El trabajo se realizó con base al método científico, donde la fase indagadora permitió conocer a fondo el problema desde el punto de vista teórico y de investigaciones previas, permitiendo la recopilación de información administrativa y financiera de la empresa para una mayor certeza en los resultados, luego se procedió a una fase demostrativa donde se realizó el análisis financiero tanto vertical como horizontal con la finalidad de obtener puntos de referencias que permitan un mayor análisis de la situación financiera y se finaliza en una fase expositiva en la que se propone un medio de financiamiento que permite mejorar el nivel de rentabilidad de la empresa.

De acuerdo al análisis realizado se determinó la situación financiera de la empresa por medio del análisis vertical y horizontal del estado de resultados y balance general de los años 2017 al 2019, donde se logra conocer la participación de los activos corrientes y la relación con los pasivos. En cuanto al análisis del estado de resultados se contempla el crecimiento de los ingresos en los últimos dos años permitiendo mantener un buen margen de ganancia, sin embargo, para el último año disminuyó siendo que los gastos de operación representan un 50% en cuanto al año 2018 lo cual impidió que la utilidad creciera o mantuviera al mismo margen.

Con el análisis de los indicadores financieros en cuanto al de liquidez, la empresa se mantiene en un nivel aceptable y muestra que cumple con la capacidad de cumplir con sus obligaciones con terceros a corto plazo, los indicadores de endeudamiento señalan que la empresa se mantiene en buen nivel manteniéndose en un 10%, los indicadores de rentabilidad tanto ROA como ROE mantienen un índice bajo lo cual la empresa necesita mejorar en la obtención de mayores beneficios.

Con el resultado del análisis realizado se muestra una rentabilidad baja, lo que permite evaluar la capacidad de financiarse o bien, mejorar estrategias que permitan buscar más aceptación en el mercado, un financiamiento interno o externo conlleva a contraer nuevas obligaciones, pero trae consigo mejores beneficios que permitan adecuar una rentabilidad acorde a la capacidad financiera de la empresa.

Se estructura un escenario que muestra el impacto que conlleva la adquisición de un financiamiento bancario para poder invertir en la adquisición de inventario, esto presenta nuevos indicadores que permitan tomar decisiones en cuanto a un mejoramiento de la rentabilidad de la empresa.

## INTRODUCCIÓN

La comercialización de joyas ha tenido una aportación importante dentro del sector comercial de joyas en Guatemala, cada vez el interés es mayor pues las empresas buscan cumplir con el gusto de las personas en cuanto al arte y accesorios de vestir, el avance y crecimiento del comercio de joyas es bueno e interesante dentro del país, por ello la problemática de ¿Cuál es la situación financiera de una empresa comercializadora de joyas en Guatemala? lleva como efecto poder conocer como es la participación comercial de este tipo de empresas, que tan rentables es y que tan factible es un negocio de acuerdo a este tipo de actividad.

Con el planteamiento del problema se buscará conocer la situación de la empresa y con el análisis vertical y horizontal de los estados financieros, permitirá conocer cómo está conformado cada rubro y su participación financiera, la utilización de los indicadores financieros permitirán analizar los resultados a evaluar.

La justificación de este trabajo, pretende responder las cuestiones de como una empresa dedicada a la comercialización de joyas puede mantenerse financieramente, siendo su principal objeto de ingresos la venta de joyas, y como puede mejorar su situación financiera mediante el análisis de estados financieros, logrando obtener mejoras que permitan cumplir sus objetivos.

Se tiene como objetivo general: Incrementar la rentabilidad de la empresa comercializadora de joyas en Guatemala a través del análisis financiero, con el propósito de mejorar la gestión empresarial y la evaluación preventiva de riesgos financieros.

Y como objetivos específicos: Establecer el comportamiento de los estados financieros a través de los indicadores de liquidez, solvencia y rentabilidad para conocer la situación real de la empresa; Determinar con base al análisis de los indicadores financieros la necesidad de financiamiento que permita mejorar la capacidad de invertir y generar beneficios para la empresa; Estructurar un escenario para la empresa que permita visualizar los efectos financieros que se obtienen al adquirir un financiamiento

externo y la capacidad de mejorar su rentabilidad para prevenir riesgos financieros a largo plazo.

Se aplicó el método científico con un enfoque cuantitativo que permitió desde la definición del problema y toda información planteada en los antecedentes, objetivos, justificación y marco teórico el desarrollo de que los resultados sean un aporte positivo y en cuanto al análisis de datos los indicadores financieros aportan el razonamiento debido.

El presente trabajo profesional de graduación consta de los siguientes capítulos: El capítulo uno, los antecedentes, exponen datos importantes acerca del sector comercial de joyas en nuestro país, la evolución en cuanto al tiempo y datos que aportan al comercio nacional e internacional.

En el capítulo dos, el marco teórico contiene la descripción y análisis de las teorías y perspectivas conceptuales que fundamentan la solución del trabajo, y desde el punto de vista financiero dando solución a los objetivos.

En el capítulo tres, la metodología, explica en detalle el proceso realizado para abordar el problema del trabajo. Se detalla la definición del problema, el objetivo tanto general como los específicos, y los procesos que llevaron a cabo la recopilación de información en cuanto a datos de la empresa y su evaluación financiera.

En el capítulo cuatro se aborda el análisis con relación a la solución del problema y enfocándose a mostrar los resultados y aporte a la empresa para una correcta toma de decisiones, que le ayude a crecer en el sector comercial de la joyería y ser una empresa con una estabilidad financiera estable y que genere mayor rentabilidad, finalmente se presentan las conclusiones y recomendaciones de la investigación realizada.



## **1. ANTECEDENTES**

Este capítulo está enfocado en los antecedentes de la comercialización de joyería, su formación desde etapas antiguas hasta la fecha, permitió dar a conocer que todos los artículos de joyería han evolucionado con el tiempo tanto en variedad, calidad y valor, permitiendo así una diversificación de productos que hoy en día ha sido considerado por gran parte de personas una forma de ornamentación personal y esto llevado a un crecimiento comercial.

### **1.1 Breve historia de la joyería**

Los seres humanos han utilizado joyas como símbolo de estatus, como filiación étnica o religiosa, como amuleto de protección, de significado personal, como dote o para intercambio comercial.

Las joyas han tenido un papel fundamental a lo largo de historia las cuales no sólo se usaban como un ornamento para el cuerpo sino como la expresión ideológica de una cultura (riqueza, protección, estatus social, simbolismo artístico, etc.) y que al transcurrir el tiempo ha llegado hasta nuestros días con los mismos significados. (Fabricantedeplata.com, s.f.)

“De esta forma gracias a los descubrimientos arqueológicos de diversas joyas u objetos decorativos es que hoy en día se puede tener mayor conocimiento de la joyería y orfebrería” (Fabricantedeplata.com, s.f.)

Cabe destacar que la orfebrería es el arte de trabajar metales nobles para hacer objetos artísticos con técnicas que se consideran muy antiguas, mientras que la joyería es un término más amplio, como referirse al establecimiento donde se venden dichas joyas o al lugar donde se elaboran las piezas de joyería a base de ciertas técnicas modernas o que incluso pueden combinar técnicas de orfebrería. (Fabricantedeplata.com, s.f.)

“La joyería es una actividad que se ha venido realizando desde tiempos antiguos. Esto es porque siempre el ser humano ha querido transmitir su personalidad e ideologías a

través de elementos decorativos que adornen su cuerpo, vestimenta o incluso objetos personales” (Fabricantedeplata.com, s.f.)

“Muchos de los elementos usados en aquellas épocas fueron huesos, colmillos o tendones y posteriormente se fue evolucionando hasta hablar de materiales tales como el oro, la plata, piedras como diamantes, rubís, zafiros y muchos otros materiales que se usan en la actualidad” (Fabricantedeplata.com, s.f.).

Materiales más comunes en la joyería

Los materiales más comunes y los más utilizados siempre han sido el oro, el platino y la plata, aunque también es habitual encontrar joyas realizadas en bronce, hierro, vidrio y otros materiales. Por ejemplo, durante el siglo XIX se empleaban materiales tales como cabello trenzado que formaba pulseras, pendientes. (Balclis, 2018)

Por otro lado, el uso de piedras preciosas engarzadas en las piezas de joyería es muy habitual, existen ejemplares muy antiguos realizados con pedrería. Aunque, actualmente, las piedras preciosas más deseadas y utilizadas son los diamantes, rubíes, zafiros, esmeraldas, topacios, aguamarinas, turmalinas, espinelas, peridot, granates, cuarzos, turquesas y perlas. (Balclis, 2018)

A medida que pasa el tiempo el ser humano va evolucionando y con él evoluciona su entorno. Por lo que es de esperar que la joyería sea una actividad que evolucione también con el tiempo. De esta forma a continuación se hará un breve recorrido por la historia y ver como se destacó el uso de la joyería en cada época. (Fabricantedeplata.com, s.f.)

### **1.1.1 Joyería prehistórica**

Se estima que la joyería más antigua fue creada por neandertales europeos. Se han encontrado piezas que datan de hace 115000 años en el Sureste de España. En Kenia y Rusia, se han encontrado ejemplares que datan de hace 40000 años, en Kenia

fabricados con cáscaras de huevos de avestruz y en Rusia anillos de mármol. (Bermúdez, Maríale. 2018)

El colgante Star Carr, es una joya que data de hace 11000 a. C. del arte mesolítico de Gran Bretaña, para ese tiempo ya se utilizaban huesos, bayas y gemas en bruto, con trozos de cuerdas y tendones de animales. En Rusia se encontraron brazaletes tallados de colmillo de mamut. La joyería de cobre, data de hace unos 7000 años. (Bermúdez, Maríale. 2018)

### **1.1.2 Joyería Egipticia**

“Los primeros indicios de joyería en Egipto datan de alrededor de 3000 a 5000 años, las joyas se fabricaron en metales preciosos, específicamente oro, y simbolizaban poder político y religioso” (Bermúdez, Maríale. 2018)

“También fue usada como ritual funerario, para meterlas en la tumba, y así asegurarse de la inmortalidad tras la muerte, ya que serían necesarias en la otra vida.

Del mismo modo, usaron vidrio de color y gemas semipreciosas. El color de la joyería tenía importancia y se inspiraban en la joyería fenicia” (Bermúdez, Maríale. 2018).

Los egipcios sin dudas fueron una civilización amante de las joyas porque las asociaban con sus dioses. Fueron innovadores en cuanto a diseño y creatividad de las joyas que utilizaban. Se convirtieron en modelos a seguir.

“Las joyas que ellos utilizaban eran el resultado de piedras preciosas y metales nobles los cuales eran la expresión simbólica de la belleza y protección. Por lo que las joyas eran usadas como ornamenta y como talismán” (Fabricantedeplata.com, s.f.).

### **1.1.3 Joyería Mesopotámica y Asiria**

“Datán de hace aproximadamente 5000 años, la evidencia arqueológica más representativa se encontró en el Cementerio Real de Ur, tumbas como las de Puabi contenían tesoros en oro, plata y gemas preciosas” (Bermúdez, Maríale. 2019).

En el Norte de Mesopotamia, Asiria, tanto los hombres como las mujeres llevaban joyas para protegerse, solían fabricarse utilizando finas técnicas de joyería artesanal como cloisonné, granulación, filigrana, grabado y esmalte. Las gemas más valoradas eran el lapislázuli, cornalina, jaspe, y ágata. (Bermúdez, Mariale, 2019)

Los hallazgos arqueológicos encontrados en estas regiones indican que las civilizaciones que allí habitaban eran muy avanzadas para su época. Debido a la extraordinaria joyería y objetos encontrada. Se puede hacer notar que usaban técnicas únicas para trabajar los metales y piedras preciosas o semipreciosas. (Fabricantedeplata.com, s.f.)

Algunas de las técnicas desarrolladas por estas civilizaciones para elaborar sus exuberantes joyas se encuentran el granulado, la filigrana y la incrustación de piedras preciosas o semipreciosas.

Entre los hallazgos encontrados se puede mencionar el Tesoro de joyas de Nimrod el cual contiene unas 170.000 piezas de oro, plata y piedras preciosas Este tesoro fue localizado en la ciudad de Nimrod, el cual perteneció a las reinas asirias hace casi 3.000 años. (Fabricantedeplata.com, s.f.)

#### **1.1.4 Joyería griega**

La joyería griega en metales y gemas preciosas se remonta a 1600 a.C. En el periodo micénico, utilizaron técnicas de fundido, barras retorcidas y fabricaron alambres. Esta destreza se perdió al final de la Edad de Bronce. Su capacidad queda demostrada con la “Corona de la aceituna Dorada”, corona que se entregaba en competiciones atléticas. (Bermúdez, Mariale, 2019)

“Los griegos hacia el siglo 300 a.c. hacían uso de amatistas, esmeraldas y perlas, crearon a partir del sardonix, una gema color crema y marrón a rayas. Sus técnicas se basaban en piezas fundidas y piezas martilladas. Aparecieron los primeros camafeos” (Bermúdez, Mariale, 2019).

Las joyas en Grecia solo se usaban en ocasiones especiales, eran entregadas como regalo, en especial a mujeres, quienes mostraban con ella su estatus y su belleza, pero también las portaban como talismán contra el mal de ojo, o porque creían que les otorgaba poderes sobrenaturales o por motivos religiosos. (Bermúdez, Mariale, 2019)

En la joyería en la antigua Grecia era frecuente el uso de joyas que respondían a la necesidad de adornarse. En el ámbito habitual, encontramos el uso de collares o gargantillas, pendientes, pulseras y anillos o sortijas. Durante las ceremonias, era frecuente el uso de diademas y cadenas o cinturones. Y en las vestimentas, se usaban fíbulas y alfileres, para sostener las prendas. (Balclis, 2018.)

Las técnicas más frecuentes era el trabajo de granulado, filigrana, cincelado y es habitual encontrar piezas en oro repujado. Los griegos ya trabajaron el engaste de piedras en sus joyas, así como el uso de esmalte. (Balclis, 2018.)

La iconografía de las joyas era muy diversa, son muy habituales los motivos vegetales tales como rosetas, palmetas, hojas y bellotas. También los animales como los carneros, leones, serpientes y esfinges. Y las representaciones humanas como divinidades y héroes. Estos motivos se repiten tanto en gargantillas, diademas, pendientes, sortijas o anillos y pulseras. (Balclis, 2018.)

Dentro del periodo griego, marcado por la tapa arcaica, clásica y helenística, cabe destacar que ésta última fue la más prolífera en materia de joyería.

En una época donde la cultura griega se universaliza, se introdujeron nuevos modelos y nuevas técnicas y materiales. Las joyas son suntuosas y hay una exageración de las formas. Es poco habitual encontrar piezas de estos periodos a la venta, aunque sí que existen ejemplares en museos tan importantes como el British Museum. (Balclis, 2018.)

### **1.1.5 Joyería romana**

La Joyería romana tuvo inspiraciones muy diversas, sin embargo, el accesorio más típico fue el broche. Fue usada como talismán contra el mal de ojo principalmente.



Podían usar oro, bronce o huesos para hacer sus joyas, utilizaron gemas preciosas como zafiros, diamantes, esmeraldas y gemas orgánicas como madera petrificada y ámbar. (Bermúdez, Mariale, 2019)

“Al caer el imperio romano, su vasto territorio fue dividido en entidades políticas sucesoras, perdieron gran parte de las técnicas, pero su nuevo desarrollo fue en base a ellas” (Bermúdez, Mariale, 2019).

“Los celtas y los merovingios, son conocidos por sus joyas, igualando al Imperio Bizantino. Los merovingios conocidos por sus figuras de animales estilizados” (Bermúdez, Mariale, 2019).

“El Torc, era un collar rígido en forma de herradura, abierto en la parte anterior, era muy común y representaba el estatus y el poder. El Granate, como gema y el Cloisoneé, como técnica, fue lo más clásico de la época” (Bermúdez, Mariale, 2019).

El Imperio Bizantino se caracterizó por inspirarse en motivos religiosos. Dándole más protagonismo en sus joyas a las gemas, y utilizando delgadas hojas de oro. Fue utilizada por la aristocracia y nobleza femenina, y para los hombres anillos de sellos. (Bermúdez, Mariale, 2019)

La joyería romana destacó tanto por su valor artístico como por la riqueza en la utilización de una gran cantidad de materiales. Los romanos tuvieron acceso a una gran variedad de materiales y recursos naturales de los territorios que estaban bajo su dominio. Además, como buenos comerciantes, accedieron a exóticas piedras preciosas que venían del lejano oriente. (Balclis, 2018.)

Las joyas más utilizadas, y de las que han quedado muy buenos ejemplares, fueron broches, pulseras, pendientes, sortijas, botones y gargantillas entre otras. Los materiales utilizados para estas piezas fueron diversos, siendo el oro el metal máspreciado. Además, también se usaron otros metales como la plata y el bronce. (Balclis, 2018.)

Las piedras preciosas y las perlas también fueron muy apreciadas por la antigua civilización romana, encontrando así piezas generosamente adornadas con perlas, esmeraldas y otras piedras preciosas. (Balclis, 2018.)

### **1.1.6 Joyería en el renacimiento**

El Renacimiento surge como movimiento cultural en Italia a partir del siglo XIV y fue extendiéndose por el resto de Europa durante el siglo XVI.

En el siglo XV, las joyas adquirieron mucha relevancia en la moda del momento y era habitual que los trajes de terciopelo y seda fueron bordados con pedrería y perlas. Tal como podemos apreciar en los retratos de la época, las joyas eran entendidas como símbolo de prestigio y poder y estaban muy ligadas a la Corte. (Balclis, 2018.)

Los gremios tuvieron una gran importancia durante este periodo, siendo prácticamente imposible realizar alguna pieza sin su tutela. Durante el proceso de creación, los colgantes, gargantillas, sortijas eran primeramente dibujados o grabados y después se empezaba la labor de labrado del oro, esmaltado y engarce de las piedras. Precisamente, actualmente podemos conocer este procedimiento por los dibujos conservados. Por ejemplo, en el caso español, los “Llibres de Passanties” conservados en el Museo de Historia de la ciudad de Barcelona, son un claro testimonio de estas obras. (Balclis, 2018.)

