

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA, MANAGUA

UNAN - MANAGUA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

DEPARTAMENTO DE CONTADURIA PÚBLICA Y FINANZAS



**MONOGRAFÍA PARA OPTAR AL TÍTULO DE LICENCIADO EN BANCA Y
FINANZAS.**

TEMA DE INVESTIGACIÓN:

**DIAGNÓSTICO FINANCIERO DE LA EMPRESA CONSTRUCTORA ÁNGELUS
PARA EL AÑO 2016.**

AUTORES:

BRA. ANA CAROLINA CHAMORRO CHAMORRO.

BR. ALEJANDRO FIDEL MONCADA ARAGÓN.

BR. ALEXANDER JOSÉ MAYORGA PÉREZ.

TUTOR: Msc. MOISÉS IGNACIO PALACIOS.

MANAGUA, 20 DE MARZO 2018



“2018: Año de la Internacionalización de la Universidad”

i. Dedicatoria

Primeramente a *Dios*, por la vida que nos regaló y por habernos revestido de sabiduría, por permitirnos cumplir esta meta y estar con nosotros en cada momento ayudándonos a enfrentar todos los obstáculos que se nos presentaron en él camino, logrando salir victoriosos.

A nuestros *padres y familia* por el apoyo incondicional que nos dieron durante esta etapa de nuestra formación académica, por haber inculcado en nosotros valores haciendo de nosotros personas de bien.

A todas aquellas personas que de una u otra forma nos apoyaron con su comprensión, conocimientos motivándonos a luchar por nuestra meta.



“2018: Año de la Internacionalización de la Universidad”

ii. Agradecimiento

A *Dios*, por la salud, la fuerza y la sabiduría con la cual nos doto para culminar este trabajo, y darnos la dicha de subir un escalón más de nuestra carrera como profesionales.

A todos y cada uno de nuestros *maestros* que a lo largo de nuestra carrera universitaria nos dieron el maravilloso regalo de sus conocimientos, compartiendo con nosotros sus experiencias vividas y llenándonos de consejos.

A nuestro tutor *Lic. Moisés Ignacio Palacios*, por ayudarnos y brindarnos su apoyo y herramientas para culminar esta meta.

A nuestros *padres* por a vernos mostrado el camino para el éxito del mañana y apoyarnos para no darnos por vencidos.

Y a *todas las personas* que contribuyeron a culminar esta meta, muchas gracias.



iii. Carta aval del tutor

Martes, 20 de marzo de 2018

MSc. Álvaro Guido Quiroz

Director del Departamento de Contaduría Pública y Finanzas

Facultad de Ciencias Económicas

UNAN-Managua

Su despacho

Estimado Maestro Guido:

Por medio de la presente, rémito a usted los juegos informe de Monografía correspondiente al II Semestre 2017, titulada **“DIAGNÓSTICO FINANCIERO DE LA EMPRESA CONSTRUCTORA ÁNGELUS PARA EL AÑO 2016 ”** presentado por los bachilleres **«ANA CAROLINA CHAMORROCHAMORRO»** con número de carné **«13-20063-0»**, **«ALEJANDRO FIDEL MONCADA ARAGÓN»** con número de carné **«08-20423-4»** Y **«ALEXANDER JOSE MAYORGA PEREZ»** con número de carné **«13-20427-0»**, para optar al título de Licenciados en Banca y Finanzas.

Este trabajo reúne los requisitos establecidos para informe final de Monografía de acuerdo a la normativa de Modalidades de Graduación 2017 de la UNAN-Managua.

Esperando la fecha de defensa final, me suscribo deseándole éxito en sus labores cotidianas.

Cordialmente,

Msc. Moisés Ignacio Palacios

Docente del Departamento de Contaduría Pública y Finanzas

Tutor de Monografía

UNAN-Managua

Cc.: Archivo



iv. Resumen

El presente trabajo investigativo tiene como propósito, diagnosticar financieramente a la empresa Ángelus, dedicada a la prestación de servicios de construcción de obras horizontales y verticales en Nicaragua, atendiendo principalmente al sector estatal pero ofreciendo sus servicios también a empresas privadas y personas naturales. La importancia de este diagnóstico financiero está orientado a determinar el funcionamiento financiero de la empresa, a través del análisis de Porter el entorno económico de la industria en que se desarrolla, con el análisis FODA el entorno interno de la empresa, y aplicar los ratios financieros, esto para conocer la salud financiera de la misma en el año 2016, y con ello emitir una serie de recomendaciones que logren mejorar el uso del efectivo e incremento del capital de trabajo, incentivar a buscar nuevos clientes y ampliar sus horizontes.

En el proceso y evaluación del estudio, se utilizaron herramientas financieras de diagnósticos cualitativos y cuantitativos, que incluyen, entre otras, las cinco fuerzas de Michael Porter, el análisis FODA, el análisis vertical y horizontal, así como el análisis de las razones financieras. Los principales resultados del análisis a la empresa Ángelus reflejan deficiencia en su funcionamiento, mostrando una ineficiente rentabilidad de la empresa en los tres primeros trimestres 2016, se logró identificar a que gran parte de esto es producto a que no poseen un departamento financiero y por ende no hay un adecuado control del efectivo.

Como resultado del análisis de Porter, se determinó que los proveedores no poseen una alta influencia dado a que los productos que ofertan no son exclusivos y se poseen proveedores sustitutos que pueden suministrarlos, además, se posee una alta rivalidad con los competidores que atienden el sector construcción. Así mismo mediante el análisis FODA se determinó que la empresa presenta grandes oportunidades debido a que el ramo de la construcción crece día a día esto gracias al importante desarrollo en el país y puesto que los ministerios estatales son los grandes generadores de proyectos no obstante se llegó a la conclusión que una de las principales oportunidades es una de sus grandes amenazas ya que si sus principales clientes deciden cambiarlos no tendrán más clientes que atender.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA, MANAGUA
UNAN – MANAGUA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
DEPARTAMENTO DE CONTADURÍA PÚBLICA Y FINANZAS



“2018: Año de la Internacionalización de la Universidad”

A través del diagnóstico financiero realizado, se concluyó que la empresa financieramente es inestable, sus índices no fueron razonables en los tres primeros trimestres 2016, al aplicar la razón corriente o circulante encontramos que esta empresa no pudo cumplir con sus obligaciones de corto plazo en los tres primeros trimestres debido a que en el segundo trimestre sus pasivos superaban a los activos y presentando en el tercer trimestre su cuenta de banco en negativo. Presentando pérdidas en los tres primeros trimestres siendo hasta el cuarto trimestre 2016 que el accionista obtuvo utilidades.



v. Índice

i.	Dedicatoria.....	
ii.	Agradecimiento	ii
iii.	Carta aval del tutor.....	iii
iv.	Resumen.....	iv
I.	Introducción	1
1.1.	Antecedentes del problema	3
1.1.1.	Antecedentes históricos.....	3
1.1.2.	Antecedentes de campo.....	5
1.2.	Justificación del problema.....	7
1.3.	Planteamiento del problema	7
1.4.	Formulación del problema	8
II.	Objetivos de la investigación.....	9
2.1	Objetivo general.....	9
2.2	Objetivos específicos	9
III.	Marco teórico	10
3.1.	Perfil de la empresa	10
3.1.1.	Historia de la empresa	10
3.1.2.	Misión:	11
3.1.3.	Visión:	11
3.1.4.	Actividad de la empresa	11
3.1.5.	Organización.	12
3.2.	Generalidades de las finanzas	13
3.2.1.	Finanzas	13
3.2.2.	Objetivos de las finanzas	15
3.2.3.	Áreas generales de las finanzas.....	16
3.2.4.	Clasificación de las finanzas.....	19



3.3.	Generalidades del diagnóstico financiero.....	22
3.3.1.	Importancia del diagnóstico financiero.....	22
3.3.2.	Decisiones financieras.....	25
3.4	Herramientas del análisis estratégico.....	27
3.4.1	Estrategia genérica Michael Porter.....	27
3.4.2	Fuerzas de Michael Porter	34
3.4.3.	Análisis FODA.....	39
3.4.	Herramientas de análisis financiero.....	43
3.5.1.	Análisis de porcentaje.....	43
3.5.2.	Comparación de razones financieras.	45
3.5.3.	Precaución en el uso de análisis de razones.	46
3.5.4.	Razones financieras.....	47
IV.	Preguntas directrices.....	60
VI.	Diseño metodológico.....	62
6.1.	Variables.....	62
6.2.	Unidad de muestreo y de análisis.....	63
6.3.	Instrumentos.....	64
6.4.	Tipo de investigación	64
VII.	Análisis de resultado.....	65
7.1.	Funcionamiento financiero.....	65
7.2.	Análisis estratégico de la empresa constructora Ángelus.....	66
7.2.1.	Fuerzas de Michael Porter	66
7.2.2.	Análisis FODA.....	73
7.3.	Herramientas del análisis financiero.....	76
7.3.1.	Análisis vertical y horizontal.....	76
7.3.2.	Razones financieras.....	83
VIII.	Conclusiones.....	89
IX.	Recomendaciones.....	91
X.	Bibliografía.....	92
XI.	Anexos.....	94



I. Introducción

Hoy en día, las pequeñas y medianas empresas en especial el sector de la construcción, poseen una mala administración por parte de sus dueños y la gerencia que controlan y ejecutan cada decisión para su sobrevivencia. Que si bien es cierto, esto suelen ser ingenieros o arquitectos que saben realizar proyectos, presupuestos, ejecución de obras de construcción, siempre y cuando no excederse de lo presupuestado, sin embargo recaen en la contratación de personal de contabilidad con el único propósito de llevar la contabilidad de la empresa y cumplir con las obligaciones fiscales, laborales para remitir los estados financieros. Donde muchas veces estos estados financieros no son analizados, ni son comparados con los hechos más relevantes de operaciones pasadas, además no presentan y no realizan planeación financiera, no controlan las pérdidas que componen los estados financieros de la empresa de manera deficiente. La presente investigación está basada en la empresa Constructora Ángelus para conocer la problemática que actualmente presenta la empresa, realizamos el presente estudio donde se han utilizados técnicas y herramientas contables y financieras y se analizaran cada uno de los ratios como lo son; liquidez, solvencia, gestión, endeudamiento y rentabilidad, con el fin de tomar mejores decisiones financieras siempre y cuando no caer en riesgos futuros.

La empresa constructora Ángelus, su principal actividad es realizar obras de Construcción verticales y horizontales.

En la actualidad, la vida del ser humano se ha transformado en innovación, proyecto y trabajo, donde hace relación con las medianas y pequeñas empresas que pretenden generar cambios en la forma de operar y tomar decisiones. Siendo está el ramo y estilo de la construcción, donde este sector es expuesto a una mala administración por parte de sus dueños, que cabe recalcar que sus propietarios suelen ser arquitectos e ingenieros que saben realizar obras y proyectos, sin darse cuenta se exponen a muchas debilidades, presupuesto de la vida del proyecto en mano de obras cuidando siempre el perfil de no excederse de lo presupuestado, a veces por no tener en cuenta un área encargada de realizar continuos análisis de la situación



“2018: Año de la Internacionalización de la Universidad”

financiera de la empresa, por el simple hecho de cubrir proyectos y obras para tener siempre sus contratos. Dejando como ineficiencia no realizar planeación financiera, no controlan las pérdidas que se dan en los estados financieros de la empresa. Lo cual se ha hecho y es una gran debilidad por que hoy en día compiten con otras empresas eficientes por el simple hecho de solo generar proyectos para su ejecución sin medir los resultados y acciones que se puedan dar en la realización de esa construcción.

Esta investigación es importante porque a través de ella, enriqueceremos nuestros conocimientos con un amplio contenido financiero conceptual y practico sobre las estrategias financiera, el control de su operación contable y análisis financiero de la empresa que se dedica a prestar un servicio.

Este trabajo tiene como finalidad identificar los factores que afectan la administración del efectivo en la empresa constructora Ángelus durante el año 2016, de manera que no se logre determinar la empresa podría tener problemas de liquidez y la falta de pago a sus proveedores y acreedores a corto plazo.



La presente investigación cuenta con una serie de preguntas directrices como son: ¿describir la situación actual financiera en la cual se encuentra la empresa constructora Ángelus en el año 2016?, ¿Qué tipo de problemas se han originado actualmente?, ¿Cuáles son sus expectativas de corto y mediano plazo?

1.1. Antecedentes del problema

A continuación se establecen los antecedentes de la investigación, para lo cual se ha realizado la consulta de diversas fuentes y estudios previos relacionados con las variables de estudio. Como lo es la evaluación financiera, análisis financiero y evaluación estratégica, las cuales han constituido un apoyo para lograr la presente investigación.

1.1.1. Antecedentes históricos

La actividad financiera existe desde el primer momento en que se utiliza el dinero como medida de valor e instrumento de cambio de cualquier tipo de transacción. Desde épocas muy remotas, la obtención de beneficio económico ha sido de gran importancia para el hombre, como medio de garantizar su subsistencia y mejorar su calidad de vida en las decisiones que vallamos a tomar. Además cualquier tipo de actividad económica ya sea de carácter comercial o de prestación de servicios está inmersa dentro de este proceso de actividad financiera. Por lo que se puede dar a entender que estos hechos nos llevan a tomar las decisiones correctas en un balance de la vida que esté lleno de pro y contras ya sean nuestras fortalezas y debilidades que estén en desequilibrio, como además mostrar las buenas decisiones que favorezcan a la persona y empresa.



“2018: Año de la Internacionalización de la Universidad”

La historia de las finanzas como una disciplina sistemática existe desde el siglo XIX; antes de eso, su investigación y/o aplicación era casi inexistente, o eran demasiado básicas como para ser consideradas como una disciplina propiamente tal. La principal tarea de los financieros en esa época era llevar libros de contabilidad o buscar financiamiento cuando se necesitaba.

Entre los años 1940 y 1950, las finanzas continuaron siendo vistas como un elemento externo sin mayor importancia que la producción y la comercialización. A finales de los años 50', se comienzan a desarrollar métodos de análisis financieros y a darle importancia a los estados financieros claves: el balance general, estados de resultados y el flujo de efectivo.

En los años 60', las finanzas se concentran en la óptima combinación de valores (bonos y acciones) y en el costo de capital. Durante la década de los 70'; se concentran en la administración de cartera y su impacto en las finanzas de la empresa. Para la década de los años 80' y 90', el tópico fue la inflación y su tratamiento financiero, así como los inicios de la agregación de valor.

En la actualidad las finanzas se han concentrado en la creación de valor para los accionistas y la satisfacción de los clientes. Por lo cual ahora los empresarios se preocuparon más de los mercados financieros.

Fondevila Roca, E. (1986) detalla en su revista española de financiación y contabilidad:

En medicina se afirma que cada enfermedad tiene sus síntomas y se manifiestan a través de ellos. El conocimiento de estos síntomas se denomina “diagnóstico”. Para la empresa podemos razonar de manera análoga. Su conjunto presenta en cada caso características peculiares, resultado del contexto técnico, jurídico y humano que la constituye y del entorno socioeconómico donde se halla inmersa. (p.89).



Actualmente en algunas empresas, los financieros para llegar, a un diagnóstico financiero, utilizan los términos “análisis financiero” o “análisis de los estados financieros” para referirse al uso de los índices y este es un error conceptual que debe evitarse ya que los índices son solamente uno de los elementos que ayudan a realizar un diagnóstico financiero de la empresa.

1.1.2. Antecedentes de campo

Se revisó literatura a nivel nacional e internacional, donde se plantearon variables u objetos similares al presente estudio encontrándose los siguientes trabajos:

- Antecedentes nacionales

En la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua recinto Universitario “Carlos Fonseca Amador” se han realizado algunas investigaciones dentro de las cuales se encontró el tema diagnóstico financiero de la empresa seguridad electrónica, mediante el análisis integral de los estados financieros para el periodo 2013 – 2014, el cual fue elaborado por Bra. Tenorio Moraga, MA y Br. Flores Urbina, E. (2015); su objetivo principal fue brindar un diagnóstico financiero de la situación financiera de SELSA, a partir de la aplicación de las Razones Financieras en sus estados financieros; y como resultado obtuvieron que es importante la implementación de estrategias en áreas donde la empresa presenta debilidades financieras y a la vez seguir mejorando aquellas áreas que presentaron fortalezas financieras importantes para la actividad diaria de la misma.

Moreno Muñiz, M (2016), presentó una tesis sobre “Análisis financiero y evaluación de valores de largo plazo de la empresa E. PALAZIO & CO LTD., en el periodo 2014 – 2015” en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua para optar al título de Master en Administración de Negocios con énfasis en Mercadeo, su objetivo era analizar los estados financieros y evaluación de valores de largo plazo de la empresa E. PALAZIO & CO LTD., en el periodo 2014 – 2015, dicho análisis le permitió afirmar que la



empresa está en muy malas condiciones en el periodo 2016, ya que no se ha tenido un buen manejo y control de los activos y sistemas de endeudamiento provocando así un bajo nivel de rendimiento en su capital de trabajo.

- Antecedentes internacionales

A nivel internacional también se han realizado varias investigaciones sobre Diagnósticos financieros a empresas constructoras, encontrándose una investigación realizada en la Universidad de Medellín con el tema de “Diagnóstico financiero de la empresa PROCOPAL, S.A. en el periodo de 2009 y 2013, la cual fue elaborada por Bra. Estrada López, V. y Br. Monsales Velásquez, S. (2014), su objetivo principal fue realizar un Diagnóstico financiero a la empresa PROCOPAL, S.A. durante el periodo comprendido entre los años 2009 y 2013 mediante el análisis de la información contable y la interpretación de indicadores financieros, con el fin de conocer su situación financiera y proponer las recomendaciones pertinentes en aras de obtener mejores beneficios. Dicho diagnóstico les llevo a la conclusión que la compañía requiere aumentar considerablemente los márgenes de sus utilidades y velar por la sostenibilidad de la empresa.

Por su parte, Russo, P. (2010) realizó tesis para optar al título de Master en Finanzas, en la Universidad Nacional de Rosario Argentina, titulada “Diferentes formas de evaluar la rentabilidad de la empresa Café Martínez mediante el análisis financiero”, concluyendo que la aplicación de las herramientas financieras mediante los métodos vertical y horizontal, así como los ratios financieros, son de suma importancia puesto que muestran la realidad económica de la empresa y permite a sus directivos la toma de decisiones acertadas que agreguen valor a la empresa.



1.2. Justificación del problema

Esta investigación se realiza con el objetivo principal de diagnosticar la situación financiera de la empresa constructora Ángelus en el año 2016. Esto para ayudar en la toma de decisiones a la gerencia de la empresa Ángelus, debido a que se espera que esta investigación arroje la información de cómo se está manejando financieramente la empresa en la actualidad y si los procedimientos son los más adecuados. La importancia de esta investigación radica entonces, en el impacto que pudiera tener en un futuro los resultados de este diagnóstico.

Así mismo los resultados del diagnóstico financiero aportarán herramientas que agreguen valor para la toma de decisiones acertadas, ayudar a la gerencia para informarles acerca de la liquidez, solvencia, rentabilidad y actividad que se está desempeñando en cada operación de contrato que realiza con sus clientes en cuanto al conocimiento de mercado, incluyendo sus proveedores, clientes, rivalidad entre los competidores y nuevas empresas constructoras en el país.

Se ha considerado llevar a cabo el presente estudio en la empresa constructora Ángelus a fin de recomendar propuesta que sean de gran utilidad para tomar decisiones sobre la situación financiera de la empresa y mejorar su eficacia y eficiencia, como resultado del estudio de los estados financieros del año 2016.