Los joyeros y orfebres renacentistas se las ingenieron para enriquecer las técnicas aplicadas en joyería y, por lo tanto, hubo una evolución en su realización. Las nuevas “tecnologías” del momento permitiendo tallar piedras de una mayor dureza y realizar grabados tallados sobre gemas. (Balclis, 2018.)

Se extendió el uso del colgante, y concretamente los pinjantes, combinados con piedras barrocas, gemas engastadas y esmalte y se gozaron de gran popularidad los broches con retratos en miniatura. La ornamentación de animales fantásticos del tipo de sirenas, cabezas de monstruos y centauros fue muy habitual, aunque en un periodo dominado

por la religión se siguieron haciendo cruces y medallas que combinaban, oro, gemas y esmalte. (Balclis, 2018.)

### **1.1.7 Joyería del romanticismo**

A finales del siglo XVIII, la joyería del romanticismo se sintió seducida por los descubrimientos arqueológicos y el arte medieval y renacentista. El comienzo de la revolución industrial hizo que se diversificara el mercado de la joyería y se fabricaran joyas de imitación y joyas magníficas que solo podían pagar la aristocracia y la nobleza. (Bermúdez, Mariale, 2019)

La Reina Victoria puso de moda las joyas de luto y el Camafeo, y se llamó la época victoriana. Se fundaron Tiffany (Estados Unidos), Cartier (Francia), Bvlgari (Italia). Y quien ganó mucha notoriedad al final de esta época fue Peter Carl Fabergé, trabajando para la corte imperial rusa. (Bermúdez, Mariale, 2019)

### **1.1.8 Joyería barroca**

La época del barroco supuso una gran evolución en el ámbito de la joyería. A las piezas de índole religiosa y simbólica heredadas del pasado, se sumaron otras joyas puramente ornamentales, que empezaron a tener como objetivo realzar la calidad de ejecución y la riqueza de los materiales, y mostrar el status del portador. (Balclis, 2018.)

Las formas seculares o fantasiosas, que respondían a criterios estéticos o de capricho, fueron imponiéndose paulatinamente frente a las religiosas o votivas, los colgantes de tipo altaret, piezas que podrían considerarse verdaderas esculturas o cuadros portátiles, e incluso verdaderos frentes arquitectónicos en miniatura. Balclis ha subastado ejemplares muy parecidos a los que podemos encontrar en colecciones tan importantes como la Fundación Lázaro Galdiano. (Balclis, 2018.)

Otras piezas habituales de la época fueron los aderezos o parures, como los broche lazo realizado en oro y diamantes. Estas piezas fueron la materialización física de los lazos de terciopelo y seda y se utilizaba en el peto, cosida, para marcar la línea

horizontal del escote, que en aquel entonces había descendido considerablemente. (Balclis, 2018.)

“La mayor parte de los diseños de joyas de esta época se realizaron en los talleres parisinos, y se fabricaron en los gremios de orfebres locales que, en el caso español, contaban con gran maestría, sobre todo los talleres de Madrid, Córdoba y Zaragoza” (Balclis, 2018.).

En el siglo XVIII las gemas se presentaban siempre en monturas cerradas, hecho que no permitía que la luz se reflejara al traspasar entre las piedras. Los joyeros de la época se dieron cuenta de la importancia de destacar el brillo de la pedrería y empezaron a abrir las monturas y sujetar las gemas al aire para que lucieran en todo su esplendor. (Balclis, 2018.)

### **1.1.9 Joyas indias**

“La joyería india tiene sus inicios entre 5000 y 8000 años. Estuvo inspirada en el hinduismo, india ha tenido grandes minas de metales y gemas preciosas, con las cuales podía fabricar y comercializar a toda Europa” (Bermúdez, Mariale, 2019).

La joyería era para mujeres, quienes llevaban numerosas pulseras de arcilla o conchas, estas fueron reemplazadas por metal u vidrio.

Los motivos de pavo real, elefante, serpientes fueron muy utilizados. El oro y la plata se consideran sagrados, por tanto, no deben utilizarse debajo de la cintura.

Los Maharajás, tuvieron un papel importante en la historia de la joyería india, ya que eran considerados seres divinos, un Maharajá era un emperador.

La Navaratna era una joya utilizada por estos y un amuleto que contenía 9 joyas Diamante, Perla, Rubí, Zafiro, Esmeralda, Topacio, Ojo de Gato, Coral y Jacinto (Zircón Rojo), cada gema representa a una deidad.

En la actualidad la joyería en la India es muy común, cada pieza tiene su significado y se utiliza según tu estatus, tus creencias religiosas y en ceremonias y bodas. (Bermúdez, Mariale, 2019)

#### **1.1.10 Joyería en América del norte y del sur**

La joyería en América se remonta desde hace 5000 años, representada por las culturas mayas, aztecas, mixtecas, nativos americanos y andinas.

Las piezas tenían incrustaciones de turquesa, nácar, amatista, conchas y cornalina, que fue una piedra muy apreciada por los aborígenes.

En estas culturas solo la nobleza llevaba joyas de oro, estaban decoradas con plumas, mientras más joyas, más poderío representaba. El oro no se consideraba tan valioso como algunas plumas y algunas gemas como turquesa y jade. Y comercializaban entre tribus con estos materiales.

La turquesa fue una gema muy apreciada por los nativos americanos, también utilizaron conchas y, maderas. (Bermúdez, Mariale, 2019)

#### **1.1.11 Joyería en el siglo XIX**

Durante el siglo XIX se sucedieron una gran variedad de modas y estilos en todos los ámbitos artísticos, y por supuesto lo mismo sucedió en el ámbito de la joyería, donde destacó el historicismo con fuentes de inspiración numerosísimas, desde clásicas hasta barrocas. (Balclis, 2018.)

A toda esta renovación social, técnica y material, habría que añadir la emocional, que se intensificó tras la aparición del Romanticismo. La joyería se convirtió en una manifestación más de este sentir general y a las joyas se les dotó de una gran carga simbólica y emotiva. Ya fuera como recuerdo de un difunto o de un ser amado, hubo un empleo generalizado de joyas con guardapelos o portarretratos, e incluso piezas elaboradas con cabello humano. (Balclis, 2018.)



Otro punto importante a destacar es el empleo de joyas transformables y polivalentes, según el protocolo social. La etiqueta de día era diferente de la etiqueta de noche. Así, el día requería de joyas más sutiles, mientras que en las veladas era más frecuente llevar conjuntos de perlas o exuberantes gargantillas repletas de diamantes. Prueba de ello son los pendientes desmontables, que se podían acortar según la ocasión, o los broches florares de diamantes, cuya flor central es desarmable y con posibilidad de usarlo independientemente. (Balclis, 2018.)

Finalmente, el siglo XIX es la época de los neos y los revivals. En todas las artes se emula a las grandes épocas del pasado, como el Barroco o el Imperio Romano. Es habitual encontrar en Balclis colgantes que reproducen en técnica, estética y temática, las piezas de la época del Renacimiento. (Balclis, 2018.)

“La gran variedad de estilos y técnicas, y la presencia significativa de las joyas en la sociedad de esta época, hacen del siglo XIX una era apasionante en la historia de la joyería” (Balclis, 2018.).

#### **1.1.12 Joyería contemporánea**

“A partir de 1960 la joyería contemporánea implementa materiales no preciosos, en donde la pieza tiene un significado conceptual y la joyería artesanal ha tomado un impulso impresionante en los últimos años” (Bermúdez, Mariale, 2019).

“En esta nueva época hemos sido testigos del cultivo de perlas, el desarrollo de gemas preciosas sintéticas de excelente calidad, de metales en arcilla como PMC y las innovaciones de los cristales de Swarovski” (Bermúdez, Mariale, 2019).

“Técnicas como el Mokume-Gane y Fold Forming, la joyería 3D y el uso de CAD/CAM, diferentes técnicas de baños galvánicos, han hecho que la joyería se simplifique y se perfeccione” (Bermúdez, Mariale, 2019).

“A lo largo de los siglos XIX y XX, la joyería se democratiza, muchos artistas crean joyas, cambiando algunos territorios tradicionales del arte, entrelazando la moda con significados culturales” (Bermúdez, Mariale, 2018).

“Este nuevo tipo de joyería corresponde a la joyería contemporánea, la cual reconfiguran las formas, así como lo hace el arte, no trabajan para adornar el cuerpo, sino que proponen experiencias estéticas de naturaleza reflexiva” (Bermúdez, Mariale, 2018).

“Es un fenómeno artístico que nace en Europa en los años 60, a partir de la voluntad de algunos joyeros de renovar el lenguaje en la joyería hacia la libre expresión del artista” (Bermúdez, Mariale, 2018).

“Se crea entonces con un discurso artístico, que traspasa las barreras de los materiales convencionales, para fusionarse con otros conceptos, y tener su propio lenguaje, que refleja la intención del joyero” (Bermúdez, Mariale, 2018).

“El valor simbólico de la pieza, los elementos que la constituyen, la energía emanada por la historia de su creación, le dan a cada espectador una visión individual y libertad para interpretar la pieza que se le está presentando” (Bermúdez, Mariale, 2018).

La Edad Contemporánea es todo el periodo que comprende desde el año 1800 hasta nuestros días. Desde entonces se puede decir que gracias en parte a las técnicas de la antigüedad y a la diversidad de joyas encontradas podemos decir que existe la joyería en la actualidad.

Y claro debido a los avances tecnológicos cada vez es más sofisticado han generado otras técnicas que automatizan el proceso de elaboración de piezas de joyerías. (Fabricantedeplata.com, s.f.)

El trabajo manual, la habilidad y el largo tiempo invertido en los trabajos conceptuales, es parte de su significado y el valor de la obra.

La característica más destacada de la joyería contemporánea es lo meticuloso de su diseño, ya que cada pieza que la conforma tiene su propio significado. (Bermúdez, Mariale, 2018)

### **1.1.13 Joyería contemporánea en el mundo**

Con la aparición de las redes sociales y la web, los diseñadores de joyería contemporánea han aumentado, así como sus seguidores.

La joyería contemporánea no sigue tendencias, ni moda, adoptan una manera artesanal de resaltar los looks, y las personas que la usan se sienten únicas e inspiradas con la historia de cada joya o de cada colección.

En algunos lugares se le conoce como joyería alternativa o moderna. En exhibiciones de joyería de autor, aún este concepto no está integrado.

Países como Argentina y Chile han sido pioneros en América Latina, pero hay exponentes en casi todos los países, indudablemente la joyería moderna se ha convertido en un fenómeno mundial. (Bermúdez, Mariale, 2018)

A nivel mundial, el mercado de joyas está concentrado en los países de mayor poder adquisitivo: Estados Unidos, Europa, Japón y un reciente crecimiento en China. La crisis mundial del 2009 generó un impacto considerable en el crecimiento del mercado a nivel mundial recuperándose paulatinamente durante el año 2010. Las metas establecidas por empresas de renombre internacional es el enfocar sus productos a la satisfacción de sus clientes, cumpliendo con los requerimientos de calidad, precio, diseño, originalidad y sobre todo la última tendencia de la moda. (Scavone Rebeya, 2012, p.60)

“El principal factor de la demanda de joyas a nivel mundial es la moda. La demanda en el Ecuador de oro, plata y piedras preciosas procesados como “joyas” se encuentra definida en función al poder adquisitivo del consumidor (fluctúa en las clases sociales: medias y altas)” (Scavone Rebeya, 2012, p. 61).

El género del consumidor se encuentra mayor mente concentrado en mujeres, en el rango de 25 a 50 años de edad. Los productos también son mayormente requeridos de manera estacional, de acuerdo al calendario comercial de cada región. La demanda de productos se encuentra definido en el siguiente orden: anillos, aretes, cadenas, pulseras, pendientes y dijes. (Scavone Rebeya, 2012, p. 61)

#### **1.1.14 Joyería en el mercado internacional**

##### **1.1.14.1 Exportaciones de joyería**

“Las exportaciones de joyería en el transcurso de los últimos 5 años (2015-2019) ha tenido una serie de variaciones. En 2019 las exportaciones de joyas superaron los US\$ 115 mil millones, 4.29 % más en comparación al 2018” (Adondexportar, 2019).

“Este monto ha superado lo exportado en los periodos 2015 y 2016, montos que alcanzaron más de 107 y 105 mil millones de dólares respectivamente” (Adondexportar, 2019).

Siendo la de mayor relevancia la partida 711319, concentrando el 86.53% de las exportaciones totales de joyería (7113) según Un contrade y del ITC. Mientras que la partida 711311 ha tenido un crecimiento sostenido del 2014 al 2017, creciendo en 22.75% (Adondexportar, 2019).

Los 5 principales países exportadores de artículos de joyería durante el 2019 son Emiratos Árabes Unidos, India, China, Suiza y los Estados Unidos de América con una participación del 14.25 %, 11.59 %, 11.52 %, 10.10 % y 7.96% respectivamente; Estos países exportadores de joyas concentran más de 55 % del mercado internacional. (Andondexportar, 2019)

##### **1.1.14.2 Importaciones de joyas**

Por otro lado, la importación de joyería sumo más de USD 95 mil millones, creciendo en 8.66 % con respecto al 2018. Siendo los países de mayor demanda: Suiza (17.37 %),

Emiratos árabes Unidos (15.64 %) Hong Kong (14.25 %), Estados Unidos de América (9.28 %), y Francia (5.48 %). (Adondexportar, 2019)

Todos estos países importadores han concentrado un 62.02 % de la demanda mundial de productos de joyería.

La perspectiva del mercado de joyería a nivel mundial se ve favorable, puesto que con las nuevas tendencias tanto tecnológico como de consumo hacen que este mercado pueda crecer sostenidamente en los próximos años.

El secreto es enfocarse a un nicho de mercado.

#### **1.1.14.3 Joyería 3D**

La tecnología ha ido revolucionado todo proceso de producción y en el sector de joyería no es la excepción y gracias a la impresión 3D para joyería, junto con software de diseño como Rhinogold, Jewelry Cad Dream, entre otros han hecho posible producir joyas impresas en 3d. (Adondexportar, 2019)

La impresión de joyas en 3d, ha logrado innovar el proceso de producción, permitiendo una reducción tanto en costos como de tiempos en la producción de joyas, así como realizar diseños novedosos en sortijas, collares, etc., es decir, un sinnúmero de productos. (Adondexportar, 2019)

#### **1.1.14.4 Tiendas online de joyería**

Así mismo, internet ha llevado a que muchas empresas de joyerías se sumerjan al comercio electrónico como medio para lograr la internacionalización de sus productos a diferentes mercados tanto nacionales como internacionales. (Adondexportar, 2019)

El consumo de joyería ha variado en los últimos años y es que la entrada de nuevos tipos de consumidores ha hecho que el mercado de joyería se diversifique. (Adondexportar, 2019)

Encontrar como clientes a consumidores de mercados emergentes como a jóvenes con diferentes tipos de gustos abre la puerta a nuevos nichos de mercado y una de las tendencias de consumo que se avizora son joyas que tenga marca. (Adondexportar, 2019)

## **1.2 Antecedentes del comercio de joyas en Guatemala**

El comercio de la joyería ha ido evolucionando a través de la historia, proveyendo oportunidades a todas las personas, de los distintos estratos sociales de portar algún tipo de ornamento para lucir mejor.

Guatemala no es la excepción, en este país existen más de 109 joyerías reconocidas y por supuesto, muchas más que se han formado a través del contrabando de joyas. Según información obtenida de la Cámara de la Industria, Instituto Nacional de Estadística y Gremial de Joyeros de Guatemala, en Internet, solamente hay 15 joyerías agremiadas, lo que afecta grandemente la competitividad, ya que esto da lugar a una competencia desleal dentro de este mercado. (Orellana Cano, 2004, p. 20)

Existen varios factores que afectan el comercio de la joyería tales como la inflación, la variación del tipo de cambio, el producto interno bruto y los precios internacionales entre el oro y la plata. Por supuesto, existe otro tipo de factores que afectan el desarrollo de las empresas dedicadas a la joyería, entre ellas podemos mencionar los aranceles e impuestos, que cada vez son más altos en Guatemala. Además de varios factores internos como externos, se puede mencionar la delincuencia cuyos índices son cada vez más elevados en Guatemala, esto cambia en las personas y que tengan cada vez más temor y dejen de comprar joyas de oro y plata, de valores considerables y prefieran adquirir joyas alternativas, de materiales de menores precios.

Rodas, Sergio (2009) afirma: El comercio de joyas en Guatemala ha experimentado un gran crecimiento en años recientes, gracias a la belleza y versatilidad del material en la creación de joyas. El acero es un material económico, accesible, maleable y capaz de producir joyas vistosas, elegante y de excelente calidad. Debido a su precio, estas

piezas resultan sumamente atractivas en comparación con las de oro o plata, que pueden llegar a costar cientos, incluso miles de veces más.

"Desde el año 2014 las joyas de oro y plata tienen competencia con los productos de acero quirúrgico, y estas cada día están ganando más mercado. Una de las razones principales es que las joyas de acero pueden llegar a costar menos del 10% del precio de una alhaja de oro" (Deguate.com, s.f.).

Este tipo de piezas son importadas de China, ya que en América latina no existe una fábrica que pueda moldear este tipo de acero para convertirlo en joya.

Banco de Guatemala, (2017) indica: En el estudio de comercio general a los últimos dos años se registraron US \$ 117,389.00 en importación de piedras y metales preciosos y semi-preciosos y US \$ 92, 176,688.00 en exportaciones.

"En estos últimos años existen alrededor de 85 empresas que se dedican a la comercialización de joyas de acero inoxidable específicamente sin contar a otras que no tienen como prioridad este material. Se centran en lugares de fácil comercialización como las zonas más recorridas y centros comerciales de mayor audiencia" Deguate.com (s. f.).

Guatemala se ha considerado un país bueno para la comercialización de este producto, donde empresas internacionales como de México buscan ingresar y poder establecer negocios donde pueda generar empleos, esto por contar con la ventaja y cercanía geográfica y que los precios no son tan castigados como en los Estados Unidos y los volúmenes requeridos son medios y medio-alto. "Guatemala es un mercado muy importante, es la economía más grande de Centroamérica, otra ventaja es la fortaleza del quetzal, como moneda" (Bolaños, 2017).