1.3. Planteamiento del problema

Ángelus es una de las empresas dentro del sector construcción en Nicaragua, la cual está interesada en evaluar su situación financiera para la mejor toma de decisiones y por ende un mejor desempeño en sus funciones.



Ángelus, desde que inició sus operaciones en el año 2009 como una empresa constructora, realizan planificación y control financiero anualmente, de acuerdo a los resultados obtenidos en las proyecciones trazadas por la empresa, sin embargo esto no ha sido suficiente para tomar decisiones acertadas que permitan mejorar en gran manera los resultados financieros y a su vez operativos de la empresa debido a que no cuentan con un área financiera, dicha empresa contratan a una persona externa para que realice la evaluación financiera. Cabe destacar que esta persona a la cual contratan no conoce el manejo de la empresa ni está involucrada con el trabajo que día a día se lleva a cabo por ende sus diagnósticos carecen de validez.

Con los resultados del diagnóstico financiero, la empresa podrá identificar las debilidades y fortalezas que posee en el año 2016 que se evaluara, con esto se podrá incidir en las decisiones tomadas para el futuro con el objetivo de mejorar la situación financiera para alcanzar las metas y los objetivos de la empresa, esto permitirá mejorar la rentabilidad por medio del cumplimiento de su misión y visión.

1.4. Formulación del problema

¿Cuál es el diagnóstico financiero de la empresa Ángelus en el año 2016 y de qué manera impactaran los resultados de este diagnóstico en el manejo financiero actual de dicha empresa?



II. Objetivos de la investigación

2.1 Objetivo general

Diagnosticar la situación financiera de la empresa constructora Ángelus en el año 2016.

2.2 Objetivos específicos

1. Describir la importancia de las finanzas para la toma de decisiones para las Empresas.
2. Analizar cualitativamente la empresa Ángelus bajo las fuerzas de Michael Porter y las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.
3. Aplicar las herramientas del análisis financiera a la empresa Ángelus en el año 2016.
3. Presentar una evaluación estratégica financiera con el fin de proporcionar información que contribuyan a tomar decisiones acertadas en la empresa Ángelus en el año 2016.



III. Marco teórico

3.1. Perfil de la empresa

3.1.1. Historia de la empresa

La empresa constructora objeto de estudio Ángelus se constituye en Nicaragua en el año 2009, es una empresa prestadora de servicios de la construcción.

Brinda los servicios de la construcción de obras verticales y horizontales está ubicada en el departamento de Managua, comarca San Isidro de Bolas, de la terminal de buses de la mini ruta 4, 300 metros al norte.

Así mismo, la empresa Ángelus está dirigida al sector construcción ofertando servicios de realización de obras verticales y horizontales, impulsando el progreso conjunto y la modernización continúa a sus clientes.

Los principales clientes son ministerios estatales pero también ofrece sus servicios a empresas privadas, personas naturales e institutos.

A continuación se detalla los datos generales de la empresa:

Denominación social: Ángelus

Actividad económica: Servicios de la construcción.

Fecha de constitución: 2009

Ubicación: Departamento de Managua, Municipio de Managua, comarca San Isidro de Bolas, de la terminal de buses de la MR4, 300 metros al este.

Objetivo de la sociedad: Brindar servicios de la construcción al sector estatal y privado, así como a personas naturales.

Capital social: C\$70,000. (Setenta mil córdobas netos).



3.1.2. Misión:

Crecer como empresa natural constructora y confeccionarse como Sociedad Anónima.

3.1.3. Visión:

Posicionarse entre las empresas constructoras más reconocidas por el estado, por medio de la ejecución de proyectos.

3.1.4. Actividad de la empresa

La empresa constructora Ángelus, desde su inicio se ha dedicado a las construcciones horizontales, tales como: tramos de carretera, puentes, también construcciones de tipo verticales, entre ellas edificios para oficinas, hospitales, colegios, casas de habitación.

Sus principales ingresos son obtenidos de la ejecución de los proyectos que son ganados por medio de licitaciones, donde también participan otras empresas dedicadas al ramo de la construcción.

Los principales proyectos que realiza esta empresa Ángelus, son de características verticales, así mismo sus principales cliente está en el sector público, a los proyectos ejecutados al Ministerio de Educación (MINED) y el Ministerio de Salud (MINSAL), en la construcción de colegios y centros de salud respectivamente.

3.1.5. Organización.

La estructura organizacional con la que está conformada la empresa Ángelus, está establecida de la siguiente manera, el gerente general es cual es asumida por el propietario de la empresa, y dos gerencias funcionales como lo es el gerente de proyectos y la gerencia contable.

La empresa actualmente presenta la siguiente estructura organizacional:

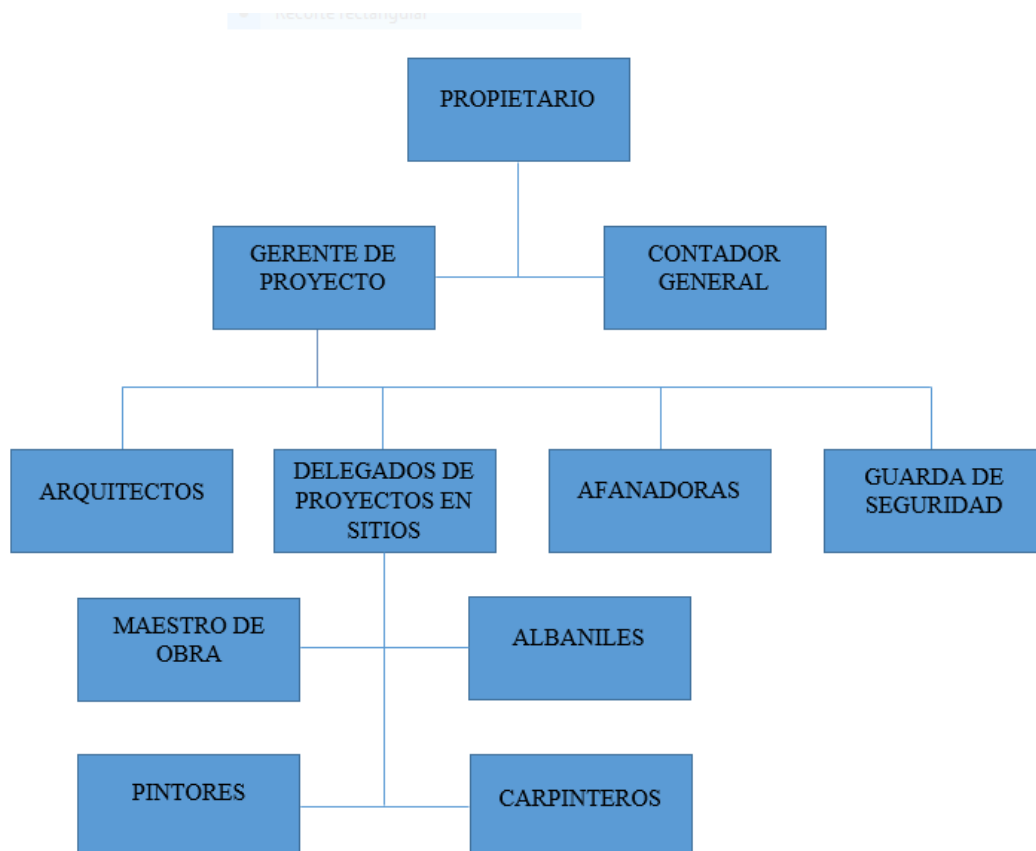


Figura 1. *Organigrama de empresa Constructora Ángelus*

Fuente: Elaboración propia.



3.2. Generalidades de las finanzas

3.2.1. Finanzas

Según Gitman y Zutter (2012) definen las finanzas “como el arte y la ciencia de administrar el dinero” (p. 3). Esto quiere decir, que una ciencia porque se auxilia de conceptos y herramientas matemáticas, estadísticas, administrativas, históricas, económicas, para una mejor toma de decisiones y a su vez se considera un arte porque muchas de las decisiones en el mundo financiero se toman mediante instinto de las personas.

También se definen como el “conjunto de conocimientos que permiten estimar, analizar y evaluar las decisiones relativas a los flujos de dinero de una unidad económica en el tiempo” (Lahound, 2006, p.7).

Según García (2014) define a las finanzas como un “conjunto de actividades mercantiles relacionadas con el dinero de los negocios, de la banca y de la bolsa; así como el grupo de mercados o instituciones financieras de ámbito nacional o internacional” (p.11).

Aunque las finanzas son un conjunto de conocimientos eminentemente cuantitativo y hacen uso intensivo de las matemáticas, no son una ciencia exacta.

A partir de estas opiniones se define el término finanzas como:

La ciencia que conjuga conocimientos que nos permiten administrar el dinero de una forma más correcta facilitándonos la toma de decisiones en las diferentes unidades económicas.

“2018: Año de la Internacionalización de la Universidad”

Se puede emplear la palabra finanzas para referirnos al conjunto de actividades de orden monetario que mueven el dinero y otros recursos de valor.

En el mundo existen solo dos grupos de personas. El primero de ellos gana más de lo que gasta, mientras que el segundo quiere o necesita gastar más de lo que tiene, nos tienen dinero y otros lo necesitan. En términos sencillos, las finanzas son todos los arreglos que los humanos hemos ingeniado para poner de acuerdo a estos dos grupos y lograr que ambos obtengan beneficios; así el segundo podrá obtener los recursos que necesita a cambio de otorgarle al primero un beneficio o rendimiento (García, 2014, pp. 11-12).

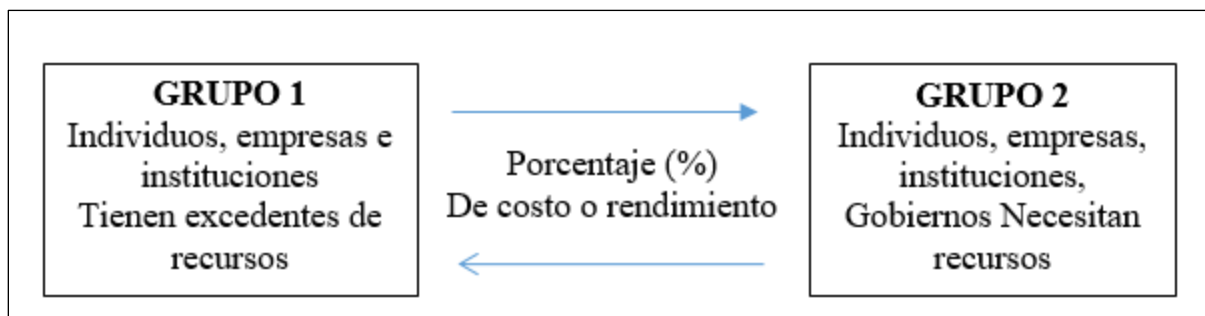


Figura 2. Operaciones Financieras. Fuente: García, V. (2014) *Introducción a las Finanzas*. México: Grupo editorial Patria, S.A. de C.V.

Las finanzas representan una importante herramienta puesto que nos ayudan a administrar los recursos personales, tratar con el mundo de los negocios, aprovechar oportunidades profesionales interesantes y satisfactorias, tomar como ciudadano decisiones bien fundamentadas de interés público, entre otras.

Para poder desarrollar las distintas actividades comprendidas en los departamentos de producción, recursos humanos, ventas y mercadotecnia se necesita dinero. Por ejemplo, para adquirir la maquinaria y el equipo empleados en la producción, para comprar la materia prima requerida para fabricar los productos, para pagar los sueldos a los obreros y para liquidar el consumo de energía eléctrica se necesitan cantidades de dinero



relativamente importantes. Lo mismo sucede en las actividades correspondientes a la función de ventas y mercadotecnia y la de recursos humanos, ya que todas ellas requieren de recursos para poder operar. Por otra parte mediante la venta de los artículos producidos y los servicios prestados, la empresa obtiene aportes de dinero. Adicionalmente, es necesario controlar, mediante el registro y la elaboración de reportes, la forma en que se está manejando el dinero que fluye y circula en la empresa (Bravo, Lambreton y Márquez, 2007, p.8).

La importancia de las finanzas radica en dos principales funciones que realizan las finanzas dentro de una organización, ya que establece los criterios para la obtención de los recursos financieros, así como la correcta administración de dichos recursos para que a su vez se generen más. Esta dualidad permite a la empresa su continuidad en el ciclo económico a través del cual se genera la constante rotación de dichos recursos para que se pueda considerar que su operación es continua y permanente. (“Principios de Finanzas,” 2013).

Las finanzas han evolucionado de un estudio descriptivo que fueron en sus orígenes, a la inclusión de análisis y teorías normativas. Su campo de interés ha dejado de situarse en el análisis externo de la empresa, para concentrarse en mayor medida en la toma de decisiones de la empresa (Díaz, 2005, p.44).

3.2.2. Objetivos de las finanzas

Los objetivos de las finanzas son los siguientes (“Principios de Finanzas,” 2013):

- Establecer el plan financiero de crecimiento de la empresa.
- Captar y asignar los recursos que la empresa requiere para su funcionamiento y continuidad operativa.
- Lograr el óptimo aprovechamiento de tales recursos.
- Tomar decisiones de riesgo en inversiones y financiamientos.

También debemos de tomar en cuenta que dentro de la clasificación de las finanzas estas persiguen un objeto, García (2014) afirma:

...en las finanzas públicas su objetivo es lograr el crecimiento y la sustentabilidad de la economía, y el de las empresas es obtener utilidades que incrementen su valor, el propósito de la finanzas personales es acrecentar un patrimonio que nos permita vivir con solvencia económica y poder hacer frente a nuestras necesidades, gustos e imprevistos en el corto, mediano y largo plazo (p.15).

3.2.3. Áreas generales de las finanzas

Bajo el nombre de finanzas podemos contemplar tres áreas importantes: administración financiera, mercados financieros e inversiones financieras.

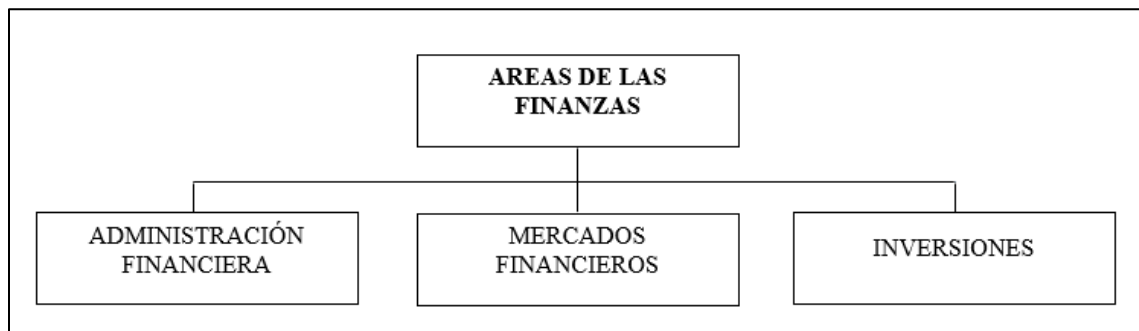


Figura 3. *Áreas de estudio de las finanzas.* Fuente: Elaboración Propia.

3.2.3.1. Administración financiera

“Fase de la administración general, mediante la cual se recopilan datos significativos, analizan, planean, controlan, y evalúan, para tomar decisiones acertadas y alcanzar el objetivo natural de maximizar el capital contable de la empresa” (Perdomo, 1993).



“2018: Año de la Internacionalización de la Universidad”

La administración Financiera está interesada en la adquisición, financiamiento y administración de los activos, con una meta global en mente. Así, la función de decisión de la administración financiera puede dividirse en tres grandes áreas: la decisión de inversión, financiamiento y administración de activos (Van Horno y Wachowicz, 2010, p.2).

Se define a la administración financiera como (“Manual de administración financiera,” 2015):

... el área de la administración que se centra en decisiones de inversión, manejo del dinero, fuentes de financiamiento, administración de activos, control de costos y maximización de utilidades y/o beneficios (p.6).

La administración financiera se auxilia de los registros contables y de los procedimientos administrativos, necesitando información confiable y oportuna para la toma de decisiones gerenciales (Manual de administración financiera, 2012, p.6).

3.2.3.2. Mercados financieros

Martin y Trujillo (2004), definen el mercado financiero como:

“... lugar donde, o los mecanismos y procedimientos a través de los cuales, se intercambian activos financieros y se fijan sus precios” (p.20).

Un mercado financiero es el lugar, mecanismo o sistema en el cual se compran y venden activos financieros. Su finalidad es poner en contacto a oferentes y demandantes de fondos así como determinar los precios justos de los activos financieros.

Gitman y Joehnk (2009) expresan “son foros en los que los proveedores y demandantes de fondos realizan transacciones financieras, con frecuencia a través de intermediarios” (p.5).

Según Martin y Trujillo (2004); las funciones principales que cumplen los mercados financieros son los siguientes:



“2018: Año de la Internacionalización de la Universidad”

- a) Poner en contacto a los agentes que intervienen en los mismos: prestatarios y prestamistas, intermediarios financieros bancarios y no bancarios, brokers y dealers, etc.
- b) Ser un mecanismo de fijación de precios de los activos. Esta función es aparente en los mercados secundarios de negociación, por ejemplo Bolsa de valores, donde en los corros o a través de ordenador se forman cotizaciones de los títulos. La función es menos aparente en los mercados primarios o de emisión, donde el emisor a de tantear el terreno para ver a qué precio coloca sus títulos, sean estos de renta fija o variable.
- c) Proporcionar liquidez a los activos. Esta es una de las funciones más característica de los mercados financieros. la liquidez de los activos definida anteriormente como la facilidad de conversión de los mismos en dinero líquido sin pérdidas apreciables de valor, solo es concebible en el seno de mercados organizados.
- d) Reducir los plazos y los costes de intermediación. En ausencia de mercados organizados, los agentes económicos, tanto UGD como UGS, tendrían que emprender un lugar y costoso proceso de búsqueda de contrapartidas.

Los mercados facilitan la contrapartida, a costes relativamente bajos, en forma de comisiones y aranceles. También agilizan los procedimientos de liquidación de las operaciones, generalmente mediante procesos informáticos, al menos en los mercados masivos de negociación secundaria de títulos (p.21).

3.2.3.3. Inversiones financieras

Gitman y Joehnk (2009), define la inversión financiera como “cualquier instrumento en el que se depositan fondos con la expectativa de que genere ingresos positivos y conserve o incremente su valor” (p.3).



3.2.4. Clasificación de las finanzas

Las finanzas se pueden clasificar dependiendo del ámbito de las actividades y de la esfera social en que se tomen las decisiones.

Las actividades que llevan a cabo las empresas para tomar decisiones financieras son conocidas como finanzas públicas y finanzas corporativas, respectivamente. Las finanzas personales son las actividades que realizan los individuos para tomar sus decisiones financieras (García, 2014, p.13).

Tabla 1
Clasificación de las finanzas

Clasificación	Participantes
Finanzas publicas	Gobiernos
Finanzas corporativas	Empresas
Finanzas personales	Individuos

Fuente: Elaboración propia.

3.2.4.1. Finanzas personales

Se puede entender las finanzas personales como la necesidad de administrar los recursos personales de una manera óptima en la búsqueda de un alto nivel de vida y la sostenibilidad mediante acciones propias y apoyadas en la planeación financiera siendo el objetivo satisfacer cada una de las necesidades propias de los seres humanos.



Según Olmedo (2009), se puede inferir que las finanzas empresariales entregan un valor agregado más tangible, como la acumulación de dinero al incrementar la rentabilidad, mientras en las finanzas personales este valor agregado tiene que ver más con el bienestar de la persona, así lo plantea la economía (p.3).