### **1.2.1 Datos sobre exportaciones e importaciones de Guatemala**

Las exportaciones de Guatemala están divididas en dos rubros, productos tradicionales y no tradicionales. El rubro que representa la mayor cantidad de exportaciones son los

artículos de vestuario con cerca de US \$1,200 millones en 2014, seguido por el café, el azúcar, las piedras preciosas y el banano. (Deguate.com, 2014)

Las exportaciones de Guatemala están divididas en dos rubros, productos tradicionales y no tradicionales. Durante los últimos años, los productos no tradicionales han adquirido un mayor porcentaje en el mercado de exportaciones y en la actualidad, representan la categoría más importante. Los productos tradicionales representan el 25% del total exportado y los productos no tradicionales representan el 75%. La agricultura contribuye con el 23% del PIB nacional y constituye el 75% de las exportaciones. (Deguate.com, 2014)

Clasificado por regiones, el flujo comercial de Guatemala tiene la característica de que, desde hace mucho tiempo, una parte importante de sus exportaciones e importaciones está orientada hacia un solo país: Estados Unidos, nuestro mayor socio comercial que provee el 41% de nuestras importaciones y recibe el 34% de nuestras exportaciones. El resto se diluye entre Centroamérica, México, Europa y otro grupo de países.

La exportación de productos guatemaltecos contribuye con todos los niveles socioeconómicos y financieros, los cuales satisfacen las necesidades exteriores aprovechando los recursos que sólo en Guatemala se producen, promoviendo el desarrollo de empresas, comercializadoras, industrias y de la población por la generación de empleo fijo.

### **1.2.2 Guatemala supervisa venta de joyerías**

Las empresas comercializadoras de joyas deben de reportar sus ventas en efectivo por montos superiores a los \$10 mil.

En aplicación al inciso 'c' del artículo 18 de la Ley Para Prevenir y Reprimir el Financiamiento del Terrorismo, la Intendencia de Verificación Especial (IVE), se encuentra en proceso de supervisión de unas 76 comercializadoras de joyas.



Por su parte, representantes del sector señalan el descontento de los clientes los que no "están de acuerdo con reportar sus compras ni en efectivo ni de alguna otra forma de pago", (López de Aparicio, 2010)

### **1.2.3 Potencial del negocio regional**

En Centroamérica cerca de 250 mil personas están buscando por Internet comprar joyas o relojes, y de este grupo de consumidores, aproximadamente el 5% explora opciones para adquirir collares de joyería fina. (Centralamericadata.com, 2020)

En el mercado costarricense, del total de consumidores que en la actualidad están buscando comprar por Internet joyas y relojes, el 8% explora opciones para adquirir anillos de compromiso o bodas. El sistema interactivo de información que en el mercado panameño, cerca de 12 mil personas buscan adquirir un reloj y en Honduras, más de 6 mil consumidores intentan comprar joyería fina. (Centralamericadata.com, 2020)

En Guatemala, del total de consumidores que por internet están buscando comprar joyería o relojes, el 5% intenta adquirir collares de joyería fina, mientras que en El Salvador es proporción asciende a un 3%, y en Nicaragua a un 6%. (Centralamericadata.com, 2020)

Informes de la Superintendencia de Administración Tributaria (SAT) reportan que en lo que va de este año ingresaron al país relojes de pulsera, bolsillo y similares por la suma de \$866 mil, una cifra superior a los \$469 mil de los primeros dos meses de 2017. En cuanto a objetos de valor como relojes de marca y joyas, no se trata sólo del valor en sí de la alhaja, sino que son bienes sobre los cuales se puede hacer una transacción. (Centralamericadata.com, 2020)

La SAT registra que en el mismo período de 2018, el valor CIF de la importación de relojes de pulsera, bolsillos y similares con caja de metal precioso o chapado oro fue de \$350 mil, los comerciantes tienen una curiosa teoría sobre el estado de ánimo de los guatemaltecos cada vez que hay cambios de gobierno. (Centralamericadata.com, 2020)

## **2. MARCO TEÓRICO**

En este capítulo se conocerán teorías y estudios que sirven de fundamento, marco o límite, dentro del cual se estudia y resuelve la problemática de nuestra investigación, esta parte se enfoca a mostrar el soporte del resultado que se propondrá para una correcta toma de decisiones de la empresa.

### **2.1 Comercio de joyas**

El crecimiento del sector comercial de joyas en Guatemala se está reinventando día con día, es importante que la empresa no solo pueda expandir su producto y mantenerse estable, sino que las empresas dedicadas a este comercio puedan manejar un nivel financiero estable, y crecer tanto comercial como financieramente.

El sector joyero ha tenido un auge en los mercados internacionales no solo por los materiales utilizados sino por diseños autóctonos que se materializan en joyas excepcionales, uno de los problemas encontrados es que la oferta exportable es reducida y siempre se dirige a mercados tradicionales dejando a un lado otros destinos exitosos donde podría incursionar.

Es importante enfatizar en que Colombia siendo uno de los 20 países más importantes en la producción de oro mundial, los joyeros no encuentran quién suministre el oro legal para realizar sus artículos y muy pocos son los autorizados para comercializar el mineral cumpliendo todos los requisitos legales, por esto en muchas ocasiones los joyeros tienen que importar el metal, los consumidores se ven afectados al momento de adquirir una pieza de oro ya que tienen que pagar aproximadamente un 20% más por ser artículos fabricados con oro importado. (Sarmiento, 2013)

#### **2.1.1 El comercio**

El comercio, dentro del ámbito mercantil, se encuentra directamente relacionado con la actividad de la empresa y la figura del comerciante o empresario. Dentro de la empresa, el empresario es quien decide en la asignación de cada uno de los medios de

producción, ya se trate de capital, materias primas o mercancías, contratación de personal técnico y de mano de obra, arriendo o adquisición de locales etc. (Economía simple, 2016)

“Las empresas y organizaciones de comercio justo creen en un mundo en el cual la justicia y el desarrollo sostenible están en el corazón de las estructuras de comercio y así, a través del reconocimiento del trabajo de los productores, éstos pueden mantener un decente estándar de vida y desarrollar todo su potencial humano” (Wijnant, 2012).

### **2.1.2 Joyería**

“Se refiere a un oficio, desempeño o trabajo del joyero, también la habilidad de elaborar joyas. Taller o tienda, almacén, local o establecimiento donde se vende o comercializa las joyas o también del mismo joyero. Comercio y trato dedicado a la venta y compra de joyas” (Joyería, 2019).

Hoy en día, hacer referencia a la joyería implica hablar de materiales tales como el oro, la plata, diamantes, rubís, zafiros y esmeraldas. Por supuesto, existen otros que pueden ser empleados también con resultados satisfactorios, pero son estos los más valiosos y los que mejor hacen honor al concepto de joya como un elemento decorativo de gran precio. En el pasado remoto los elementos utilizados podían ser de características ordinarias, como huesos, colmillos o tendones; no obstante, es importante entender que cada sociedad establece aquello que tiene valor en función de la oferta y de la demanda.

“La joyería se distribuye por los distintos países en núcleos específicos, repercutiendo de forma considerable en la industria del país. Su comercialización se ramifica cada vez más, y el comercio con otros países se realiza de forma más frecuente beneficiándose y enriqueciéndose los distintos mercados” (Castmay, Fran. s.f.).

“Las ferias de muestras son las que se encargan de poner en contacto a unas firmas con otras entre los distintos países. Aunque hoy por hoy, hay que tener en cuenta el

potencial que tiene el internet y las redes sociales para relaciones comerciales entre empresas de cualquier lugar del planeta” (Castmay, Fran. s.f.).

## **2.2 Análisis financiero**

El análisis financiero es un proceso que comprende la interpretación, comparación y estudio de los estados financieros y datos operacionales de la empresa. Para lograr esto se deben realizar cálculos e interpretar los porcentajes, indicadores y demás datos para evaluar el desempeño financiero y operacional de la empresa.

Este análisis permite conocer lo que ha pasado en la empresa en periodos anteriores, examinar el presente y planear el futuro lo que será del negocio desde lo financiero y económico.

“El análisis financiero es una ciencia y un arte, el valor de este radica en que pueden utilizar ciertas relaciones cuantitativas para diagnosticar los aspectos fuertes y débiles del desempeño de una compañía” (Weston, Fred. 2016. P45.).

“El análisis de estados financieros es el estudio completo de toda la organización, donde se reúnen elementos cuantitativos y cualitativos e información en cuanto a factores internos y externos que pueden afectar la operación del negocio” (Duque, N. J. 2016).

El apoyo fundamental del análisis financiero está contemplado en la información que proporcionan los estados financieros, estos muestran la situación económica de una empresa, su capacidad de pago o el resultado de operaciones obtenidas en un período pasado, presente o futuro. El análisis financiero es el estudio que se hace de la información contable, mediante la utilización de indicadores y razones financieras. (Castañeda & Martinez, 2016, p.38)

La contabilidad representa y refleja la realidad económica y financiera de la empresa, de modo que es necesario interpretar y analizar esa información para poder entender a profundidad el origen y comportamiento de los recursos de la empresa. La información

contable o financiera de poco sirve si no la interpretan, si no la comprenden bien, y allí es donde surge la necesidad del análisis financiero. Cada componente de un estado financiero tiene un significado y en efecto dentro de la estructura contable y financiera de la empresa, efecto que se debe identificar y de ser posible, cuantificar. (Castañeda, Martínez y Ramírez, 2016, p. 38)

Conocer por qué la empresa está en la situación que se encuentra, sea buena o mala, es importante para proyectar soluciones o alternativas para enfrentar los problemas surgidos, o para idear estrategias encaminadas a aprovechar los aspectos positivos. Sin el análisis financiero no es posible hacer un diagnóstico del actual de la empresa, y sin ello no habrá pauta para señalar un derrotero a seguir en el futuro. (Castañeda, Martínez y Ramírez, 2016, p. 38)

Muchos de estos indicadores no son de mayor utilidad aplicados de forma individual o aislada, por lo que es preciso recurrir a varios de ellos con el fin de hacer un estudio completo que cubra todos los aspectos y elementos que conforman la realidad financiera de toda empresa. El análisis financiero es el que permite que la contabilidad sea útil a la hora de tomar las decisiones. (Castañeda, Martínez y Ramírez, 2016, p. 38)

### **2.2.1 Técnicas de análisis financiero**

Durante el proceso de análisis de estados financieros se dispone de una diversa gama de posibilidades para satisfacer los objetivos emprendidos al planear y llevar a cabo dicha tarea de evaluación.

El análisis financiero es una técnica de evaluación del comportamiento operativo de una empresa, diagnóstico de la situación actual y predicción de eventos futuros y que, en consecuencia, se orienta hacia la obtención de objetivos previamente definidos. Por lo tanto, el primer paso en un proceso de ésta naturaleza es definir los objetivos para poder formular, a continuación, los interrogantes y criterios que van a ser satisfechos con los resultados del análisis que es el tercer paso a través de diversas técnicas. (Hernández Cabrera, 2005)

Las herramientas de análisis financiero pueden circunscribirse a las siguientes: a) análisis comparativo, b) análisis de tendencias; c) estados financieros proporcionales; d) indicadores financieros y e) análisis especializados, entre los cuales sobresalen el estado de cambios en la situación financiera y el estado de flujos de efectivo. (Hernández Cabrera, 2005)

### **2.2.1.1 Análisis vertical**

El análisis porcentual de la relación que existe entre cada componente en un estado financiero a un total dentro del mismo estado se conoce como el nombre de análisis vertical. Aunque el análisis vertical se aplica a un solo estado, este puede aplicarse al mismo estado a través del tiempo, lo cual hace el análisis más atractivo, ya que ahora muestra de que manera han cambiado con el tiempo los porcentajes de cada concepto. (Warren & Reeve, 2010)(Shim & Siegel, 1988) Indican: Este análisis sirve para poner en evidencia la estructura interna de la empresa, también permite la evaluación interna y se valora la situación de la empresa con su industria.

“Este tipo de análisis consiste en determinar la participación de cada una de las cuentas de los estados financieros con referencia sobre el total de activos o total patrimonio para el balance general, o sobre el total de ventas para el estado de resultados” (Rica Milla, 2014).

- a. Se obtiene una visión panorámica de la estructura del estado financiero
- b. Muestra la relevancia de cuentas o grupo de cuentas dentro del estado.
- c. Controla la estructura porque se considera que la actividad económica debe de tener la misma dinámica para todas las empresas.
- d. Evalúa los cambios estructurales y las decisiones gerenciales.
- e. Permiten planear nuevas políticas de racionalización de costos, gastos, financiamientos, entre otros.

Para determinar qué porcentaje representa una cuenta con respecto a un total, se utiliza la siguiente metodología:

f. Cuando se calcula qué porcentaje representa una cuenta del activo, el 100% será el total activo.

g. Cuando se calcula qué porcentaje representa una cuenta del pasivo y patrimonio, el 100% será el total pasivo y patrimonio.

h. Cuando se calcula qué porcentaje representa una partida del estado de resultados, el 100% serán las ventas netas totales.

#### **2.2.1.2 Análisis horizontal**

“Al análisis del porcentaje de aumentos y disminuciones en los conceptos relacionadas en los estados financieros comparativos se le conoce con el nombre de análisis horizontal. Cada uno de los conceptos del estado financiero más reciente se compara con el concepto correspondiente de los estados financieros anteriores” (Warren & Reeve, 2010).

“Este tipo de análisis lo que busca es analizar la variación absoluta o relativa que ha sufrido las distintas partidas de los estados financieros en un periodo respecto a otro. Esto es importante para saber si se ha crecido o disminuido en un periodo de tiempo determinado” (Ricra Mariela, 2014, p.24). Esto implica lo siguiente:

a. Analiza el crecimiento o disminución de cada cuenta o grupo de cuentas de un estado financiero.

b. Sirve de base para el análisis mediante fuentes y usos del efectivo o capital de trabajo.

c. Muestra los resultados de una gestión porque las decisiones se ven reflejadas en los cambios de las cuentas.

Condiciones:

d. Seleccionar un año base en el cual los resultados no fueron ni muy buenos ni muy malos, en efecto, no es conveniente elegir un año pésimo para la empresa, pues en la comparación cualquier periodo aparecería como muy bueno, lo que distorsionaría el análisis de la gestión empresarial.

f. Los periodos seleccionados deben ser similares con el que han de considerar la estacionalidad, lo razonable es comparar, trimestre con trimestre, así como también trimestre II con trimestre II.

### **2.2.2 Indicadores financieros**

Los indicadores financieros agrupan una serie de formulaciones y relaciones que permiten estandarizar e interpretar adecuadamente el comportamiento operativo de una empresa, de acuerdo a diferentes circunstancias. Así, se puede analizar la liquidez a corto plazo, su estructura de capital y solvencia, la eficiencia en la actividad y la rentabilidad producida con los recursos disponibles.

Los indicadores financieros agrupan una serie de formulaciones y relaciones que permiten estandarizar e interpretar adecuadamente el comportamiento operativo de una empresa, de acuerdo a diferentes circunstancias. Así, se puede analizar la liquidez a corto plazo, su estructura de capital y solvencia, la eficiencia en la actividad y la rentabilidad producida con los recursos disponibles. (Hernández Cabrera, 2005)

#### **2.2.2.1 Indicadores de liquidez**

“La liquidez de una organización es juzgada por la capacidad para saldar las obligaciones a corto plazo que se han adquirido a medida que éstas se vencen. Se refieren no solamente a las finanzas totales de la empresa, sino a su habilidad para convertir en efectivo determinados activos y pasivos corrientes” (Instituto Nacional de Contadores Públicos, 2011).

Aunque este ratio se suele utilizar más para medir la solvencia a corto plazo, tanto a corto como a largo plazo también sirve para anticipar problemas de cash flow.



a. Razón de liquidez general o razón corriente: Este ratio es el que indica la proporción de deudas a corto plazo que se pueden cubrir por elementos del activo.

$$\text{Liquidez general} = \text{Activo Corriente} / \text{Pasivo Corriente}$$

b. Razón de prueba ácida: “Es una relación o razón muy fuerte para saber si una empresa tiene suficientes activos líquidos a corto plazo para cubrir sus obligaciones o deudas inmediatas. Es más sólido que la razón circulante, conocido también como indicador de capital de trabajo, ya que ignora activos no tan líquidos, como el inventario” (Lifeder.com, 2019).

$$\text{Prueba ácida} = (\text{Activo Corriente} - \text{Inventario}) / \text{Pasivo Corriente}$$

c. Capital de trabajo: “Este tipo de ratio financiero muestra lo que una empresa dispone tras pagar sus deudas inmediatas. Sería un indicador de lo que le queda a una empresa al final para poder operar” (lifeder.com, 2019).

$$\text{Capital de trabajo} = \text{Activo Corriente} - \text{Pasivo Corriente}$$

“Los indicadores de liquidez son utilizados para medir la solidez de la base financiera de una entidad, es decir, determinan si una empresa cuenta con músculo financiero para asumir oportunamente el pago de sus deudas” (Fx.com, s.f.).

### **2.2.2.2 Indicadores de endeudamiento o solvencia**

“Tienen por objeto medir en qué grado y de qué forma participan los acreedores dentro del financiamiento de la empresa. De la misma manera se trata de establecer el riesgo que incurren tales acreedores, el riesgo de los dueños y la conveniencia o inconveniencia de un determinado nivel de endeudamiento para la empresa” (Instituto Nacional de Contadores Públicos, 2011).