Si los individuos requieren recursos que no tienen para financiar sus compras de bienes duraderos como muebles, casas, automóviles, computadoras, etc., o para cubrir sus gastos diarios, se convertirán en emisores; por el contrario, si poseen recursos de sobra, serán inversionistas. Cuando una persona firma una compra de una computadora con su tarjeta de crédito en ese momento está “emitiendo” un pagaré. El inversionista es el banco que le abrió un crédito y le proporciona un mecanismo de pago con la tarjeta de crédito. Lo mismo sucede cuando una persona recibe un préstamo hipotecario o un crédito automotriz, en todos los casos tendrá que firmar un pagaré o contrato de préstamo donde se hace evidente que la persona es el emisor de un instrumento financiero, mientras que el banco o agencia automotriz se convierten en los inversionistas o acreedores. Por el contrario cuando una persona tiene recursos excedentes y deposita algún dinero en el banco o cuenta de ahorro, esta se convierte en inversionista y el banco en el emisor o deudor (García, 2014, p.13)

3.2.4.2. Finanzas corporativas

Las finanzas corporativas son un área de las finanzas cuyo objetivo es maximizar el valor de las acciones en una empresa, estas se centran en las decisiones de carácter monetario y en todo aquello que se involucra en esta toma de decisiones.

Las finanzas corporativas se caracterizan porque estas según Mascareñas (1999) “se centran en la forma en la que las empresas pueden crear valor y mantenerlo a través del uso eficiente de los recursos financieros” (p.2).



Algunas de las zonas de estudio de las finanzas corporativas son: el equilibrio financiero, el análisis de la inversión en nuevos activos, el reemplazamiento de viejos activos, las fusiones y adquisiciones de empresas, el análisis de endeudamiento, la emisión de acciones y obligaciones, etc. (Mascareñas, 1999, p.2).

Las empresas que requieren recursos son aquellas que han identificado alguna oportunidad de inversión rentable, que pretenden desarrollar un proyecto de expansión o, en ocasiones, aquellas que por alguna razón se les ha dificultado mantener la operación financiera del negocio. Obtener los recursos suficientes ayuda a las empresas a realizar proyectos productivos, a mantener su nivel de operación y a lograr el crecimiento deseado. Si una empresa recibe dinero en préstamo por parte de su banco, la empresa se convierte en el emisor y el banco en el inversionista. Si recibe dinero de los socios, la empresa “emite” acciones y los individuos son los tenedores de estas, es decir, los inversionistas. En cambio, cuando la empresa “invierte” sus excedentes de tesorería en una cuenta o instrumento bancario, la empresa es el inversionista y el banco el emisor (García, 2014, p.14).

3.2.4.3. Finanzas públicas

La finalidad de las finanzas públicas según Ibarra (2009) es:

...la investigación de los principios y formas que debe aplicar el poder público para allegarse de los recursos económicos suficientes para su funcionamiento y desarrollo de las actividades que está obligado a afectar, que sobre todo es la satisfacción de servicios públicos (p.9).

Las finanzas públicas se pueden entender como “el estudio de los sistemas descentralizados en el plano de dos modalidades totalmente distintas, en una economía de mercado, a través de sus empresas y en una economía gubernamental, a través de su organización institucional” (Iturrioz, 1981, p.16).



“2018: Año de la Internacionalización de la Universidad”

En cuanto a los gobiernos, estos por lo general gastan más de lo que reciben. El déficit de un gobierno, que no es otra cosa que el diferencial entre los ingresos obtenidos y los egresos aplicados, se debe financiar, es decir, deben obtenerse los recursos faltantes para poder realizar los gastos programados. Un gobierno recibe recursos financieros por medio de los impuestos y derechos que cobra, por la ganancia que generan las empresas estatales, por la emisión de dinero que realiza y, en última instancia, por los recursos en préstamo que puede obtener. El gobierno utiliza todos los recursos disponibles para cubrir sus gastos, crear infraestructura, garantizar la seguridad de sus ciudadanos y establecer las condiciones económicas propicias que estimulen el desarrollo de la población. Estas actividades se realizan en el ámbito de las finanzas públicas (García, 2014, p.14).

Cuando el gobierno necesita recursos “emite” algunos instrumentos financieros y con ello capta los recursos que tienen en exceso los individuos o las empresas. El instrumento más común que tienen algunos gobiernos es el denominado certificado de la tesorería o pagare gubernamental. Cada determinado tiempo el pagare emite certificados de la tesorería y la gente los “adquiere”, es decir invierte, entregando sus recursos al gobierno.

3.3. Generalidades del diagnóstico financiero.

3.3.1. Importancia del diagnóstico financiero.

Un análisis financiero es un estudio que se realiza de la empresa auxiliándonos de datos brindados por la contabilidad y cualquier otra información relativa a la empresa y de ayuda para el estudio. Dicho análisis financiero debe considerar información cuantitativa y cualitativa, histórica y proyectada (García, 2009).

La información que nos brinda un buen diagnóstico financiero es de gran utilidad para una empresa puesto que nos muestra la situación actual y nos proyecta el futuro de dicha institución,



sirviéndonos esta información para tomar decisiones financieras más acertadas velando por el cumplimiento del principal objetivo de las finanzas el cual es “maximizar las utilidades”.

Palacios (2008), afirma:

El diagnostico financiero es un conjunto de técnicas utilizadas para realizar un examen la situación y perspectivas de la empresa con el fin de poder tomar decisiones adecuadas. La información que extraigamos de ella, nos permitirá identificar la posición económico – financiera en la que se encontraba la empresa, siempre y cuando dispongamos de información histórica, así como conocer la posición en la que nos encontramos actualmente y en la que nos encontraremos (p.1).

“El diagnostico, correctamente realizado, permite identificar en tiempo y forma los posibles problemas económicos y financieros de la empresa, identificar sus causas y, lo que es más importante, establecer medidas correctoras con tiempo suficiente para que actúen” (Palacios, 2008, p.2).

Realizar el diagnóstico y pronóstico de la situación económico – financiera de una empresa no resulta una tarea fácil. Son muchas las variables que hay que tener en cuenta y no menos los inconvenientes a los que se el analista se enfrenta a lo largo de sus análisis (Gil, sf, p.12).

Dentro del proceso del diagnóstico Gil (sf) señala las siguientes etapas:

- a) Identificación de la empresa objeto de estudio, lo cual supone recoger datos relativos a la distribución industrial y geográfica de las actividades desempeñadas, estructura de la propiedad, cotización en mercados organizados, edad de la empresa, antecedentes de la entidad, etc.



“2018: Año de la Internacionalización de la Universidad”

- b) Selección de las variables a ser utilizadas en el análisis. El analista debe seleccionar minuciosamente las variables que midan mejor el aspecto o aspectos empresariales que pretende analizar.
- c) Búsqueda y obtención de la información. Una vez identificada la empresa o empresas a analizar y seleccionadas las variables que van a ser utilizadas en el análisis, es necesario recoger la información que nos permita calcular el valor de dichas variables de manera más eficiente y ordenada como sea posible.
- d) Evaluación de la información con el objetivo de contrastar su fiabilidad y validez. La información obtenida en la etapa anterior debe ser contrastada y verificada ya que de otra forma los resultados que de ella se deriven carecerán de valor alguno.
- e) Preparación de la información para el análisis. Verificada y aceptada la validez de la información obtenida, en la mayoría de los casos, el analista necesita someter dicha información a un proceso de transformación que le llevara a aplicar los ajustes y reclasificaciones que considere oportunos con el fin de disponer de información con la que se puedan calcular directamente las diferentes variables seleccionadas en la segunda etapa del proceso de análisis.
- f) Aplicación de las técnicas adecuadas. A partir de la información transformada y conocidas las variables necesarias se procede a la aplicación de la técnica o las técnicas que el analista considere en cada momento más apropiadas para la consecución del objetivo propuesto.
- g) Análisis e interpretación de los resultados obtenidos. La información obtenida tras la aplicación de cada una de las técnicas consideradas debe ser analizada con el fin que resulte de utilidad para el decisor que ha solicitado los servicios del analista.
- h) Redacción del informe. Los resultados obtenidos con el análisis, convenientemente interpretados y reflejados en conclusiones parciales, deben presentarse en un informe detallado, en el cual es preciso incluir también la conclusión final derivada de las correspondientes conclusiones parciales y la opinión personal del analista así como los diferentes argumentos que la soportan (pp. 13, 14, 15).



3.3.2. Decisiones financieras.

Bravo, Lambretom y Márquez (2007) plantean, “La buena toma de decisiones, como la buena solución de problemas, depende en gran medida de la calidad de la información, pero también de la experiencia y buen juicio de quien debe tomar las decisiones” (p.73).

Según Córdoba (2012):

El ámbito de estudio de las finanzas abarca tanto la valoración de activos como el análisis de las decisiones financieras, tendencias a crear valor. La interrelación existente entre el análisis de la decisión a tomar y la valoración. Viene dada desde el momento en que un activo cualquiera solo debería ser adquirido, si se cumple la condición necesaria que su valor sea superior a su costo (p.2).

3.3.2.1. Decisiones de inversión.

Según Bravo et al (2007) las decisiones de inversión “se refieren a los bienes y recursos que se requieren para que la empresa pueda operar” (p.75).

Las decisiones de inversión se toman al inicio de emprender un negocio así como a lo largo de toda la vida de la empresa, el buen juicio del administrador al tomar estas decisiones marcará en cierta forma el éxito del negocio así como también ser capaces de distinguir cuando estas inversiones no están dando el éxito que se buscaba y es aquí cuando se debe hablar de una desinversión.

3.3.2.2. Decisiones de financiamiento.

“Las decisiones de financiamiento consisten en estudiar la manera como la empresa debe obtener los recursos financieros necesarios para llevar a cabo las decisiones de inversión” (Bravo et al 2007, p.76).



“2018: Año de la Internacionalización de la Universidad”

De acuerdo con su origen, el dinero que se necesita para la operación y la inversión en los bienes de la empresa proviene de dos fuentes: financiamiento interno (la aportación de socios) y financiamiento externo (crédito del banco y de los proveedores). Los administradores de las empresas deben ser muy cuidadosos en la elección de las fuentes de financiamiento, ya que pueden constituir un factor fundamental para el éxito o fracaso de una organización, porque cada fuente de financiamiento tiene un costo específico, no solo económico (tasa de interés) sino también de tiempo (Bravo et al 2007, p.76).

Las fuentes externas representan un riesgo para la empresa, debido a que implican un costo (interés) y exigen un plazo determinado que se les devuelva el dinero que proporcionan como financiamiento. Ambos elementos pueden llegar a conjuntarse y comprometer la salud y permanencia de la empresa.

Las fuentes internas de financiamiento no tienen un plazo de vencimiento, dado que los dueños de las empresas entregan sus recursos para que el negocio tenga una vida indefinida. Lo más recomendable es que estos recursos se asignen a adquirir bienes permanentes de la empresa tales como terrenos, edificios o maquinaria.

3.3.2.3. Decisiones de dividendos.

“Las decisiones de operación de una empresa tienen que ver con la actividad empresarial a que se va a dedicar el negocio, e incluyen todas las actividades necesarias para fabricar un producto o para proporcionar un servicio” (Bravo et al 2007, p.42). Estas decisiones involucran elementos tales como el precio al que se va a vender el producto o servicio, las condiciones de crédito bajo las cuales se deben efectuar las ventas a sus clientes, el inventario que debe mantener la empresa, cuanto efectivo de haber en caja y cuanto en cuentas de cheque, etc.

Las decisiones de inversión son todas aquellas referidas a las actividades del día a día, es decir todas aquellas actividades que se realizan cada día en la empresa, estas decisiones se



toman por lo general al iniciar un negocio, darle continuidad a una idea o al darle un giro a las actividades de una empresa.

3.4 Herramientas del análisis estratégico

3.4.1 Estrategia genérica Michael Porter.

Según Magretta (2011), “ninguna empresa puede desempeñarse con éxito a un nivel por arriba del promedio tratando de ser todo para todas las personas” (p.23). Sugiere que los gerentes seleccionen una estrategia que dará a la organización una ventaja competitiva. Una ventaja competitiva surge de tener ya sea menores costos o ser diferente. Con base a esto los gerentes pueden elegir una de las tres estrategias:

- Liderazgo en costos.
- Diferenciación
- Segmentación o concentración.

Las dos primeras estrategias de Porter buscan una ventaja competitiva en una amplia gama de mercados y segmentos de la industria.

Sea cual sea la que la gerencia elige, depende de las fortalezas de la organización, la competencia distintiva y los puntos débiles de sus competidores.

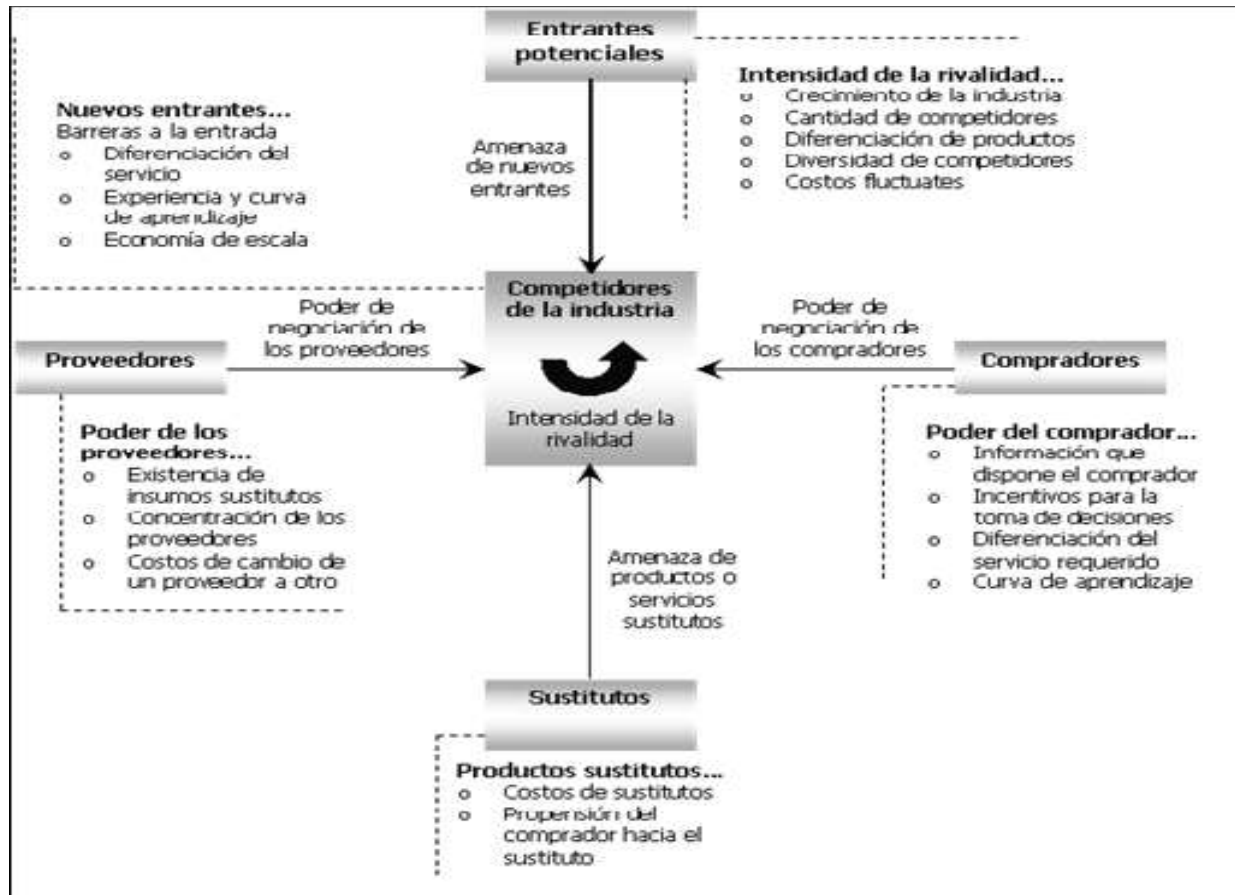


Figura 4. Cinco fuerzas de Michael Porter. Fuente: <https://wowwwmarketing.wordpress.com/2009/02/02/porter-amenazas-de-sustitutos-y-proveedores/>

3.4.1.1 Líder en costo

La competencia estratégica significa escoger una ruta distinta a la de los demás. En vez de competir para ser las mejores las compañías pueden y deberían competir para ser únicas. “Este concepto se refiere al valor, a la singularidad del valor que creamos y como lo hacemos” (Magretta, 2013, p. 28).

Cuando una empresa se propone ser el productor de más bajo costo en su industria, está siguiendo una estrategia de liderazgo de costos. Un líder de costo busca, enérgicamente eficiencias en producción, mercadotecnia y otras áreas de operación. Sus gastos administrativos se mantienen al mínimo y la empresa hace todo lo que este a su alcance para recortar costos (Kotler, sf, p.6).



Tabla 2

Requerimientos comunes para seguir con éxito la estrategia de enfoque de líder en costo.

Estrategia Genérica	Recursos y habilidades normalmente requeridas	Requerimientos comunes de la organización
Liderazgo de costos general	<ul style="list-style-type: none">• Inversión de capital sostenida y acceso al capital.• Habilidad de ingeniería en el proceso.• Supervisión intensa de la mano de obra.• Los productos son diseñados para su facilidad en la manufactura.• Sistema de distribución de bajo costo.	<ul style="list-style-type: none">• Rígido control de costos.• Informes de controles detallados y frecuentes.• Organización y responsabilidades estructuradas.• Incentivos basados en el logro de objetivos cuantitativos estructurados.

Fuente: Philip Kotler, sf. Las 3 estrategias genéricas de Michael Porter. P.5

La competencia por ser único refleja otra perspectiva o mentalidad y otra forma de concebirla. Las compañías utilizan medios específicos de competir, cuyo fin es satisfacer varias clases de necesidades y de clientes. En otras palabras, “la prioridad consiste en crear un valor superior para los clientes seleccionados, no en imitar ni igualar a los rivales” (Magretta, 2013, p.29).

Kotler (sf) plantea que la estrategia de liderazgo de costo, requiere de ciertas características:

- La construcción agresiva de instalaciones capaces de producir grandes volúmenes, en forma eficiente.
- Rígidos controles de costos y gastos indirectos.



“2018: Año de la Internacionalización de la Universidad”

- La minimización de costos de investigación y desarrollo, servicios, fuerza de ventas y publicidad.
- El diseño de productos que faciliten la producción (arquitectura de productos)
- Una fuerte inversión inicial en equipos de tecnología.
- La colocación de precios bajos, para obtener rápidamente una alta participación de mercados (p.2).

Solo las empresas con una alta participación de mercado, pueden optar por esta estrategia.

3.4.1.2 Diferenciación

Kotler (sf) afirma: “la empresa que busca ser única en su oferta de productos y en su industria, de forma que los clientes la valoren ampliamente, está siguiendo una estrategia de diferenciación” (p.6). Las fuentes de esta diferenciación podrían ser alta calidad, servicio extraordinario, diseño innovador, capacidad tecnológica o una imagen de marca positiva que sea fuera de lo común. La clave en esta estrategia está en que cualquiera que sea el atributo del producto o servicio que se haya escogido para diferenciación, debe poner a la empresa en un nicho aparte de sus competidores y ser lo bastante significativa para justificar un precio adicional que exceda el costo de la diferenciación.