Los indicadores de endeudamiento permiten medir el nivel de financiamiento que posee una empresa, determinado a su vez el porcentaje de participación que tiene cada uno de los acreedores dentro del sistema de financiación, igualmente medir el riesgo que

corren tanto los acreedores como los dueños y da información importante acerca de los cambios que se deben hacer para lograr que el margen de rentabilidad no se perjudique por el alto endeudamiento que pueda llegar a tener la empresa. (Datateca., s.f. )

a. Endeudamiento del activo: Por cada peso invertido en activos, cuánto está financiado por terceros y qué garantía está presentando la empresa a los acreedores. Este índice permite determinar el nivel de autonomía financiera. Cuando el índice es elevado indica que la empresa depende mucho de sus acreedores y que dispone de una limitada capacidad de endeudamiento, o lo que es lo mismo, se está descapitalizando y funciona con una estructura financiera más arriesgada. (Melara, 2020)

Pasivo total / Activo Total

b. Endeudamiento patrimonial: Este indicador mide el grado de compromiso del patrimonio para con los acreedores de la empresa. No debe entenderse como que los pasivos se puedan pagar con patrimonio, puesto que, en el fondo, ambos constituyen un compromiso para la empresa. (Lozano Flores, 2010)

Pasivo total / patrimonio

c. Endeudamiento del activo fijo: El coeficiente resultante de esta relación indica la cantidad de unidades monetarias que se tiene de patrimonio por cada unidad invertida en activos fijos. Si el cálculo de este indicador arroja un cociente igual o mayor a 1, significa que la totalidad del activo fijo se pudo haber financiado con el patrimonio de la empresa, sin necesidad de préstamos de terceros. (Lozano, 2010)

Patrimonio / Activo fijo neto tangible

d. Apalancamiento financiero: El apalancamiento financiero indica las ventajas o desventajas del endeudamiento con terceros y como éste contribuye a la rentabilidad del negocio, dada la particular estructura financiera de la empresa. Su análisis es fundamental para comprender los efectos de los gastos financieros en las utilidades. De

hecho, a medida que las tasas de interés de la deuda son más elevadas, es más difícil que las empresas puedan apalancarse financieramente. (Conceptodefinicion.de, 2019)

La fórmula para la determinación del mismo es:

$$\frac{(\text{Utilidad antes de impuesto} / \text{Patrimonio})}{(\text{Utilidad antes de impuesto e intereses})}$$

El apalancamiento financiero es un mecanismo de inversión fundamentado en el endeudamiento, es decir, que es el método empleado por muchas empresas al momento de invertir en un negocio: aportan una parte de capital propio y la otra parte, mediante préstamos adquiridos ante terceros. Este tipo de estrategias pueden resultar beneficiosas si todo ocurre como se espera, sin embargo el riesgo que acarrea puede ser mucho mayor. (Conceptodefinicion.de, 2019)

El elemento básico dentro de lo que significa apalancamiento financiero, es la deuda, ya que permite la inversión de más dinero del que en realidad se tiene, gracias a lo obtenido por los préstamos, a cambio de unos intereses. Uno de los propósitos de este método es el poder incrementar las utilidades de la empresa, utilizando fondos prestados. (Conceptodefinicion.de, 2019)

El apalancamiento financiero puede ser: positivo, negativo o neutro.

Será positivo cuando la adquisición de fondos procedentes de préstamos es rentable, es decir que el rendimiento alcanzado sobre los activos de la empresa, es superior al monto de los intereses que se deben pagar por el capital obtenido de los préstamos. (Conceptodefinicion.de, 2019)

Será negativo cuando los fondos obtenidos a través de préstamos son infructuosos, es decir, cuando la rentabilidad alcanzada sobre los activos de la compañía es inferior a los intereses que se deben pagar por concepto del préstamo. (Conceptodefinicion.de, 2019)

Por último, el apalancamiento será neutro, cuando los fondos obtenidos por medio de préstamos, se encuentran en equilibrio, es decir, la utilidad alcanzada sobre los activos de la empresa son iguales a el monto a cancelar por concepto de intereses. (Conceptodefinicion.de, 2019)

Para la empresa el apalancamiento financiero pudiera ser una manera un tanto arriesgada de incrementar el capital, ya que corre el riesgo de quedar incapacitado para cumplir con los compromisos de pago. (Conceptodefinicion.de, 2019)

### **2.2.2.3 Indicadores de rentabilidad**

Los indicadores de rentabilidad en un negocio o una empresa son aquellos que sirven para determinar la efectividad del proyecto en la generación de riquezas, es decir, que permiten controlar la balanza de gastos y beneficios, y así garantizar el retorno. (Raffino, 2020)

Los indicadores de rendimiento, denominados también de rentabilidad, sirven para medir la efectividad de la administración de la empresa para controlar los costos y gastos y, de esta manera, convertir las ventas en utilidades. (Raffino, 2020)

Desde el punto de vista del inversionista, lo más importante de utilizar estos indicadores es analizar la manera como se produce el retorno de los valores invertidos en la empresa (rentabilidad del patrimonio y rentabilidad del activo total). (Raffino, 2020)

a. Margen bruto: Este índice permite conocer la rentabilidad de las ventas frente al costo de ventas y la capacidad de la empresa para cubrir los gastos operativos y generar utilidades antes de deducciones e impuestos. (Raffino, 2020)

$$(Ventas - \text{costo de ventas}) / Ventas$$

b. Margen operacional: La utilidad operacional está influenciada no sólo por el costo de las ventas, sino también por los gastos operacionales de administración y ventas. Los gastos financieros, no deben considerarse como gastos operacionales, puesto que teóricamente no son absolutamente necesarios para que la empresa pueda operar. Una

compañía podría desarrollar su actividad social sin incurrir en gastos financieros. (Raffino, 2020)

Utilidad operacional / ventas

c. ROA: Es una ratio que nos indica la rentabilidad sobre los activos (Return On Assets), también llamado ROI (rentabilidad sobre las inversiones). Este indicador, es fundamental, porque calcula la rentabilidad total de los activos de la empresa. (Dobaño, 2019)

El ROA, se calcula dividiendo los ingresos (obtenidos en un determinado periodo de tiempo) entre los activos totales y multiplicados por 100. El beneficio que se utiliza para calcular el ROI (Return On Assets), debe ser el obtenido antes de incluir los gastos financieros y fiscales. Es decir, el EBITDA. (Dobaño, 2019)

Ganancia neta / activos totales \* 100

Una de las razones por las que se suele valorar más esta ratio respecto al ROE, es porque, no tiene en cuenta la forma en que se financian los activos (por cuenta propia o a través de terceros). De esta forma obtenemos el valor de la rentabilidad de la empresa, sin tener en cuenta factores que nos pueden confundir. (Dobaño, 2019)

d. ROE: Es el indicador que mide el rendimiento que logra el inversor, del capital que ha invertido en una determinada empresa. De esta forma, el inversor puede tener toda la información para analizar la viabilidad de su inversión en esa empresa, y por consiguiente, incluso aumentar su inversión. (Dobaño, 2019)

Esta ratio es de gran importancia, ya que, da una información fundamental para los inversores. El cálculo del ROE de una compañía, nos indica la capacidad de esa empresa para generar beneficio para sus accionistas. Es decir, es el indicador que mide el rendimiento que logra el inversor, del capital que ha invertido en una determinada empresa. De esta forma, el inversor puede tener toda la información para analizar la

viabilidad de su inversión en esa empresa, y por consiguiente, incluso aumentar su inversión. (Dobaño, 2019)

Por tanto, el ROE, se podría decir, que es un indicador que mide la eficiencia de una sociedad. Es decir, la cantidad de beneficio que puede ofrecer con los recursos que dispone. Es bastante útil, también, para comprar empresas del mismo sector, y poder elegir la más rentable para invertir. (Dobaño, 2019)

Éste ratio, que calcula la rentabilidad financiera, se calcula dividiendo los beneficios netos entre los fondos propios medios.

$$\text{Ganancia neta} / \text{patrimonio neto} * 100$$

Dobaño, (2019) indica: La comparación de los dos indicadores, nos determinará la estructura financiera ideal para el crecimiento de la empresa. La diferencia entre las dos ratios se le llama “efecto apalancamiento”; que puede ser:

Positivo: cuando el ROE es superior al ROA. Es decir, que parte del activo se ha financiado con deuda y, de esta forma, ha crecido la rentabilidad financiera.

Nulo: cuando las dos ratios coinciden. Es el estado ideal, ya que no existe deuda en la empresa; todos los activos se financian con fondos propios.

Negativo: cuando el ROE es inferior al ROA. Esto indica que, el coste medio de la deuda es superior a la rentabilidad económica.

### **2.3 Fuentes de financiamiento**

Es el origen de un recurso económico que permite la cobertura de un gasto o de una inversión. Por lo general se trata de un banco o de otro tipo de institución financiera.

Habitualmente se recurre a una fuente de financiamiento cuando se necesita un crédito que permita complementar los recursos propios. Supongamos que el dueño de una pyme quiere adquirir una máquina para incrementar su capacidad productiva. Debido al coste elevado del dispositivo, decide recurrir a una fuente de financiamiento para

obtener un préstamo, que prevé devolver gracias a los ingresos que consiga a partir de la puesta en marcha del equipamiento en cuestión. (Pérez P. Julián y Gardey, 2017)

Hoy en día no es muy difícil acceder a un crédito, aunque esto no quiere decir que este servicio esté al alcance de todo el mundo: por lo general, se requiere un contrato de trabajo en regla que garantice la solvencia del interesado.

A diferencia de lo que ocurría hace tan sólo unos años, en la actualidad no debemos salir de casa para buscar una fuente de financiamiento ni para contratar sus servicios. De hecho, en cuestión de minutos podemos obtener el préstamo que necesitamos y comprar los productos de nuestros sueños, todo desde nuestro dispositivo con conexión a internet preferido, ya sea el ordenador, la tableta o el teléfono móvil. (Pérez P. Julián y Gardey, 2017)

“En el caso del banco que presta dinero, actúa como fuente de financiamiento para obtener una ganancia (el cobro de intereses)” (Pérez P. Julián y Gardey, 2017).

### **2.3.1 Características de las fuentes de financiamiento**

Las principales características de las fuentes de financiamiento son las siguientes:

- a. Pueden ser internas o externas a la organización.
- b. Deben obtener un beneficio para que la inversión sea rentable.
- c. Si poseen participación en las utilidades (ganancias), esta es proporcional a la aportación en capital.
- d. Son fundamentales para el funcionamiento de la organización.

### **2.3.2 Tipos de fuentes de financiamiento**

Las fuentes de financiamiento son las diferentes alternativas u opciones de las cuales una empresa dispone o puede disponer para obtener recursos financieros. Una vez

comprendido el financiamiento en el contexto de una empresa, diremos que existen dos tipos de fuentes de financiamiento: internas y externas.

### **2.3.2.1 Fuentes internas**

“Las fuentes internas, también conocidas como capital social, son aquellas que se encuentran dentro de las aportaciones de los socios. En estas, el capital proviene propiamente del dinero que posee la organización” (economica, 2017)

#### a. aportaciones de los socios

Son recursos suministrados en la empresa, que formarán parte de su nuevo capital social. Estos fondos tendrán una permanencia indefinida dentro del negocio, por lo cual se clasifican dentro de las fuentes de financiamiento a largo plazo. (Sánchez Morales & Flores Velez, 1998)

#### b. reserva de capital

Las reservas constituyen los fondos que una empresa ha acumulado de los beneficios que ha obtenido de su ejercicio, y que no se han distribuido. Las reservas se consideran como un excedente monetario retenido por las empresas y el cual no posee la condición de exigibilidad. (Sánchez Morales & Flores Velez, 1998)

#### c. Reservas de depreciación y amortización

Cuando una empresa ha adquirido un activo fijo, ésta ha de constituirle un fondo de depreciación que viene a representar un fondo de utilidad por un lado, ya que ese activo contribuirá a la producción o funcionamiento de la empresa durante su vida útil; por otro lado, la depreciación se considera como una corrección del valor del activo, cuyo fin se enfoca a establecer la pérdida real mediante un gasto en efectivo de un costo real distribuido en varios períodos. (Sánchez Morales & Flores Velez, 1998)

#### d. Realización de los activos



La venta de los activos físicos es un medio de financiamiento poco empleado en las empresas, ya que los mismos no se adquieren con ese propósito, sino para ser utilizados en la producción como es el caso de la maquinaria y equipo industrial, o como complemento de los fines operacionales de la empresa como lo son el equipo de oficina y el de transporte. (Sánchez Morales & Flores Velez, 1998)

El financiamiento por realización de activos de la empresa representa un elemento interno que le permite obtener recursos y al mismo tiempo evitar que éstos resulten improductivos e incosteables para las organizaciones. (Sánchez Morales & Flores Velez, 1998)

### **2.3.2.2 Fuentes externas**

“Las externas se refieren al capital prestado por parte de un tercero que no pertenece completamente a la empresa, tal como un accionista o una entidad financiera que espera a cambio un beneficio. En esta, intervienen diferentes métodos que utilizan las empresas para encontrar financiación externa”. (Pérez P. Julián y Gardey, 2017)

Crédito bancario: “es el tipo más común de préstamo, ya que a él pueden acceder tanto los particulares como las empresas. Dentro de esta categoría encontramos los préstamos personales y los comerciales, y también se pueden clasificar según sean a corto o largo plazo. Los realizan los bancos privados y también los estatales” (Pérez P. Julián y Gardey, 2017).

#### **a. Fuentes de financiación propias**

Son aquellas fuentes financieras que proceden del exterior, es decir, que no son producto de la explotación de la actividad empresarial, pero que al incorporarse a la empresa su devolución no tiene carácter de obligatoriedad y se consideran recursos de la empresa. Se ubican en el balance general dentro del patrimonio neto de la empresa. Es el caso del capital social, que es un recurso propio de la empresa, aunque su procedencia sea externa (de los accionistas). (kluwer, s.f)

## b. Fuentes de financiación ajenas

Las fuentes de financiación ajenas son aquellas que se obtienen del entorno financiero de la empresa, y que se caracterizan por tener un coste definido (intereses) deducibles de los impuestos, y por tener pagos contractuales, plazos de amortización y prioridad en caso de insolvencia. (Kluwer, s.f.)

Las fuentes de financiación de la empresa, según su naturaleza, se pueden clasificar en las siguientes:

- i. Instrumentos de capital: son aquellos contratos que ofrece la empresa, en los que se negocia una participación residual en los activos de la empresa, una vez deducidos los pasivos. El ejemplo típico de este tipo de financiación externa es la emisión de acciones (capital social). (Kluwer, s.f.)
- ii. Instrumentos de deuda: son aquellos contratos que representan dinero prestado, que debe ser devuelto al acreedor en un momento futuro y que, generalmente, tiene un coste equivalente a una tasa de interés fija o variable. La principal ventaja que tienen los instrumentos de deuda frente a los instrumentos de capital es que cuentan con el llamado beneficio tributario, que se origina porque los intereses de la deuda que pagan las empresas, son deducibles fiscalmente, mientras que el pago de dividendos o beneficios no lo es. (Kluwer, s.f.)

Por otra parte, los instrumentos de deuda pueden ser o emitidos por la empresa o pueden ser formas de financiación bancaria:

- i. Instrumentos de deuda bancaria: algunos ejemplos de este tipo de deuda son:

Crédito de inversión.

Préstamo hipotecario.

Línea de crédito.

Garantizados con cuentas a cobrar.

Factoring.

Pagarés de empresa.

Straight loan.

ii. Instrumentos de deuda emitidos por las empresas: algunos ejemplos de este tipo de deuda son:

Bonos u obligaciones, también llamados empréstitos.

Bonos cupón-cero.

iii. Instrumentos híbridos: se denominan híbridos porque combinan características de los dos tipos de instrumentos anteriores. Son obligaciones que contrae la empresa, que confieren a su beneficiario el derecho de reclamar su conversión en participaciones en capital de la empresa o acciones, en un momento determinado y con unas condiciones de valoración pactadas previamente. Algunos ejemplos de este tipo de financiación externa de la empresa son las obligaciones convertibles y la emisión de acciones rescatables. (Kluwer, s.f.)

## **2.4 Riesgos financieros de una empresa**

La actividad de toda empresa gira en torno a factores y elementos de diversa índole: jurídicos, económicos, ecológicos, sociales, etc. Pero, la finalidad de todo negocio siempre será la misma, la de obtener el mayor número de ganancias. Asimismo, el día a día empresarial está repleto de incertidumbres y riesgos, a los cuales las empresas deben enfrentarse de la mejor manera posible. Por ello, la gestión de riesgos en la empresa se hace así imprescindible para evitar el impacto de las amenazas existentes en la organización, aportando solución de la manera más eficaz y rentable que puedan. (Nuño Patricia, 2017)

### **2.4.1 ¿Qué son los riesgos financieros?**

El riesgo financiero es la probabilidad de que un evento adverso o alguna fluctuación financiera reporte consecuencias negativas en una empresa. Hace referencia a la incertidumbre producida en el rendimiento de una inversión. (Nuño Patricia, 2017)

Los riesgos financieros, también conocidos como riesgos de crédito o de insolvencia, hacen, en definitiva, referencia a las incertidumbres en las operaciones financieras derivadas de la volatilidad de los mercados financieros y de crédito, mercados que están en constante cambio. (Nuño Patricia, 2017)

El riesgo financiero está estrechamente relacionado con el riesgo económico, puesto que los activos que una empresa posee y los productos o servicios que ofrece juegan un gran papel a la hora de determinar su nivel de endeudamiento, como es lógico. Cuanto más ingrese una empresa por la venta de sus productos, más probabilidad de hacer frente a sus deudas y, por ende, disminuir dicho nivel. (Nuño Patricia, 2017)

### **2.4.2 Tipos de riesgos financieros**

Los mercados financieros reciben continuas amenazas procedentes de las diferentes constantes que lo conforman. Ello provoca que sean muchos los riesgos financieros que debemos tener en cuenta en nuestro día a día. (Nuño Patricia, 2017)

La medición del riesgo financiero es fundamental para cualquier empresa, sea del sector que sea, ya que dicho riesgo afecta a todas las empresas en mayor o menor medida. Además, serán muchos los tipos de riesgos financieros con los que una empresa puede toparse, debiendo analizarlos de manera detallada y actuando en consecuencia. (Nuño Patricia, 2017)

#### **2.4.2.1 Riesgo de crédito**

Asociado al hecho de que puedan producirse impagos, incumpliendo el tiempo y la forma en que debería recibirse el dinero. Ante impagos de créditos, la empresa puede sufrir pérdidas de intereses, disminución del flujo de caja, gastos por el proceso de recobro, etc. (Nuño Patricia, 2017)

#### **2.4.2.2 Riesgo de liquidez**

Este tipo de riesgo financiero implica que una de las partes del contrato financiero no puede obtener la liquidez que necesita para asumir las obligaciones, a pesar de disponer de activos (que no puede vender) y la voluntad de querer hacerlo. (Nuño Patricia, 2017)

(Nuño Patricia, 2017) Por tanto, el riesgo financiero de liquidez se da en el caso de que a una empresa le hayan prestado dinero, pero luego no dispone del líquido suficiente para saldar dicha deuda. No obstante dispone de activos (locales, viviendas, automóviles) que, de venderlos, saldarían la deuda. Podemos encontrarlos en dos vertientes:

- a. Riesgo de liquidez de activos: queriendo vender un activo, no se materializa la compra o, de hacerse, se hace a un precio inadecuado.
- b. Riesgo de liquidez de pasivos: éstos no pueden ser satisfechos en su fecha de vencimiento o, de hacerse, se hace a un precio inadecuado.