La diferenciación también tendrá el efecto de conseguir una mayor fidelización de los clientes, pues incluso pagando más por un producto o servicio, son capaces de adquirir el mismo y no los de la competencia, más baratos seguramente. Esto se produce porque para el cliente, el valor que le supone la posesión del producto diferenciado o el disfrute del producto diferenciado es tal que satisface sus necesidades mejor que cualquier producto o servicio de la competencia y por ello, es capaz de pagar una cantidad adicional. Cuanto mayor sea el valor de la diferenciación para el cliente, mayor será el diferencial de precios que podrá disfrutar una empresa que comercialice productos o servicios diferenciados. Por ello, Johnson y Scholes (1993) señalan que la lógica de la diferenciación descansa en la elección, por parte de la empresa diferenciada, de los



atributos necesarios para alcanzar tal diferenciación y que estos sean diferentes a los de sus competidores.

Para explicar el comportamiento de la diferenciación Porter se apoya en las guías de exclusividad. De forma análoga a las directrices de los costes, las guías de exclusividad son aquellas guías básicas que explican las razones fundamentales por las que se consigue la diferenciación, a través de la diferenciación de las actividades de la cadena de valor. Las cuales son:

- Elecciones de política: Dada la gran variedad de políticas empresariales que una empresa puede adoptar, se cuidara de elegir aquellas que favorezcan la diferenciación que se quiera conseguir.
- Eslabones: Dado que la forma de desempeñar una actividad puede afectar a otra, consiguiendo establecer ciertas diferencias, la forma en que una empresa explote estas interrelaciones, tanto internamente o en su relación con proveedores, distribuidores o clientes, puede ser vital para el logro de la diferenciación.
- Tiempo: Si una empresa, por el hecho de ser la primera es capaz de lograr cierta diferenciación y es capaz de mantenerla en el tiempo, podrá utilizar este argumento para sustentar su ventaja competitiva. Además, una empresa que ponga los productos o servicios al alcance de los clientes más rápidamente que sus competidores, puede lograr también de esta forma la diferenciación.
- Ubicación: El lugar en que prestemos los servicios o pongamos a disposición de los clientes nuestros productos puede ser utilizado para conseguir la diferenciación.



“2018: Año de la Internacionalización de la Universidad”

- Interrelaciones: Compartir actividades de la cadena de valor ya sea entre unidades de negocio distintas o dentro de la propia empresa, de modo que surjan nuevas oportunidades de ofrecer un producto o servicio diferente, si son capaces de aportar valor a los clientes, lograra la diferenciación.
- Efectos experiencia y aprendizaje: Aprender una forma de producir mejor no tiene como consecuencia únicamente reducciones en los costes, puede conseguir productos con características y especificaciones distintas a los de la competencia logrando así la diferenciación.
- Integración: La utilización de la integración hacia delante o hacia atrás, puede resultar una oportunidad decisiva para la diferenciación al proporcionar una capacidad de control del desempeño superior a la de la competencia.
- Escala: La producción o la prestación del servicio a gran escala puede lograr también la diferenciación, al permitir la gran escala que desempeñe una actividad, de tal forma que únicamente con esa escala, podría conseguirse.
- Factores institucionales: La forma en que una empresa se relaciona con los gobiernos, las instituciones o incluso con los sindicatos o asociaciones profesionales, puede ser aprovechada para conseguir la diferenciación.

Aranda (s.f) afirma “es importante destacar la consideración de la variable tiempo, ya que una guía que en un momento del tiempo no era tan necesaria para la diferenciación, en otro momento puede ser de vital importancia” (p.10).



Tabla 3

Requerimientos comunes para seguir con éxito la estrategia de diferenciación de Michael Porter.

Estrategia Genérica	Recursos y habilidades normalmente requeridas	Requerimientos comunes de la organización.
Diferenciación	<ul style="list-style-type: none"> • Fuertes capacidades de mercado. • Ingeniería del producto. • Espíritu creativo. • Fuerte capacidad en la investigación básica. • Reputación de la corporación por su liderazgo de calidad o tecnológico. • Larga tradición en la industria o combinación única de habilidades tomadas de otros negocios. • Fuerte cooperación entre canales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fuerte cooperación entre las funciones de investigación y desarrollo, desarrollo del producto y mercadotecnia. • Medidas e incentivos subjetivos en lugar de medidas cuantitativas. • Atractivos que produzcan mano de obra altamente calificada, científicos o personas creativas.

Fuente: Philip Kotler, sf. Las 3 estrategias genéricas de Michael Porter. P.5

3.4.1.3 Segmentación o concentración.

“La estrategia de enfoque busca una ventaja de costos (enfoque de costos) o una ventaja de diferenciación (enfoque de diferenciación) en un segmento estrecho” (Kotler, sf, p.6). Es decir, la gerencia selecciona un segmento de mercado o grupo de segmentos de una industria incluyendo a los demás. Estos segmentos pueden basarse en la variedad de productos, el tipo de comprador final, el canal de distribución o la ubicación geográfica de los compradores.



La meta de la estrategia de enfoque es explotar el segmento estrecho de un mercado del segmento. Por supuesto, que una estrategia de enfoque sea factible o no depende del tamaño del segmento y si puede soportar el costo adicional de enfoque. Investigaciones recientes sugieren que la estrategia de enfoque puede ser la más efectiva para pequeños negocios. Esto se debe a que generalmente no tienen las economías de escala o recursos internos para buscar con éxito una de las otras dos estrategias (Kotler, sf, p.7).

Una empresa se enfoca si existen segmentos desabastecidos o no servidos adecuadamente por la competencia y esta puede paliar tal déficit con sus productos o servicios. Pero para que el enfoque tenga éxito deberá de tener un buen potencial de crecimiento, un tamaño lo suficientemente grande como para que la empresa que se situó en él consiga una rentabilidad adecuada, y no sea del interés del resto de la competencia, por lo menos en el corto y mediano plazo.

Tabla 4

Requerimientos comunes para seguir con éxito la estrategia de enfoque de Michael Porter.

Estrategia Genérica	Recursos y habilidades normalmente requeridas	Requerimientos comunes de la organización
Enfoque	Combinación de las políticas anteriores dirigidas hacia el objetivo estratégico en particular.	Combinación de las políticas anteriores dirigidas al objetivo estratégico en particular.

Fuente: Philip Kotler, sf. Las 3 estrategias genéricas de Michael Porter. p.5

3.4.2 Fuerzas de Michael Porter

El modelo de las cinco fuerzas constituye el punto de partida para cualquier organización que trate de evaluar o formular una estrategia. Esta explica en qué forma ante la competencia se logra un desempeño superior. Magretta (2013) afirma. “El modelo se centra en la competencia que



“2018: Año de la Internacionalización de la Universidad”

enfrentamos y nos da una base para medir el desempeño superior” (p.36). Explica los precios promedio de la industria y sus costos, es decir la rentabilidad promedio de la industria que usted se propone rebasar. Antes de entender su propio desempeño (actual y potencial), es preciso penetrar en la economía fundamental de la industria.

Las cinco fuerzas guardan una relación, clara, directa y predecible con la rentabilidad de la industria. He aquí la regla general: “cuanto más potente sea la fuerza, mayor presión impondrá a los precios o a los costos, o a ambos, y por lo mismo menos atractiva resultara para los participantes” (Magretta 2013, p.37).

Las cinco fuerzas de Porter es un modelo holístico que permite analizar cualquier industria en términos de rentabilidad. También llamado “Modelo de Competitividad Ampliada de Porter”, ya que explica mejor de que se trata el modelo y para qué sirve, constituye una herramienta de gestión que permite realizar un análisis externo de una empresa a través del análisis de la industria o sector a la que pertenece (Hernández, sf, p.2)

Propuesto por Michael Porter en 1979, este modelo perfila un esquema simple y práctico para poder formular un análisis de cada sector industrial. A partir del mismo la empresa puede determinar su posición actual para seleccionar las estrategias a seguir. Según este enfoque sería ideal competir en un mercado atractivo, con altas barreras de entrada, proveedores débiles, clientes atomizados, pocos competidores y sin sustitutos importantes (Hernández, sf, p.2).

El modelo de Porter postula que hay cinco fuerzas que conforman básicamente la estructura de la industria. Estas cinco fuerzas delimitan precios, costos y requerimientos de inversión, que constituyen los factores básicos que explican la expectativa de rentabilidad a largo plazo, por lo tanto, el atractivo de la industria. De su análisis se deduce que la rivalidad entre los competidores viene dada por cuatro elementos o fuerza que, combinadas, la crean a ella como una quinta fuerza. Las cuales son:



- Amenaza de nuevos competidores.
- Amenazas de productos sustitutos.
- Poder de negociación de los clientes.
- Poder de negociación con los proveedores.
- Rivalidad entre competidores.

3.4.2.1 Amenaza de nuevos competidores.

La posibilidad y facilidad con la que pueden entrar nuevos competidores es un elemento importante para medir la rentabilidad de un mercado. Esta facilidad o dificultad está determinada por las barreras de entrada (Porter, 1997).

Las barreras pueden ser de muchos tipos y pueden dificultar o impedir la entrada de nuevos competidores. Estas barreras pueden ser naturales o creadas.

Algunas barreras pueden ser:

- Alto nivel de inversión requerido.
- Regulaciones del mercado.
- Patentes y propiedad intelectual.
- Menores costos en materias primas.
- Localización geográfica.
- Tecnología propietaria.
- Acceso a canales de distribución.

3.4.2.2 Amenaza de productos sustitutos.

Los productos sustitutos ponen un límite superior al precio que se puede cobrar por un producto, limitando la rentabilidad de un mercado (Porter, 1997).



En algunos productos, como los farmacéuticos existen barreras de entrada en forma de patente que limitan la entrada de nuevos competidores. Pero las patentes tienen una duración finita, y cuando vencen pueden entrar nuevos competidores con productos sustitutos.

Esto es lo que se conoce como medicamentos genéricos. Como todo el mundo sabe los medicamentos genéricos son mucho más baratos. Esto es consecuencia de la competencia de productos iguales o similares, lo que trae baja rentabilidad.

3.4.2.3 Poder de negociación de los clientes.

Los compradores poderosos obligan a rebajar los precios o exigen más valor en el producto, con lo cual se apropian de una parte mayor del valor (Magretta, 2013, p.39)

Si hay compradores poderosos (clientes), se servirán de su influjo para obligar a rebajar los precios. Tal vez también exijan incorporar más valor al producto o servicio. En ambos casos la rentabilidad de la industria disminuirá por que los clientes se apropiaran de una parte mayor del valor.