#### **2.4.2.3 Riesgo de mercado**

(Nuño Patricia, 2017) Hace referencia a la probabilidad de que se produzca una pérdida de valor de una cartera, debido al cambio desfavorable en el valor de los factores de riesgo de mercado. Los factores de mercado comunes son:

- a. Riesgos de tipos de interés: asociado al cambio en contra de los tipos de interés. Para evitar esto, las empresas pueden contratar coberturas de tipos de interés, productos financieros que les permiten eliminar o, al menos, reducir el impacto de los cambios en los tipos de interés.

- b. Riesgos de tipos de cambio o riesgo de la divisa: asociado a las variaciones de los tipos de cambio al a hora de realizar cambio de divisas, sobre todo para empresas que trabajan a nivel internacional y deben operar en multitud de monedas (euros, dólares, yenes, pesos). Estas empresas suelen tener contratado un seguro para evitar tales fluctuaciones del mercado y, por ende, del tipo de cambio a la hora de comerciar.
- c. Riesgo de mercado como tal. Hace referencia al cambio en el valor de instrumentos financieros, tales como bonos, acciones, etc.

#### **2.4.2.4 Riesgo operacional**

El riesgo operacional, o riesgo operativo, hace referencia a las posibles pérdidas en que pueda incurrir la empresa debido a diferentes tipos de errores humanos, errores en los procesos internos o en los diferentes sistemas tecnológicos que permiten la actividad diaria de la empresas. (Nuño Patricia, 2017)

#### **2.4.3 Gestión de riesgos financieros**

Los riesgos financieros forman parte de la gestión diaria de cualquier empresa. Diariamente, se ofrecen multitud de créditos, necesarios para la puesta en marcha de diferentes proyectos, se pagan intereses, etc. Pero, todas estas operaciones conllevan riesgos financieros. (Nuño Patricia, 2017)

La gestión de riesgos financieros es el proceso de medición del riesgo y de la elaboración y aplicación de diferentes estrategias para gestionarlo y hacerle frente, en función de su gravedad y en función de las consecuencias que pueda tener dentro de la empresa. (Nuño Patricia, 2017)

Gestionar de manera eficaz el riesgo financiero se traduce en una minimización del mismo y una rentabilización de los procesos financieros internos de la empresa. Puesto que, gestionando los riesgos financieros, la empresa obtiene información constantemente, permitiéndole ello saber en qué invertir, en qué periodo de tiempo, etc.

Igualmente, la empresa deberá tener muy presente el índice de riesgo financiero, para saber qué dirección tomar, qué recursos emplear y en qué periodo de tiempo. (Nuño Patricia, 2017)

La medición de riesgos es fundamental para su adecuada gestión. De ahí la importancia de tener siempre presente la fórmula de riesgo financiero, que divide la deuda a medio y largo plazo entre el ahorro bruto. El resultado, habrá que multiplicarlo por 100.

$$\text{Índice de Riesgo financiero} = (\text{Deuda a medio y largo plazo} / \text{Ahorro bruto}) \times 100$$

#### **2.4.3.1 Minimizar riesgos financieros**

(Nuño Patricia, 2017) La gestión de los riesgos financieros es necesaria para reducir el impacto negativo que puedan tener en la empresa. Por ello, su continuo control ayudará a minimizar los daños.

Consejos para reducir estos tipos de riesgos:

Controla la rentabilidad de las inversiones y los resultados obtenidos

Diversifica las inversiones para no jugártelo todo a una carta

Anticípate a lo que vaya a ocurrir en el mercado

Proteger activos mediante seguros.

#### **2.5 Estructura óptima del capital**

Es aquella combinación de recursos propios y ajenos que maximiza el valor de la empresa, o expresado en otros términos, qué endeudamiento sería razonable para conseguir una mayor valoración. (Rivas, s.f.)

No sería posible aportar valor vía incremento del endeudamiento, mientras que para otros sí sería posible. En general lo que sí se puede afirmar es que:

a. En empresas de alta rentabilidad sobre activo (ROA), la capacidad de endeudamiento es más elevada y por tanto el accionista podría preferir que la empresa se endeudara frente a que recurriera a incrementar sus fondos propios. (Rivas, s.f.)

b. En aquellas empresas de bajo ROA o de rentabilidad a muy largo plazo, la financiación vía endeudamiento puede poner en peligro la estabilidad de la empresa y por consiguiente, el tanto por ciento de la inversión a financiar mediante endeudamiento debería ser bajo. (Rivas, s.f.)

Hay que tener en cuenta otros dos factores:

a. El hecho de que la carga en intereses del endeudamiento sea deducible fiscalmente genera unos ahorros fiscales conocidos como Tax Shield y en sí mismo son un valor positivo para la empresa. (Rivas, s.f.)

b. El endeudamiento incrementa la posibilidad de impago, y por tanto de suspensión de pagos/quiebra de la empresa por lo que habrá que ver si el Tax Shield es inferior o superior a estos costes que generará la posibilidad de quiebra (traducidos en un mayor coste de la financiación). (Rivas, s.f.)

Muy ligado a la estructura óptima de financiación está el concepto de coste de capital, dado que en el mismo los fondos propios suponen un mayor coste por su mayor riesgo relativo a la deuda. El endeudamiento, siempre que sea moderado, supone reducir ese coste de capital y por tanto incrementar el valor de la empresa. (Rivas, s.f.)

### **2.5.1 Costo de capital**

Hace referencia al coste en el que incurre una compañía para financiar sus proyectos de inversión por medio de los recursos financieros propios de los que dispone.



Para calcular el coste de capital hay que tener en cuenta la relación entre la media de los distintos recursos financieros empleados para efectuar los proyectos e inversiones, y el valor que cada recurso cuenta en los recursos totales. (García, 2017)

$$K_e = R_f + B I (R_m - R_f)$$

En donde:

$K_e$  = coste de capital

$R_f$  = tasa libre de riesgo

$B I$  = retorno de mercado

$B I (R_m - R_f)$  = conocida como la prima de la compañía

El coste del capital presenta una serie de características, entre las que se incluyen las siguientes:

- a. Cuanto menor es el riesgo de los activos, menor resultará el coste de capital.
- b. Coste no apreciable directamente.

Se calcula por lo general en función del modelo CAPM (Capital Asset Pricing Model).

Mayor dificultad de cálculo que el coste de la deuda.

El seguimiento del coste del capital debe ser lo más riguroso posible. Entre otras cosas permite mejorar la eficiencia de la compañía al optimizar el ratio coste-beneficio, encuentra las necesidades que presenta el negocio, analiza el coste unitario de producción y concreta el modelo económico de la compañía por medio del estudio de sus fuentes de financiación ajena y propia. (García, 2017)

“El coste del capital es imprescindible calcularlo en el plan de financiación inicial de una empresa, para saber cuáles son las fuentes de financiación que más nos interesan” (García, 2017).

La inversión en capital resulta de gran valor para que la compañía funcione correctamente, pero también se hace necesario estudiar el coste. De una manera muy sencilla, se puede decir que el significado de coste del capital es el coste de financiación para producir capital. (García, 2017)

Entre las variables a tener en cuenta se encuentran el riesgo de mercado, en donde a mayor riesgo, mayor será también la rentabilidad exigida por los inversores y eso implicará un mayor coste para el negocio; los tipos de interés y el coste de financiación; y el coste de los recursos propios y el coste de oportunidad para poder disponer de mayor capital y hacer afrontar inversiones más potentes. (García, 2017)

### **2.5.2 Costo de la deuda**

El coste de la deuda ( $K_d$ ) es el coste que tiene una empresa para desarrollar su actividad o un proyecto de inversión a través de su financiación en forma de créditos y préstamos o emisión de deuda. (Vásquez Burguillo, s.f.)

Cuando hablamos del coste de la deuda, estamos haciendo referencia al coste monetario al que tiene que hacer frente una empresa por pedir prestado. Es decir, del mismo modo que hay costes de producción (empleados, materias primas o alquiler de naves), también hay costes asociadas a la deuda. (Vásquez Burguillo, s.f.)

Este coste depende principalmente de varios factores como del valor de la deuda, impuestos, tipo de interés aplicable, etc. Factores, todo sea dicho, que veremos más tarde. (Vásquez Burguillo, s.f.)

Características del coste de la deuda

- a. Es un coste observable.
- b. Mayor facilidad de cálculo que el coste del capital.

Se utiliza el coste efectivo de la deuda después de impuestos.

Por la solicitud de un préstamo, la empresa tendrá que pagar un coste durante un plazo determinado, conocido como tipo de interés. Asimismo, si una empresa emite deuda para poder financiarse, tendrá que ofrecer una rentabilidad atractiva a sus inversores para poder colocarla en la totalidad de su emisión. (Vásquez Burguillo, s.f.)

La fórmula de cálculo del coste de la deuda es la siguiente:

$$k_d = i (1 - t)$$

Donde:

i= La tasa de interés aplicada por la financiación obtenida (kd)

t= Tipo de gravamen impositivo.

### 2.5.3 Valoración de la deuda

La determinación del coste de la deuda es fundamental para calcular el margen de beneficio y la eficiencia de la empresa en la inversión de un proyecto. Por ello, toda fórmula que consiga reducir el coste de la deuda y amortizarla en el menor plazo posible, supone una forma de financiación adecuada para desarrollar cualquier proyecto de inversión. Además, hay que tener en cuenta el tipo de gravamen de impuestos de cada país, dado que afecta al coste de deuda de una inversión. (Vásquez Burguillo, s.f.)

$$K_d (\text{ponderado}) = k_d * (1 - t) * \left(\frac{D}{V}\right)$$

Por otro lado, es fácil obtener el coste de la deuda una vez lo extraemos del balance de una empresa, ya que en éste tenemos la información acerca de los intereses pagados al ejercicio y el valor de mercado de la deuda y del coste de capital. (Vásquez Burguillo, s.f.)

Donde:

$K_d$  = Coste de la deuda ( $i$ ), es el tipo de interés al que la empresa obtiene financiación.

$t$  = Tipo de gravamen impositivo.

$D$  = Valor de mercado de la deuda.

$V$  = Valor de mercado de la deuda + Valor de mercado del capital.

De este modo, calculando el cociente entre estas variables, podemos saber el coste de la deuda ponderado, también conocido como  $K_d$  (ponderado).

El coste de la deuda es una de las variables más transparentes que existen para valorar la situación de la empresa y analizar cómo está manejando su modelo de amortización en un plazo de tiempo razonable con el objetivo de que permita cuantificar el coste total final una vez se complete el período de amortización y el tipo de interés aplicado. (Vásquez Burguillo, s.f.)

Es importante mencionar que se excluye la financiación comercial entre la que se incluye a acreedores comerciales, efectos comerciales a pagar, impuestos devengados. La razón se debe a que no suele tener coste, salvo cuando se incumple con el plazo comercial establecido. (Vásquez Burguillo, s.f.)

## **2.6 Ciclo de conversión de efectivo**

El ciclo de conversión de efectivo es el plazo que transcurre desde que se paga la compra de materia prima necesaria para manufacturar un producto hasta la cobranza de la venta de dicho producto. (RM, José, 2008)

Este ratio de medición es también conocido como ciclo de caja y se calcula empleando la siguiente fórmula:

$$CCE = PCI + PCC - PCP$$

En donde:

PCI = periodo de conversión de inventario.

PCC = periodo de cobranza de las cuentas por cobrar.

PCP = periodo en que se difieren las cuentas por pagar.

(RM, José, 2008) El primer punto relacionado con el periodo de conversión de inventario, representa el tiempo promedio que se requiere para convertir la materia prima en producto terminado listo para su distribución y posterior venta. Se calcula en base a la siguiente fórmula:

$$PCI = \text{Inventario} / \text{Costo de ventas diario.}$$

(RM, José, 2008) El segundo componente de la fórmula es el periodo de cobranza de las cuentas por cobrar, que equivale al tiempo promedio que se requiere para convertir las cuentas por cobrar producto de las actividades normales de operación y que se relacionan directamente con el giro del negocio en dinero efectivo. Este indicador es también conocido como “días de venta pendientes de cobro” y se calcula en base a la siguiente fórmula:

$$PCC = \text{Cuentas por cobrar} / \text{Venta diaria a crédito.}$$

(RM, José, 2008) Por último el periodo en que se difieren las cuentas por pagar, no es más que el tiempo promedio que transcurre entre la compra de la materia prima, contratación de mano de obra o adquisición de bienes para la venta, y momento en que se ejecuta el pago correspondiente.

$$PCP = \text{Cuentas por Pagar} / \text{Compras diarias a crédito.}$$

### **2.6.1 Consideraciones para acortar el ciclo de conversión de efectivo.**

La primera consideración es, claro está, disminuir el periodo de conversión de inventario. Esto se consigue analizando los procesos de producción para determinar aquellos innecesarios con el fin de fabricar los productos más rápidamente. En caso la empresa sea comercial se deberá buscar reducir los tiempos de llegada de la nueva mercadería, efectuando los pedidos antes de que se agote el stock de acuerdo a la

demanda del producto; otra forma es reducir el tiempo de almacenaje, y ello se consigue vendiendo más rápido. (RM, José, 2008)

Hay varias formas para vender más rápido que se ajustan a las premisas anteriores y que se aplican tanto a empresas industriales como comerciales. Una de ellas es la técnica de promociones y ofertas, otra manera es ofreciendo descuentos sean estos por pronto pago (fuera de factura o en factura). También podemos adoptar la estrategia de ofrecer crédito con o sin restricciones, dependiendo del análisis que hagamos del cliente. (RM, José, 2008)

Como vemos la idea es no quedarnos con el inventario más del tiempo necesario, hay que moverlo, ejecutarlo, venderlo, la empresa debe rotar el inventario lo más posible y buscar siempre reducir los tiempos de conversión. (RM, José, 2008)

La segunda forma es disminuir el periodo de cobranza de las cuentas por cobrar. Aquí se contemplan dos cosas: la primera se relaciona con los clientes al contado, en este caso debemos motivar a los equipos de cobranza y desarrollar una estrategia de cobranza geográfica y segmentada. La segunda situación a tener en cuenta se relaciona directamente con los clientes al crédito, en este caso hay que motivarlos a que paguen a tiempo y una de las formas es brindarles descuentos, con el fin de que cancelen incluso antes del vencimiento. (RM, José, 2008)

Por otro lado las buenas relaciones con los clientes son el eje fundamental de los negocios y para disminuir el periodo de cobranza es indispensable mantenerlas. Ello podemos conseguirlo entregando productos de calidad y en el plazo establecido como también proporcionando un servicio post-venta adecuado y con canales accesibles. (RM, José, 2008)

La tercera forma es aumentar el periodo en que se difieren las cuentas por pagar. Para ello debemos negociar más días de crédito con proveedores, sin perjudicar la propia imagen y reputación de crédito de la empresa. Las operaciones de negociación deben ejecutarse de tal forma que se evite el incremento de costos o se limite la provisión de materias primas o mercadería retrasando el proceso de venta. (RM, José, 2008)

### **3. METODOLOGÍA**

El presente capítulo contiene la metodología de investigación que explica en detalle cómo y qué se hizo para resolver el problema de la investigación relacionado con el análisis financiero de una empresa comercializadora de joyas en Guatemala, donde se plantean los puntos importantes evaluados para el resultado del análisis.

#### **3.1 Definición del problema**

Conocer la situación financiera de la empresa comercializadora de joyas en Guatemala, para analizar su rentabilidad y evaluar la necesidad de recurrir a un financiamiento que les permita utilizar las ventajas para su desarrollo y aprovechamiento en aumentar sus beneficios.

##### **3.1.1 Especificación del problema**

¿Cuál es la situación financiera de una empresa comercializadora de joyas en Guatemala?

##### **3.1.2 Delimitación del problema**

Como parte del análisis a realizar, se observará la empresa dentro del sector comercial de la joyería y parte importante del crecimiento comercial en el país, con el análisis de la información financiera se conocerá que tan rentable puede ser una empresa de joyerías teniendo en cuenta el impacto en el mercado y por ser artículos de uso personal.

La unidad de análisis será de carácter financiero a una empresa dedicada a la comercialización de joyas, ubicada en la zona 10 de la ciudad de Guatemala.

El periodo histórico a analizar comprenden los años: 2017, 2018 y 2019.

### **3.2 Justificación**

El análisis financiero es una herramienta que permite medir la capacidad de una empresa y buscar los mejores resultados financieros, evaluando toda la capacidad que conlleva mejorar factores internos como externos, la toma correcta de decisiones permitirán que los resultados se aprovechen de manera que permitan mejorar su capacidad de competir dentro del mercado comercial de joyas.

Internamente los administradores utilizan el análisis con el fin de mejorar la gestión de la empresa, prevenir riesgos o aprovechar oportunidades. Externamente se utiliza para conocer la situación actual de la empresa y la posible tendencia futura, una manera de cómo invertir y si vale la pena realizar alguna inversión.

En Guatemala el desarrollo comercial de una empresa que se dedica a la comercialización de joyas, están teniendo una aceptación mayor con diferentes tipos de clientes, por ello es importante que la empresa tenga una rentabilidad aceptable y una posición financiera estable.

Este trabajo desarrolla el análisis del estatus financiero de la empresa, que los resultados muestren el estado de rentabilidad, que se puedan evaluar estrategias que permitan mejorar los factores negativos y que puedan mejorar su posición financiera dentro del sector comercio de la joyería en nuestro país, considerando siempre el impacto comercial que se tiene dentro del mismo sector.

Con el aporte y la utilización de los indicadores financieros se podrá conocer la realidad en cifras del movimiento de la empresa, con esto se propondrán soluciones a posibles problemas financieros que se puedan encontrar en la información de los estados financieros analizados.

El análisis financiero que se aplicará a esta empresa, dará a conocer una manera de poder aportar un buen manejo dentro de la organización desde métodos financieros como administrativos, y que sea un aporte a una correcta toma de decisiones que beneficie al crecimiento y solidez de la empresa.



### **3.3 Objetivos**

Se presentan el objetivo general y los específicos enfocados al análisis financiero a realizar, como punto de vista más acertado a lo que se quiere llegar a conocer y resolver del estado de situación financiera de la empresa, aportando ideas a la aplicación y análisis del mismo dentro del sector comercial de joyas.

#### **3.3.1 Objetivo general**

Incrementar la rentabilidad de la empresa comercializadora de joyas en Guatemala a través del análisis financiero, con el propósito de mejorar la gestión empresarial y la evaluación preventiva de riesgos financieros.

#### **3.3.2 Objetivos específicos**

- a. Establecer el comportamiento de los estados financieros a través de los indicadores de liquidez, solvencia y rentabilidad para conocer la situación real de la empresa.
- b. Determinar con base al análisis de los indicadores financieros la necesidad de financiamiento que permita mejorar la capacidad de invertir y generar beneficios para la empresa.
- c. Estructurar un escenario para la empresa que permita visualizar los efectos financieros que se obtienen al adquirir un financiamiento externo y la capacidad de mejorar su rentabilidad para prevenir riesgos financieros a largo plazo.

### **3.4 Método científico**

El método científico es el fundamento del presente trabajo relacionado con el análisis financiero de una empresa comercializadora de joyas en Guatemala, el enfoque se conoce mediante la forma cuantitativa que permite conocer a fondo la situación de la empresa por medio de la evaluación de cada rubro de los estados financieros y con ello, llegar a los resultados que permitirán evaluar los puntos a mejorar.

Se aplicará el método científico mediante las fases de:

Fase Indagadora: la recopilación de información necesaria como los estados financieros de la empresa se obtuvo de manera directa de parte del contador y aprobación de la representante legal para que de ellos se pueda hacer un buen uso, en este caso el análisis y de tal forma contribuir a la obtención de resultados que sean de utilidad para la empresa.

Fase demostrativa: con el análisis de los estados financieros, se obtienen los puntos de referencia que permiten medir y analizar estrategias que contribuyan a mejorar la situación financiera.

Fase expositiva: se plantean algunas recomendaciones con base a las conclusiones que se llegaron al final del trabajo, brindando con ello una oportunidad de mejora en la administración de la empresa en su participación dentro del mercado comercial de joyas.

### **3.5 Técnicas de investigación aplicadas**

Las técnicas son reglas y operaciones para el manejo de los instrumentos en la aplicación del método de investigación científica. Las técnicas de investigación documental y de campo aplicadas en el presente trabajo, se refieren a lo siguiente:

#### **3.5.1 Técnicas de investigación documental**

La recopilación de la información histórica de la investigación de todo lo relacionado al comercio de joyas se dio mediante la recopilación de datos de revistas, y a través de páginas de internet, de igual manera se toma como base teorías de trabajos de investigación y tesis relacionados al análisis financiero y comercio de joyas para un aporte mayor en la obtención de resultados financieros.

Para la información de los indicadores financieros se utilizaron los esquemas que presentan libros de texto, así como ensayos y páginas de internet, que permitieron el correcto uso y manejo del análisis correspondiente a cada ratio correspondiente.

### **3.5.1.1 Entrevista**

Con base a la entrevista realizada (ver anexo 1) a la representante legal de la empresa, se recopiló la información en cuanto a las actividades administrativas y financieras que aportan al análisis para el cumplimiento de sus objetivos y para obtener todos los datos que sirvan para la aclaración de dudas en cuanto a su manejo y aportación de la situación comercial de la empresa.

### **3.5.2 Técnicas de investigación de campo**

Se analizó toda la información recabada, y con los resultados obtenidos por medio del análisis vertical como horizontal y la aplicación de los indicadores financieros, permitieron evaluar la capacidad de rentabilidad de la empresa, los aportes a un cambio brindan un análisis que llegan a conclusiones y recomendaciones, y estos permiten aportar una oportunidad de mejora en cuando a aprovechar los recursos de la empresa.

## **4. ANÁLISIS FINANCIERO DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE JOYAS EN GUATEMALA**

El presente capítulo expone los resultados relacionados al análisis financiero de la empresa dedicada a la comercialización de joyas en Guatemala por medio de la información obtenida y resultados alcanzados se puede conocer la realidad financiera de la empresa, que tan rentable es y cómo puede llegar a mantenerse en un nivel aceptable dentro del sector competitivo.

### **4.1 Generalidades de la empresa**

La empresa se fundó en el año 2006 con un local ubicado en la zona 10 de la ciudad capital de Guatemala y actualmente cuenta con 3 tiendas o locales de centros comerciales para un fácil acceso y participación de personas, la finalidad de la empresa es ofrecer un producto de gusto y calidad a todas las personas con gustos por las joyas.

Con el paso del tiempo la empresa se ha mantenido dentro de las preferencias de las personas, pues siempre se mantienen al tanto de la actualidad ofreciendo productos innovadores que gusten y eso ha hecho que la empresa financieramente crezca pues mantiene utilidades que ayudan al proceso y rentabilidad para seguir funcionando.

Cada tienda ofrece productos importados de calidad para cualquier ocasión especialmente para damas y sin dejar también el gusto por accesorios para caballeros, son atendidos por personas capacitadas para brindarle toda la seguridad y respeto que toda cliente merece y apuntando a que su compra haya sido la mejor elección.

La empresa presenta sus estados financieros para que se pueda realizar un análisis financiero y permita conocer puntos de vista que permitan mejorar cada proceso que se realiza para mantener una rentabilidad positiva donde se generen utilidades y un aporte dentro del sector comercial de la joyería, pues en Guatemala no es una actividad que se busque todos los días y que la aceptación en cualquier lugar sea positiva o negativa.

#### **4.1.1 Situación comercial y financiera**

La empresa con el paso del tiempo intenta adherirse a ofrecer diferentes tipos de productos siempre en la rama de la joyería, ofrece los productos de: anillos de graduación, anillos de compromiso y argollas de matrimonio, joyería de oro y plata, artículos de reconocimiento, finos artículos promocionales, esto con la finalidad de atraer más público y conseguir así ventaja comercial dentro del sector comercial de la joyería.

Se establece en lugares concurridos como los centros o plazas comerciales, y es por eso, que uno de los proyectos para el año 2020 busca establecerse en el interior del país, realizando un estudio de mercado para no perder la oportunidad de crecer dentro del sector, una de las plataformas que hoy en día es una gran ventaja para los negocios es el mercado virtual, donde se quiere incursionar y buscar la atracción de jóvenes y así aprovechar las ventajas de la tecnología que se tienen hoy en día.

Las joyas son adquiridas como un accesorio de acompañamiento y pieza importante de vestir para las damas que buscan sentirse bien consigo mismas. Pero, también se cuenta con toda diversidad de accesorios para caballeros que buscan lucir bien frente a demás personas. Con eso la empresa busca diversificarse en cuanto a modas y tendencias del diario vivir, no perder la atracción de los clientes y que esto permita competir y aprovechar a la innovación en todas sus formas.

Los productos son importados de China, Francia, México y Panamá; proveedores donde con el paso de los años se ha logrado establecer una relación comercial buena y que ambas partes manejan estándares en los precios que sean de beneficio para todos.

La empresa financieramente se ha mantenido estable, las utilidades son aceptables y esto permite que la empresa siga compitiendo con el sector comercial, las ventas mensuales confirman que existe el gusto por la joyería, la empresa mantiene los precios cómodos para que puedan ser accesibles a todas las personas, con los ingresos se logran cubrir el pago de rentas de los locales, mantenimientos, servicios generales y el pago de nómina de las empleadas.

La expansión a más lugares provoca la contratación de nuevo personal, como parte importante en la gestión de ventas se cumplen con las prestaciones laborales de ley, pago de comisiones sobre ventas y todos los beneficios a que tienen derecho sus empleadas para que su enfoque sea dirigido a brindar un buen servicio.

La empresa se encuentra inscrita en el régimen sobre las utilidades de actividades lucrativas en la Superintendencia de Administración Tributaria, cumpliendo con la presentación de las declaraciones mensuales de IVA, las declaraciones trimestrales de ISR e ISO y la presentación semestral de inventarios, además de ellos el pago de gastos y declaraciones aduanales cuando realiza las importaciones.

Con base a la entrevista realizada (Anexo I) la empresa no cuenta con un registro contable adecuado que permita conocer la situación real de la empresa, además de no realizar y llevar un control de presupuesto, siendo que solo registran las ventas y gastos para el cálculo de impuestos la empresa no puede saber si está siendo rentable o no, el mal control a llevado a un incorrecto manejo financiero de la empresa, permitiendo que no se pueda evaluar cuál sería su posición dentro del mercado. (Barrios & González, 2019)

Tanto el contador como las vendedoras se rigen solamente por realizar su parte del trabajo, sin tener una relación directa de comunicación que permitan llevar todas las actividades en orden, una correcta evaluación tanto administrativo como financiero, aportaría una nueva oportunidad de manejo, y que la empresa pueda obtener un adecuado control en cada actividad así mejorar la situación de la empresa. (Barrios & González, 2019)

## **4.2 Análisis vertical y horizontal de estados financieros**

### Análisis vertical

Este análisis permite conocer cómo han cambiado los rubros de cuentas de los estados financieros en estos tres últimos años y comparar la función de cada una con el paso del tiempo.

**Tabla 1: Análisis vertical balance general**  
**Cifras en quetzales**

	<b>2017</b>	<b>%</b>	<b>2018</b>	<b>%</b>	<b>2019</b>	<b>%</b>
<b>Activo</b>						
Efectivo y equivalente de efectivo	126,135	12	163,126	16	82,825	9
Cuentas por cobrar	42,734	4	26,811	3	17,811	2
ISO	26,415	3	29,549	3	25,221	3
Inventario de mercadería	151,215	14	178,550	17	283,500	29
<b>Activo corriente</b>	<b>346,499</b>	<b>33</b>	<b>398,036</b>	<b>39</b>	<b>409,357</b>	<b>42</b>
Propiedad, planta y equipo -neto-	691,121	67	611,091	59	535,911	56
Deposito en garantía	0	0	18,500	2	18,500	2
<b>Activo no corriente</b>	<b>691,121</b>	<b>67</b>	<b>629,591</b>	<b>61</b>	<b>554,411</b>	<b>58</b>
<b>Total de activo</b>	<b>1,037,620</b>	<b>100</b>	<b>1,027,628</b>	<b>100</b>	<b>963,768</b>	<b>100</b>
<b>Pasivo</b>						
Cuentas por pagar	54,182	5	63,950	6	32,467	3
Debito fiscal	1,458	1	6,879	1	8,131	1
<b>Pasivo corriente</b>	<b>55,639</b>	<b>6</b>	<b>70,829</b>	<b>7</b>	<b>40,598</b>	<b>4</b>
Cuentas por pagar socios	220,766	21	150,706	15	52,000	5
<b>Pasivo no corriente</b>	<b>220,766</b>	<b>21</b>	<b>150,706</b>	<b>15</b>	<b>52,000</b>	<b>5</b>
<b>Total de pasivo</b>	<b>276,406</b>	<b>27</b>	<b>221,535</b>	<b>22</b>	<b>92,598</b>	<b>9</b>
<b>Patrimonio</b>						
Capital suscrito y pagado	5,000	0	5,000	0	5,000	1
Aportaciones socios	567,848	55	476,557	46	468,957	49
Reserva legal	9,468	1	16,277	2	19,911	2
Utilidades acumuladas	134,181	13	178,898	17	308,259	32
Utilidad neta	44,717	4	129,361	13	69,043	7
<b>Total de patrimonio</b>	<b>761,214</b>	<b>73</b>	<b>806,092</b>	<b>78</b>	<b>871,170</b>	<b>91</b>
<b>Total de patrimonio y pasivo</b>	<b>1,037,620</b>	<b>100</b>	<b>1,027,628</b>	<b>100</b>	<b>963,768</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia con base en información de investigación realizada.

En la tabla 1 se visualiza el comportamiento de las cuentas que conforman el balance general de la empresa en los años 2017 al 2019 donde el comportamiento de cada rubro mantiene una participación dentro del mercado de joyas, la cuenta de activo corriente con una mayor participación en el año 2019 es propiedad, planta y equipo pues indica un 56% del total del activo, esto debido a que la empresa es propietaria de dos locales comerciales, un vehículo de reparto, y todo del mobiliario que contiene cada local y sufre una disminución por la depreciación anual.

El rubro con una participación media es la de inventario de mercadería que en el año 2017 era un 15% y para el año 2019 aumentó a un 29% y se puede notar que hay demasiada mercadería que aún no se vende y la empresa sigue comprando lo cual acumula y genera más costo en cuanto a sus productos.

La participación de la cuenta de efectivo y equivalente de efectivo, disminuyó a un 9% para el año 2019 comparado a los años anteriores, esto debido al cumplimiento de las cuentas por pagar socios y la remodelación de dos locales lo que representó un aumento en los gastos de operación.

Para el año 2019 las cuentas por pagar representan un 3%, menor a los periodos anteriores, lo cual indica que la empresa ha cumplido la mayor parte de obligaciones a corto plazo, la cuenta por pagar socios disminuyen a un 5% siendo una cantidad considerable, pues como política interna se cumple con el pago a préstamos a socios que se tenían de años anteriores.

La participación del rubro de aportaciones socios para el año 2019, representa un 49%, la empresa mantiene este rubro con las aportaciones de parte de los socios que se dieron al momento de la adquisición de propiedad planta y equipo; la empresa no cuenta con una política de poder capitalizar dicho valor o bien reintegrarlo a los socios, de igual manera no se distribuyen dividendos por ende las utilidades acumuladas representan un 32% acumulando las ganancias cada año y para el año 2019 la utilidad del neta representó un 7% un 6% menor al años 2018, debido a que los gastos operacionales reflejaron un aumento del 50%.



**Tabla 2: Análisis vertical estado de resultados****Cifras en quetzales**

	<b>2017</b>	<b>%</b>	<b>2018</b>	<b>%</b>	<b>2019</b>	<b>%</b>
Ingresos por actividades ordinarias	690,772	100	1,076,436	100	1,365,343	100
Costo de venta	174,347	25	336,331	31	358,926	26
<b>Ganancia bruta</b>	<b>516,425</b>	<b>75</b>	<b>740,105</b>	<b>69</b>	<b>1,006,417</b>	<b>74</b>
Gastos de operación	250,432	36	330,962	31	683,359	50
Gastos generales	114,614	17	137,917	13	142,526	10
Depreciaciones	80,030	12	80,030	7	75,181	6
Otros gastos(intereses)	8,589	1	9,635	1	8,448	1
Utilidad antes de impuesto	62,760	9	181,560	17	96,903	7
Impuesto sobre la renta	15,690	2	45,390	4	24,226	2
<b>Utilidad neta</b>	<b>47,070</b>	<b>7</b>	<b>136,171</b>	<b>13</b>	<b>72,677</b>	<b>5</b>

Fuente: Elaboración propia con base en información de investigación realizada.

En la tabla 2 se visualiza el análisis vertical del estado de resultados de los años 2017 al 2019 y se observa que los ingresos para el último año han sido favorables pues aumentaron en comparación a los anteriores, los gastos de operación tienen una participación del 50% en el año 2019, esto debido a que la empresa desarrolló remodelaciones en dos locales comerciales, además de ellos este rubro, comprende el pago de nómina, rentas de locales y demás gastos administrativos.

Para el año 2019 los gastos generales disminuyeron un 7% del 2017 y 3% del 2018, esto ha mejorado pues comienzan a utilizar los recursos de las empresas para gastos necesarios, los otros gastos comprenden un 1% para todos los periodos siendo estos intereses de préstamos internos con los socios. El crecimiento de los gastos operativos impide mantener una utilidad aceptable comparada con el año 2018.

#### Análisis horizontal

Este análisis refleja la comparación entre dos años y la evaluación de que si el último año fue de aumento o disminución para la empresa en comparación del anterior.

**Tabla 3: Análisis horizontal balance general**  
**Cifras en quetzales**

	2018	2019	Aumento / disminución	%
<b>Activo</b>				
Efectivo y equivalente de efectivo	163,126	82,825	-80,301	-49
Cuentas por cobrar	26,811	17,811	-9,000	-34
ISO	29,549	25,221	-4,328	-15
Inventario de mercadería	178,550	283,500	104,950	59
<b>Activo corriente</b>	<b>398,036</b>	<b>409,357</b>	<b>11,321</b>	<b>3</b>
Propiedad, planta y equipo -neto-	611,091	535,911	-75,181	-12
Deposito en garantía	18,500	18,500	0	0
<b>Activo no corriente</b>	<b>629,591</b>	<b>554,411</b>	<b>-75,181</b>	<b>-12</b>
<b>Total de activo</b>	<b>1,027,628</b>	<b>963,768</b>	<b>-63,860</b>	<b>-6</b>
<b>Pasivo</b>				
Cuentas por pagar	63,950	32,467	-31,483	-49
Debito fiscal	6,879	8,131	1,252	18
<b>Pasivo corriente</b>	<b>70,829</b>	<b>40,598</b>	<b>-30,231</b>	<b>-43</b>
Cuentas por pagar socios	150,706	52,000	-98,706	-65
<b>Pasivo no corriente</b>	<b>150,706</b>	<b>52,000</b>	<b>-98,706</b>	<b>-65</b>
<b>Total de pasivo</b>	<b>221,535</b>	<b>92,598</b>	<b>-128,937</b>	<b>-58</b>
<b>Patrimonio</b>				
Capital suscrito y pagado	5,000	5,000	0	0
Aportaciones socios	476,557	468,957	-7,600	-2
Reserva legal	16,277	19,911	3,634	22
Utilidades acumuladas	178,898	308,259	129,361	72
Utilidad neta	129,361	69,043	-60,318	-47
<b>Total de patrimonio</b>	<b>806,092</b>	<b>871,170</b>	<b>65,077</b>	<b>8</b>
<b>Total de patrimonio y pasivo</b>	<b>1,027,628</b>	<b>963,768</b>	<b>-63,860</b>	<b>-6</b>

Fuente: Elaboración propia con base en información de investigación realizada.

En la tabla 3 para este análisis se compara el año 2018 y 2019 del balance general, el año 2019 representa para la mayoría de los rubros una disminución a comparación del anterior, con esto se puede visualizar que no se tuvo un resultado satisfactorio, en cuanto a los activos fijos netos disminuyeron un 12% y este por el valor depreciado que sufren los activos anualmente, el rubro de inventario tuvo un aumento del 59% la empresa mantiene mercadería del cual aún puede utilizarla para generar beneficios y abastecer las tiendas, lo importante de este inventario es que los artículos no perecen en cuanto a su naturaleza, pero podría llegar a perder calidad y al no venderse, y esto resultaría pérdidas mayores.

Para los rubros de pasivos, las cuentas por pagar socios disminuyeron en un 65% del periodo anterior, pues se logra el pago a socios por préstamos internos, las cuentas por pagar disminuyeron en un 49%, por ende la empresa refleja el cumplimiento de pagos que se tienen con terceros o bien por prestamos e intereses que están obligados a cumplir, el débito fiscal representa un aumento en el 2019 por tener un mayores ingresos en cuanto al 2018.

Siendo el rubro de aportaciones socios con mayor concentración se puede observar que se tuvo una disminución del 2% lo cual por el momento no se tiene pendiente una política o estrategia interna que permita la devolución o reintegro total del mismo, como la empresa no distribuye las utilidades en dividendos estos se vienen acumulando cada periodo, representado para el 2019 un aumento del 72%, la reserva legal calculada con porcentaje legal del 5% sobre la utilidad después del impuesto refleja un aumento del 22%, esto debido a que la utilidad para el año 2018 representó un 13% en cuanto al total del patrimonio, y en cuanto a la utilidad del ejercicio se tuvo una disminución del 47% comparado con el año 2018, siendo que no se tuvo un control de los egresos que dio por aumento este rubro y también por la remodelación de los locales.

**Tabla 4: Análisis horizontal estado de resultados**  
**Cifras en quetzales**

	2018	2019	Aumentos / Disminuciones	%
Ingresos por actividades ordinarias	1,076,436	1,365,343	288,907	27
Costo de venta	336,331	358,926	22,595	7
<b>Ganancia bruta</b>	740,105	1,006,417	266,312	36
Gastos de operación	330,962	683,359	352,397	106
Gastos generales	137,917	142,526	4,609	3
Depreciaciones	80,030	75,181	-4,849	-6
Otros gastos(intereses)	9,635	8,448	-1,188	-12
Utilidad antes de impuesto	181,560	96,903	-84,657	-47
Impuesto sobre la renta	45,390	24,226	-21,164	-47
<b>Utilidad neta</b>	<b>136,170</b>	<b>72,677</b>	<b>-63,493</b>	<b>-47</b>

Fuente: Elaboración propia con base en información de investigación realizada.

En la tabla 4, se muestra que los ingresos aumentaron en un 27% para el 2019 lo que representa un mejoramiento en ventas, de igual manera la adquisición de más mercadería permite que el costo de ventas aumente y se mantenga en un 7%, esto refleja como aumento de un 36% como ganancia bruta.

El rubro de gastos de operación se duplica para el año 2019, por no contar con un control del manejo de gastos, esto se elevó impidiendo que el margen de ganancia para este periodo se mantuviera, la remodelación de dos locales, el aumento en sueldos, pago de prestaciones, aumento en renta de locales y mantenimientos, hicieron a que este rubro aumentara demasiado, un presupuesto ayudaría a mejorar un control en cuanto a gastos no contemplados.

El aumento en los gastos operativos en el año 2019 impidió mantener un buen margen de ganancia, reflejando una disminución del 47% en la utilidad del periodo, se espera para el siguiente periodo que la remodelación de los locales logre recuperar lo que se invirtió, también evaluar y mejorar los factores administrativos en cuanto a gastos.

### 4.3 Análisis de indicadores financieros

Para poder conocer la situación financiera de una empresa es importante tener la comparación de cambios que ha tenido durante cierto tiempo, los indicadores financieros permiten un análisis interno de cada rubro que conforman los estados financieros y esto permite evaluar los puntos importantes que ayudan a un mejoramiento oportuno y a tener una certeza correcta de los cambios necesarios a realizar.

#### 4.3.1 Ratios de liquidez

Mide la habilidad de una empresa para hacer frente a sus obligaciones financieras en el corto plazo.

**Tabla 5: Ratios de liquidez**  
**Cifras en quetzales**

	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
Activos corrientes	346,499	398,036	409,357
Pasivos corrientes	55,639	70,829	40,598
<b>Liquidez general</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>10</b>
(Activos corrientes - inventario)	195,284	219,486	125,857
Pasivos corrientes	55,639	70,829	40,598
<b>Prueba acida</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>3</b>
Activos corrientes	346,499	398,036	409,357
Pasivos corrientes	55,639	70,829	40,598
<b>Capital de trabajo</b>	<b>290,859</b>	<b>327,207</b>	<b>368,759</b>

Fuente: Elaboración propia con base en información de investigación realizada.

La tabla 5, refleja los indicadores de liquidez importantes para esta empresa, si bien para la liquidez general se puede observar que para el año 2019 aumentó a un índice de 10, lo indica que la empresa puede cumplir con sus pagos a con terceros sin problemas.

Con la prueba ácida en los últimos dos años tiene un índice de 3 lo cual sigue siendo positivo para la empresa, con ello se puede observar que la empresa puede solventar sus obligaciones inmediatas de corto plazo sin tener algún tipo de riesgo y aun así sigue manteniendo un nivel de liquidez.

El indicador de capital de trabajo, indica que la empresa puede solventar sus obligaciones y con ello la capacidad de poder hacer efectivo sus activos como inventario o cuentas por cobrar, para esta empresa se puede observar que ha cumplido con el pago de sus obligaciones siendo así el año 2019 con un menor valor en pasivos corrientes, reflejando una capital de trabajo de Q. 368,759.00

#### 4.3.2 Ratios de Solvencia o endeudamiento

Estos ratios miden la capacidad de pago a medio y largo plazo de las empresas.

**Tabla 6: Ratios de solvencia**  
**Cifras en miles de quetzales**

	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
Pasivo total	276,406	221,535	92,598
Activo total	1,037,620	1,027,628	963,768
<b>Endeudamiento del activo</b>	<b>27%</b>	<b>22%</b>	<b>10%</b>
Pasivo total	276,406	221,535	92,598
Patrimonio	761,214	806,092	871,170
<b>Endeudamiento patrimonial</b>	<b>36%</b>	<b>27%</b>	<b>11%</b>
Patrimonio	761,214	806,092	871,170
Activo fijo neto intangible	691,121	611,091	535,911
<b>Endeudamiento del activo fijo</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>2</b>
Utilidad antes de impuesto / patrimonio	0.08	0.23	0.11
Utilidad antes de impuesto e intereses / activo total	0.05	0.17	0.09
<b>Apalancamiento financiero</b>	<b>1.58</b>	<b>1.35</b>	<b>1.21</b>

Fuente: Elaboración propia con base en información de investigación realizada.

Dentro del análisis del ratio de endeudamiento del activo se observa que las razones están del 27% en 2017, 22% en 2018 y para el año 2019 se muestra una razón del 10% lo cual contempla que la empresa no posee una gran parte de financiación por terceros, sino por su propia capitalización.

La razón de endeudamiento patrimonial muestra el compromiso que tiene el patrimonio ante acreedores donde para el año 2019 con un 11% demuestra que la empresa no se compromete en grandes cantidades con terceros y no utiliza grandes cantidades el patrimonio para apoyar al financiamiento de la empresa.

En el endeudamiento del activo fijo se observa que, en los años 2017 y 2018 se tiene un indicador 1 y para el año 2019 un indicador 2 eso hace referencia de que los activos se financiaron con el patrimonio y no con préstamos o inversiones con terceros.

El apalancamiento financiero indica la capacidad de endeudamiento con terceros y como contribuye a la empresa, dentro del análisis efectuado muestra un 1.21 que indica que la empresa está bien, sin embargo, es un indicador bajo pues necesita que la empresa pueda ser rentable ya que es capaz de cumplir con obligaciones para su financiamiento sin comprometer la liquidez de la empresa.

### 4.3.3 Ratios de rentabilidad

Estos ratios sirven para saber si es o no rentable seguir con un negocio y también ayuda a determinar si la empresa está siendo manejada de manera eficiente.

**Tabla 7: Ratios de rentabilidad**  
**Cifras en quetzales**

	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
(Ventas - costo de ventas)	516,425	740,105	1,006,417
Ventas	690,772	1,076,436	1,365,343
<b>Margen bruto</b>	<b>75%</b>	<b>69%</b>	<b>74%</b>
Utilidad operacional	62,760	181,560	96,903
Ventas	690,772	1,076,436	1,365,343
<b>Margen operacional</b>	<b>9%</b>	<b>17%</b>	<b>7%</b>
Beneficio neto	44,717	129,361	69,043
Activos totales	1,037,620	1,027,628	963,768
<b>ROA</b>	<b>4%</b>	<b>13%</b>	<b>7%</b>
Beneficio neto	44,717	129,361	69,043
Patrimonio neto	761,214	806,092	871,170
<b>ROE</b>	<b>6%</b>	<b>16%</b>	<b>8%</b>

Fuente: Elaboración propia con base en información de investigación realizada.

La tabla 7, permite observar el comportamiento de los ratios de rentabilidad, en cuanto al margen bruto, para el año 2019 se mantiene en un 74% reflejando un aumento en cuanto al 2018, lo cual permite identificar un nivel aceptable y beneficio directo en cuanto a la actividad de la empresa.

El margen operacional indica un 7% el año 2019 no tan favorable como el año 2018 con un 17%, a pesar de que los ingresos aumentaron no se logró medir el factor operacional, permitiendo un gran efecto negativo en la utilidad del periodo, la empresa



deberá evaluar los puntos de gastos para lograr mantener una eficiencia en cuanto a la generación de beneficios.

La empresa refleja un ROA en el año 2018 de un 13% lo que muestra que la empresa según sus activos es rentable, y para el 2019 esté disminuyó a un 7% indicando una rentabilidad baja, considerando entonces que la empresa debe de buscar forma de aprovechar sus recursos para mejorar su nivel de rentabilidad.

En cuanto al ROE al igual que el ROA mantiene un nivel bajo de rentabilidad del 8% para el año 2019 lo cual indica que la empresa necesita una forma de financiamiento que permita aumentar beneficios y poder maximizar sus recursos para mejorar su rentabilidad y participación en el mercado.

#### **4.4 Análisis para la determinación de fuentes de financiamiento**

Para este tipo de empresas que se dedican a la comercialización de joyas es importante que su participación en el mercado se mantenga, pues depende mucho del gusto de las personas el ser visitadas, una de las metas financieras importantes es ser rentable, por ello, es importante que se pueda evaluar los estados financieros y contemplar los resultados para una correcta toma de decisiones, que permitan cumplir y hacer de la empresa los resultados rentables esperados.

Con los cálculos y análisis realizados en la tabla 5, los ratios de liquidez se encuentran aceptables, sin embargo, los índices muestran que se puede aprovechar el activo para que la empresa pueda ser más rentable.

Con los ratios de solvencia analizados en la tabla 6, se observa que la empresa no se compromete demasiado con terceros, lo cual permite que el desarrollo de pagos a corto plazo se realizan con buen tiempo de cumplimiento y no estar tanto tiempo pendientes con terceros o bien alguna obligación por cumplir.

La rentabilidad de la empresa se muestra positiva, sin embargo, representa un 2% menor al endeudamiento, lo que permite analizar que no se cumple el objetivo de ser rentable en cuanto a la obtención de beneficios.

#### **4.4.1 Financiamiento por crédito bancario**

El porcentaje de endeudamiento representa un 10%, una cantidad consideraba para la empresa al no comprometerse en obligaciones por grandes cantidades con terceros, de igual forma, la rentabilidad de la empresa representa un 8%, lo cual no representa peligro alguno para la empresa, sin embargo, se considera que debe mejorar la capacidad de generar valor y evaluar los medios que permitan la maximización de sus beneficios.

Tomando como referencia que la empresa cuenta con un capital de trabajo de 368,759.00 en el año 2019, se propone que pueda financiarse por medio de un crédito bancario de Q 200,000.00 al plazo de un año y considerando una tasa de créditos empresariales mayores del 10% anual, esto permitirá que la empresa pueda generar un valor rentable y con ello obtener más beneficios.

¿Para que un crédito bancario? este crédito muestra un cambio propuesto para los valores del año siguiente, en el balance general (ver anexo 2), muestra cómo se aprovecharía el préstamo para invertir en la compra de inventario de mercadería, la adquisición de más productos generará una mayor responsabilidad de esfuerzo en cuanto a metas de ventas, sin embargo, permitirá la generación de una mayor ganancia, por ende la rentabilidad de la empresa se maximiza, la obtención de mayores beneficios en un plazo no tan largo de tiempo y las obligaciones del pago del capital e intereses del préstamo generarán un aporte al endeudamiento pero será factible para la empresa cumplir con los mismos.

En la participación de los estados de resultados (ver anexo 3) las ventas aumentan en relación al crecimiento del costo, generando nuevos valores que permiten analizar el comportamiento el aporte a la rentabilidad generando un aumento del ROE a un 52%.

#### 4.5 Análisis de incremento de rentabilidad

La propuesta de un crédito para financiamiento permite que la situación financiera sea más competitiva en el mercado y con ello generar beneficios a la empresa, con la propuesta del préstamo se visualiza nueva información financiera lo que permite visualizar el aporte al compromiso de la empresa en ser rentable y aprovechar la capacidad que tiene en el mercado, este aporte visualizará el análisis en el nivel de liquidez que podrá manejar, el comportamiento del endeudamiento y los resultados de rentabilidad.

**Tabla 8: Ratios de liquidez - propuesta**

**Cifras en quetzales**

	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Activos corrientes	409,357	609,357
Pasivos corrientes	40,598	240,598
<b>Liquidez general</b>	<b>10</b>	<b>3</b>
(Activos corrientes - inventario)	125,857	125,857
Pasivos corrientes	40,598	240,598
<b>Prueba acida</b>	<b>3</b>	<b>1</b>
Activos corrientes	409,357	609,357
Pasivos corrientes	40,598	240,598
<b>Capital de trabajo</b>	<b>368,759</b>	<b>368,759</b>

Fuente: Elaboración propia con base en información de investigación realizada.

Con el aumento en el inventario y el préstamo adquirido, contribuye a que la empresa esté comprometida a realizar de mejor manera el cumplimiento de sus metas, la liquidez general disminuye de un 10 a 3 lo cual indica que la empresa aún puede seguir manteniéndose liquidez pagando sus obligaciones a corto plazo.

En cuanto a la prueba acida genera un compromiso mayor pues el índice 1 indica que la empresa puede cumplir sus pagos, pero no darse el lujo de poder endeudarse más que llegaría a un nivel bajo en cuanto a pagos próximos.

La capacidad de cumplir con las obligaciones genera un ritmo capaz de solventar y permite que el movimiento del inventario se aproveche, el capital de trabajo se mantiene al mismo nivel del año 2019, generando así una misma cantidad de aprovechamiento de la liquidez.

**Tabla 9: Ratios de solvencia - propuesta**

**Cifras en quetzales**

	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Pasivo total	92,598	292,598
Activo total	963,768	1,163,768
<b>Endeudamiento del activo</b>	<b>10%</b>	<b>25%</b>
Pasivo total	92,598	292,598
Patrimonio	871,170	871,170
<b>Endeudamiento patrimonial</b>	<b>11%</b>	<b>34%</b>
Patrimonio	871,170	871,170
Activo fijo neto intangible	535,911	535,911
<b>Endeudamiento del activo fijo</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
Utilidad antes de impuesto / patrimonio	0.11	0.73
Utilidad antes de impuesto e intereses / activo total	0.09	0.52
<b>Apalancamiento financiero</b>	<b>1.21</b>	<b>1.41</b>

Fuente: Elaboración propia con base en información de investigación realizada.

Se observa que el endeudamiento del activo tuvo un aumento del 15% pues con el préstamo bancario adquirido y con ello el crecimiento del inventario se compromete la empresa en mejorar su capacidad de generar beneficios, el endeudamiento patrimonial aumenta un 23% pues el activo compromete al patrimonio al cumplimiento de los pagos y el activo para cumplir con el tiempo establecido.

El apalancamiento financiero aumenta un 0.20, lo que indica que la empresa con el prestamos adquirido pudo mejorar el aumento de la rentabilidad de la empresa.

**Tabla 10: Ratios de rentabilidad - propuesta**  
**Cifras en quetzales**

	<b>2019</b>	<b>2020</b>
(Ventas - costo de venta)	1,006,417	1,567,210
Ventas	1,365,343	2,126,136
<b>Margen bruto</b>	<b>74%</b>	<b>74%</b>
Utilidad operacional	96,903	637,696
Ventas	1,365,343	2,126,136
<b>Margen operacional</b>	<b>7%</b>	<b>30%</b>
Beneficio neto	69,043	454,359
Activos totales	963,768	1,163,768
<b>ROA</b>	<b>7%</b>	<b>39%</b>
Beneficio neto	69,043	454,359
Patrimonio neto	871,170	871,170
<b>ROE</b>	<b>8%</b>	<b>52%</b>

Fuente: Elaboración propia con base en información de investigación realizada.

El margen bruto se mantiene en un mismo porcentaje del 74% pues tanto el costo de ventas como los ingresos aumentan en la misma proporción, con el margen operacional se tiene un aumento para el nuevo periodo pues no cuenta con la disminución de gastos variables como el año 2019.

Para el margen operacional un aumento al 30% genera una mayor percepción del aprovechamiento de recursos, con la posibilidad de tener un buen nivel de ganancia neta, sin embargo hay que considerar la evaluación en la gestión de gastos y permitiendo que estos sean solamente los necesarios y que su aporte no signifique una disminución al mejorar el rendimiento

Para el ROA se ha generado un aumento del 32% pues ahora depende de cómo los activos se vinculan en la rentabilidad y en este caso como sería la reacción del movimiento del inventario en cuanto para generar valor.

En cuanto al incremento del ROE a un 52%, se observa que la empresa a través del financiamiento representa un valor que la empresa puede llegar a cumplir y de la misma manera maximizar los beneficios.

Para que la empresa pueda llegar a sustentar dichos valores, es necesario que exista un estudio de mercado que permita evaluar puntos importantes, donde se pueda llegar a incursionar dichos valores, es necesario que la metas de ventas se cumplan, creando políticas de créditos a clientes mayoristas o bien estudiar la incorporación al mercado virtual, que la inversión en la compra de mercadería permita que exista una mayor diversificación en el mercado para público en general.

Localizar puntos estratégicos a nivel departamental donde el mercado de joyas tenga una gran aceptación o bien asociarse con empresas de mayor auge en el mercado donde puedan relacionar estrategias de negocios en cuanto a la diversificación de los productos.

## CONCLUSIONES

1. Por medio del análisis financiero se pudo llegar a conocer la situación de la empresa, qué no está siendo rentable en cuanto a la capacidad deseada, la evaluación interna tanto administrativa como financiera permiten que se pueda analizar y encontrarle una solución a los problemas de afecten el cumplimiento de las metas de la empresa, es importante que pueda mantenerse en un nivel aceptable de rentabilidad evitando llegar a tener problemas de riesgos financieros y que los lleve a dejar sin efecto. Por el cual es importante que la empresa mida su capacidad de financiarse y utilizar los recursos sean internos o externos, permitiendo generar beneficios para aprovechar e incrementar la rentabilidad a la que se desea llegar.
2. El análisis financiero realizado a la empresa muestra una capacidad liquida positiva, reflejando un capital de trabajo de Q. 368,759.00 que representa 10 veces el pasivo a corto plazo lo cual le permite cumplir con dichas obligaciones, de igual forma mantiene un nivel de endeudamiento del 10% lo que permite un nivel fuera de riesgo en cuanto a comprometer la totalidad de sus activos y patrimonio, sin embargo, el nivel de rentabilidad muestra un 8% para el año 2019, esto refleja que la empresa no es rentable pues es menor al nivel de endeudamiento.
3. Con el análisis de los indicadores financieros se reflejó un ROA y ROE de 7% y 8% respectivamente, siendo bajos en cuanto a la capacidad de generar beneficios para la empresa, sí se asimila a lo que se gana actualmente de interés en una cuenta de ahorro a plazo, por lo cual, esta empresa para poder aumentar su nivel de rentabilidad deberá evaluar su nivel de capacidad de generar beneficios ya sea por medio de un financiamiento interno o bien para aprovechar la capacidad de liquidez que se tiene mediante un financiamiento externo.
4. Considerando que la empresa pueda invertir en la adquisición de mercadería para mejorar sus ventas, y que el capital de trabajo refleja la cantidad de Q.368, 759.00, se efectuó un ejercicio considerando la toma de un financiamiento bancario de Q. 200,000.00 (menor a la capacidad que genera el capital del trabajo); lo cual dio como

resultado que la inversión generó un aumento en la rentabilidad de Q. 478,272.00 lo que significó que el ROE paso del 8% a un 52%; lo anterior permite observar que la empresa no está utilizando los beneficios de un financiamiento para aprovechar y aumentar su rentabilidad.



## RECOMENDACIONES

1. Es importante que la empresa pueda manejar un control tanto administrativo como financiero, para que les permita ser eficaces en cuanto al cumplimiento de su trabajo y el aprovechamiento de los recursos que aportan a la capacidad de generar valor, esto no solo para mejorar los beneficios internos, sino para que la empresa pueda llegar a ser más competitiva dentro del mercado de joyas, esto aportará una nueva visión de metas y estrategias para el cumplimiento de las metas empresariales.
2. Para que la empresa pueda mejorar su rentabilidad se sugiere la obtención de un financiamiento por Q. 200,000.00 con un interés del 10% anual, pues la empresa aumentaría a un 52% en rentabilidad siendo así más aceptable y tener una mayor eficiencia en cuanto a la obtención de beneficios, el nivel de endeudamiento a un 25% muestra que la empresa pueda aprovechar la capacidad de cubrir sus obligaciones y así mantenerse en el mercado con productos de calidad, variedad y buen precio.
3. La empresa con el financiamiento adquiere la obligación de cumplir con el pago de capital e intereses, generando así el aumento en pasivos, lo cual con los niveles de liquidez y el capital de trabajo aceptables la empresa puede solventar la deuda contraída sin que afecte financieramente a la empresa de algún tipo de riesgo o bien evaluar la capacidad del capital para tomar decisiones de otro tipo de estrategias que permitan aumentar sus beneficios aprovechando su capacidad de liquidez.
4. Para algunas empresas el financiamiento no les atribuye confianza pues sienten estar en riesgos de no cumplir con los pagos y llegar a comprometer el patrimonio de la empresa, sin embargo al realizar una buena inversión para el crecimiento de la producción y buscar un mejor posicionamiento en el mercado les permitirá que la rentabilidad crezca por la capacidad de generar beneficios y por aprovechar de mejor manera su capacidad de pago, logrando así mantenerse en un nivel aceptable de rentabilidad, siempre y cuando sean bajo niveles controlados de cualquier tipo de riesgo financiero.

## BIBLIOGRAFÍA

- Adondexportar. (2019). Joyeria en el mercado internacional . Obtenido de <http://www.adondexportar.com/joyeria-en-el-mercado-internacional/>
- Balclis. (2018). El arte de la joyeria a lo largo de la historia . Obtenido de <http://www.balclis.com/es/el-arte-de-la-joyeria-a-lo-largo-de-la-historia/>
- Banco de Guatemala. (2017). Guatemala en cifras. Obtenido de <http://www.banguat.gob.gt>
- Barrios, V., & González, F. (30 de 12 de 2019). Análisis financiero de una empresa comercializadora de joyas en Guatemala. (M. Ignacio, Entrevistador)
- Bermúdez, M. (2018). ¿Qué es la joyeria contemporanea? Obtenido de <http://www.jewelrycooltrend.com/que-es-joyeria-contemporanea/>
- Bermúdez, M. (2019). Breve historia de la joyeria . Obtenido de <http://www.jewelrycooltrend.com/breve-historia-de-la-joyeria/>
- Bolaños, R. M. (2017). Joyeros mexicanos buscan ampliar mercado en Guatemala. Prensa libre .
- Castañeda, G. R., & Martinez, G. P. (2016). Exportación de joyeria artesanal al mercado de Guatemala (Plan de licenciatura) . El Salvador : Universidad de El Salvador.
- Castmay, F. (s.f.). Historia de la joyeria: Introducción. Obtenido de <http://www.castway.com/historia-de-la-joyeria>
- Centralamericadata.com. (2018). Crece consumo de lujo en Guatemala. Obtenido de [https://www.centralamericadata.com/es/article/home/Crece\\_consumo\\_de\\_lujo\\_en\\_Guatemala](https://www.centralamericadata.com/es/article/home/Crece_consumo_de_lujo_en_Guatemala)
- Centralamericadata.com. (8 de 9 de 2020). Joyas y relojes: Potencial del negocio regional. Obtenido de

[https://www.centralamericadata.com/es/article/home/Joyas\\_y\\_relojes\\_Potencial\\_del\\_negocio\\_regional](https://www.centralamericadata.com/es/article/home/Joyas_y_relojes_Potencial_del_negocio_regional)

Conceptodefinicion.de, R. (25 de 7 de 2019). Definición de Apalancamiento Financiero. Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/apalancamiento-financiero/>

Datateca. (s.f.). Indicadores de endeudamiento. Gestión financiera. Obtenido de <https://www.analistasfinancierasgestionfinanciera.wordpress.com/indicadores-de-endeudamiento/>

Deguate.com. (s.f.). Joyerías en Guatemala, directorio comercial. Obtenido de <http://www.deguate.com.gt/guatemala/belleza-y-cuidado-personal/joyerias.php>

Díaz, J. (2020). Crece consumo de lujo en Guatemala. Obtenido de [https://www.centralamericadata.com/es/article/home/Crece\\_consumo\\_de\\_lujo\\_en\\_Guatemala](https://www.centralamericadata.com/es/article/home/Crece_consumo_de_lujo_en_Guatemala)

Dobaño, R. (2019). Roe y Roa. ¿ Qué es el roa y el roe? Obtenido de <https://getquipu.com/blog/que-es-el-roa-y-el-roe/>

Economía simple. (2016). Definición de comercio. Obtenido de <http://www.economiasimple.net/glosario/comerio>

Emprende Fx.com. (s.f.). Indicadores de Liquidez: Fórmulas e Interpretación. Obtenido de <https://emprendefx.com/indicadores-de-liquidez/>

Enciclopedia económica. (2017). Fuentes de financiamiento. Obtenido de <https://enciclopediaeconomica.com/fuentes-de-financiamiento/>

Fabricantedeplata.com. (s.f.). Obtenido de <http://fabricantedeplata.com/breve-repaso-a-la-historia-de-la-joyeria/>

García, I. (2017). Definición de Coste de capital. Obtenido de <https://www.economiasimple.net/glosario/coste-del-capital>

Hernández Cabrera, J. L. (3 de 11 de 2005). Técnicas de análisis financiero. Los indicadores financieros. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/tecnicas-de-analisis-financiero-los-indicadores-financieros/>

Joyería. (2019). Definición de joyería. Obtenido de <http://www.definiciona.com/joyeria/>

Kluwer, W. (s.f.). Financiación externa de la empresa. Obtenido de [https://guiasjuridicas.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAAAAEAMtMSbF1jTAAASNjCyNztbLUouLM\\_DxblwMDS0NDA1OQQGZapUt-ckhIQaptWmJOcSoAGu5QSzUAAAA=WKE](https://guiasjuridicas.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAAAAEAMtMSbF1jTAAASNjCyNztbLUouLM_DxblwMDS0NDA1OQQGZapUt-ckhIQaptWmJOcSoAGu5QSzUAAAA=WKE)

Lifeder.com. (2019). Prueba Ácida: Para Qué Sirve, Cómo se Calcula. Obtenido de <https://www.lifeder.com/prueba-acida/>

Lopez de Aparicio, U. (2010). Guatemala supervisa ventas en joyerías. Obtenido de [https://www.centralamericadata.com/es/article/home/Guatemala\\_supervisa\\_ventas\\_en\\_joyerias](https://www.centralamericadata.com/es/article/home/Guatemala_supervisa_ventas_en_joyerias)

Lozano Flores, I. (2010). endeudamiento patrimonial o endeudamiento sobre activos en evaluación de créditos. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/endeudamiento-patrimonial-o-sobre-activos-evaluación-creditos/>

Nuño, P. (2017). Riesgos financieros de una empresa. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/riesgos-financieros-de-una-empresa.html>

Orellana Cano, L. M. (2004). Importancia de la implementación de empowerment en una empresa dedicada a la importación, distribución y comercialización de joyería (Tesis de licenciatura). Guatemala : Universidad Rafael Landivar .

Pérez P. Julián y Gardey, A. (2017). Definición de fuente de financiamiento. Obtenido de <http://definición.de/fuente-de-financiamiento/>

Públicos, I. N. (2011). Principales indicadores financieros y de gestión. Colombia.

- Raffino, M. E. (2020). Rentabilidad. Indicadores de rentabilidad . Obtenido de <http://concepto.de/rentabilidad/>
- Ricra Milla, M. (2014). Análisis financiero en las empresas. Pacifico editores.
- Rivas, J. (s.f.). Estructura optima de capital. Obtenido de <https://www.eleconomista.es/diccionario-de-economia/estructura-optima-de-capital>
- RM, J. A. (2008). El ciclo de conversión de efectivo. Obtenido de <http://empresayeconomia.republica.com/general/el-ciclo-de-conversion-de-efectivo.html#:~:text=El%20ciclo%20de%20conversi%C3%B3n%20de%20efectivo%20es%20el,siguiente%20f%C3%B3rmula%3A%20CCE%3D%20PCI%20%2B%20PCC%20%E2%80%93%20PCP.>
- Rodas, A. Sergio. G. (2009). Riesgos contables de frudes en los activos corrientes de las distrinuidoras de joyas. (Tesis de licenciatura). Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Sánchez Morales, E., & Flores Velez, S. (1998). FUENTES DE FINANCIAMIENTO INTERNAS Y EXTERNAS ENFOCADAS A LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA . México, D.F. .
- Sarmiento, M. (2013). Legitimidad e innovación en la minería: El caso del programa oro verde. Letras verdes . Revista latinoamericana de estudios socio ambientales. .
- Scavone Rebeya, F. (2012). Gestión financiera, administrativa y comercial de la joyería D'lucia en la ciudad de Guayaquil. Guayaquil, Ecuador : Escuela Superior Politécnica de Litoral, Facultad de Economía y Negocios.
- Siegel, J. K. (1988). Teoría y problemas administración financiera. Bogotá : Mc Graw Hill.

Vásquez Burguillo, R. (s.f.). Coste de la deuda (Kd). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/coste-de-la-deuda-kd.html>

Warren, C. S., & Reeve, J. M. (2010). Contabilidad administrativa . Mexico D.F: 10 ed. .

Weston, F. (2016). Fundamentos de administración financiera. MES, 10 edición .

Wijnant, G. (2012). Comercio justo . Obtenido de <http://www.comerciojusto.cl/descargas/Estudio-Comercio-Justo2015>

## ANEXOS

### ANEXO 1 ENTREVISTA

ENTREVISTA: Sobre información financiera

EMPRESA Joyería exclusiva guatemalteca, S. A.

PUESTO Representante legal y contador general

NOMBRE Vilma Barrios y Francisco González

FECHA: 30 de diciembre del 2019

#### **Análisis financiero de una empresa comercializadora de joyas en Guatemala**

1. ¿Llevan un control contable completo?
2. ¿Cuentan con un sistema contable financiero?
3. ¿Cuentan con un control adecuado de las cuentas por cobrar?
4. ¿Cuentan con un control adecuado de las cuentas por pagar?
5. ¿Realizan conciliaciones bancarias?
6. ¿Llevan un control adecuado de los procesos internos de la empresa?
7. ¿Llevan un control adecuado en el manejo de gastos?

8. ¿Cómo mantienen la liquidez de la empresa?
9. ¿Cuenta con un control de costos y gastos laborales?
10. ¿Mantienen un registro adecuado del inventario de mercaderías?
11. ¿Se realizan importaciones y cumple con todos los requisitos y pagos del mismo?
12. ¿Cuenta con planes de financiamiento a largo plazo?
13. ¿Logra cubrir todas sus obligaciones por las ventas que realizan?
14. ¿Qué tan factible es el comercio de joyas en Guatemala?
15. ¿Ha sido para Ud. positivo o negativo la participación de la empresa en el mercado en los últimos años?



## ANEXO 2

## Balance general – propuesta

## Cifras en quetzales

	2019	Aumento	2020
<b>Activo</b>			
Efectivo y equivalente de efectivo	82,825		82,825
Cuentas por cobrar	17,811		17,811
ISO	25,221		25,221
Inventario de mercadería	283,500	200,000	483,500
<b>Activo corriente</b>	<b>409,357</b>		<b>609,357</b>
Propiedad, planta y equipo -neto-	535,911		535,911
Deposito en garantía	18,500		18,500
<b>Activo no corriente</b>	<b>554,411</b>		<b>554,411</b>
<b>Total de activo</b>	<b>963,768</b>		<b>1,163,768</b>
<b>Pasivo</b>			
Cuentas por pagar	32,467		32,467
Debito fiscal	8,131		8,131
Préstamo	0	200,000	200,000
<b>Pasivo corriente</b>	<b>40,598</b>		<b>240,598</b>
Cuentas por pagar socios	52,000		52,000
<b>Pasivo no corriente</b>	<b>52,000</b>		<b>52,000</b>
<b>Total de pasivo</b>	<b>92,598</b>		<b>292,598</b>
<b>Patrimonio</b>			
Capital suscrito y pagado	5,000		5,000
Aportaciones socios	468,957		468,957
Reserva legal	19,911		19,911
Utilidades acumuladas	308,259		308,259
Utilidad neta	69,043		69,043
<b>Total de patrimonio</b>	<b>871,170</b>		<b>871,170</b>
<b>Total de patrimonio y pasivo</b>	<b>963,768</b>		<b>1,163,768</b>

Fuente: Elaboración propia con base en información de investigación realizada.

## ANEXO 3

## Estado de resultados – propuesta

## Cifras en quetzales

	2019		2020
Ingresos por actividades ordinarias	1,365,343	760,793	2,126,136
(-)Costo de venta	358,926	200,000	558,926
<b>Ganancia bruta</b>	<b>1,006,417</b>	560,793	<b>1,567,210</b>
Gastos de operación	683,359		683,359
Gastos generales	142,526		142,526
Depreciaciones	75,181		75,181
Otros gastos(intereses)	8,448	20,000	28,448
Utilidad antes de impuesto	96,903	540,793	637,696
Impuesto sobre la renta	24,226	135,198	159,424
Utilidad neta	72,677	405,595	478,272

Fuente: Elaboración propia con base en información de investigación realizada.

En este anexo se refleja el aumento que se tiene del costo de ventas que fue por la inversión de los 200,000.00 en cuanto a las ventas se proyectó mediante los costos del años 2019 dividido las ventas del mismo año que dio como factor un 0.2628; con esto los 200,000 se dividen contra el factor y es así como se proyecta el valor de las ventas que se espera aumentar. Generando así los nuevos valores del periodo siguiente.

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Análisis vertical balance general.....	57
Tabla 2: Análisis vertical estado de resultados.....	59
Tabla 3: Análisis horizontal balance general .....	60
Tabla 4: Análisis horizontal estado de resultados.....	62
Tabla 5: Ratios de liquidez .....	63
Tabla 6: Ratios de solvencia.....	64
Tabla 7: Ratios de rentabilidad .....	66
Tabla 8: Ratios de liquidez - propuesta .....	69
Tabla 9: Ratios de solvencia - propuesta .....	70
Tabla 10: Ratios de rentabilidad - propuesta.....	71