Cuando los compradores son pocos, están más organizados o están más informados, mayores serán las exigencias en materia de reducción de precios, de mayor calidad y servicios.

Lo mismo ocurre cuando el producto debe venderse por medio de canales de distribución. Si hay pocos canales existe una mayor dependencia en los canales de distribución y estos tienen mayor poder de negociación.

El poder de negociación también viene dado con el volumen, de compra. Si algún comprador destaca por su alto volumen, podrá negociar con más poder. Esto puede ir más allá si hay pocos compradores y estos están comunicados por ejemplo en cuanto al precio que compran. O aún más, si se ponen de acuerdo en el precio en el que están dispuestos a comprar.



“2018: Año de la Internacionalización de la Universidad”

Si hay varios proveedores y para el cliente es sencillo cambiar de proveedor, aunque su tamaño sea pequeño tiene mayor poder de negociación, ya que si no se convence fácilmente puede ir a una opción alternativa.

La fuerza del mercado permite a los productores cobrar precios más altos y obtener rendimientos mayores.

Al evaluar el poder de los compradores, los canales con que se distribuyen los productos a veces resultan tan importantes como el usuario final. Esto se observa sobre todo cuando el canal influye en la decisión de compra de los clientes del usuario final.

Dentro de la industria puede haber segmentos de compradores con mayor o menor poder negociador y con mayor o menor sensibilidad a los precios. Los compradores tienden más a utilizar su fuerza negociadora, cuando son sensibles al precio. Tanto los clientes industriales como los consumidores tienden a ser más sensibles cuando lo que adquieren:

- No está diferenciado,
- Cuenta más que otros gastos o ingresos,
- No afecta su desempeño personal.

3.4.2.4 Poder de negociación con los proveedores.

Los proveedores poderosos cobrarán precios más altos o insistirán en condiciones más favorables, disminuyendo con ello la rentabilidad de la industria. (Magretta, 2013, p.40)

Si tiene proveedores poderosos, se servirán de sus capacidades negociadoras para cobrar precios más altos o insistir en condiciones más favorables. En ambos casos disminuirá la rentabilidad de la industria por que los proveedores obtendrán un valor mayor.



3.4.2.5 Rivalidad entre competidores.

Es la fuerza con la que las empresas emprenden acciones para determinar su posición en el mercado y defenderla a costa de sus rivales en el sector. Según Magretta (2016) “cuando la rentabilidad es intensa, la competencia entre empresas destruirá el valor que crean, pues lo pasan a los compradores con precios más bajos o lo agotan en costos más altos con tal de competir” (p.46).

La rivalidad puede convertirse en una fuerza nociva para una empresa esto según Porter (1997) depende “en primer lugar de la intensidad con que las empresas compiten y, segundo, de la base sobre la cual están compitiendo” (p.48).

3.4.3. Análisis FODA

Según Borello (1994), “El nombre de FODA le viene a este práctico y útil mecanismo de análisis de las iniciales de los cuatro conceptos que intervienen en su aplicación. Es decir:

- F de Fortalezas
- O de Oportunidades
- D de Debilidades
- A de Amenazas (o problemas) (p.157)

“Estos conceptos constituyen la traducción de cuatro palabras en inglés con cuyas iniciales se forma la sigla SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). De ahí que el análisis FODA se conozca también como análisis SWOT” (Borello, 1994, p.157).

Una de las aplicaciones del análisis FODA es la de determinar los factores que pueden favorecer (Fortalezas y Oportunidades) u obstaculizar (Debilidades y Amenazas) el logro de los objetivos establecidos con anterioridad para la empresa (Borello, 1994, p.157)



Tabla 5
Componentes del Análisis FODA.

Factores que favorecen el logro de los objetivos		Factores que obstaculizan el logro de los objetivos
Fortalezas	←→	Debilidades
Oportunidades	←→	Amenazas

Fuente: Elaboración propia.

Borello (1994), plante que el análisis FODA, permite:

- Determinar las verdaderas posibilidades que tiene la empresa para alcanzar los objetivos que se había establecido inicialmente.
- Concienciar al dueño de la empresa sobre la dimensión de los obstáculos que deberá afrontar.
- Permitirle explotar más eficazmente los factores positivos y neutralizar o eliminar el efecto de los factores negativos (p.158)

3.4.3.1. Fortalezas

Las Fortalezas de una empresa se denominan según Borello (1994) como “puntos fuertes aquellas características propias de la empresa que le facilitan o favorecen el logro de los objetivos” (p.158).

3.4.3.2. Oportunidades

“Se denominan oportunidades aquellas situaciones que se presentan en el entorno de la empresa y que podrían favorecer el logro de los objetivos” (Borello, 1994, p.159). Estas



oportunidades surgen dependiendo el giro del negocio y en determinados momentos es por ello que se debe saber aprovechar en pro de la empresa.

3.4.3.3. Debilidades

Todas las empresas poseen debilidades las cuales son fallas que constituyen pasivos competitivos estas pueden convertirse en obstáculos e impedirle mejorar y avanzar en el campo de la competencia. Según Borello (1994) “se denominan debilidades o “puntos débiles” aquellas características propias de la empresa que constituyen obstáculos internos al logro de los objetivos” (p.159).

3.4.3.4. Amenazas

“Se denominan amenazas aquellas situaciones que se presentan en el entorno de las empresas y que podrían afectar negativamente las posibilidades del logro de los objetivos” (Borello, 1994, p.159). Esto nos hace referencia a todas aquellas situaciones externas que pueden presentarse y afectar a nuestras empresas, son todos los riesgos al cual se ve inmersa una institución día a día.

Si reagrupamos esos conceptos desde la óptica de la empresa, como hemos visto, dos de ellos son internos: Fortalezas y Debilidades, mientras que los otros dos son elementos externos a la empresa: Oportunidades y Amenazas (Borello, 1994, p.159)

Figura 5: Pasos del análisis FODA: Identificar los cuatro componentes del FODA, llegar a conclusiones y traducirlas a acciones estratégicas (Thompson, Peteraf, Gambele y Strickland, 2012, p.105)

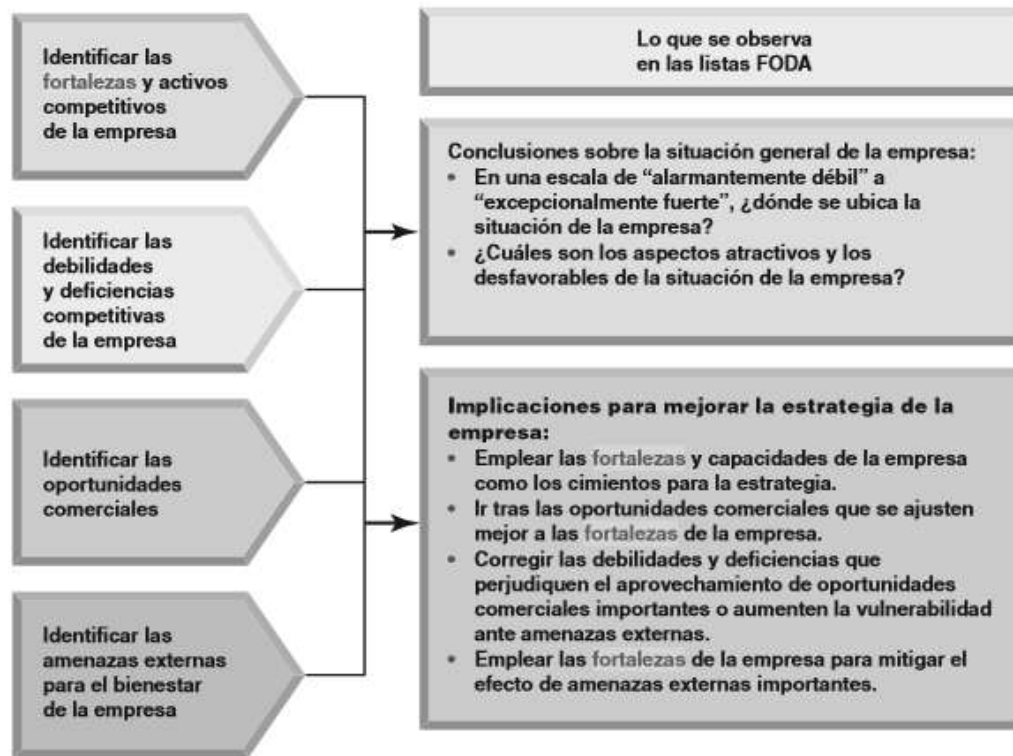


Figura: Pasos del análisis FODA: Identificar los cuatro componentes del FODA, llegar a conclusiones y (traducirlas a acciones estratégicas (Thompson, Peteraf, Gambele y Strickland, 2012, p.105)

- ¿Qué puntos fuertes posee la estructura operativa de mi empresa que podrían facilitar el logro de los objetivos?
- ¿Qué puntos débiles existen en mi organización que podrían convertirse en serios obstáculos al logro de los objetivos? (p.159).



3.4. Herramientas de análisis financiero.

El análisis financiero según Prieto (2010) se puede definir como “un proceso que comprende la recopilación, interpretación, comparación y estudio de los estados financieros y datos operaciones de un negocio” (p.13). Esto implica el cálculo e interpretación de porcentajes, tasas, tendencias, indicadores y estados financieros complementarios y auxiliares, los cuales sirven para evaluar el desempeño financiero y operacional de la firma los mercados financieros nacionales e internacionales se convierten entonces en la clave del éxito para su gestión financiera.

“Para tomar decisiones es necesario contar con información. La calidad de la información afecta el resultado de la decisión y consecuentemente afecta a la empresa” (Bravo et al 2007, p.42).

3.5.1. Análisis de porcentaje.

3.5.1.1. Análisis vertical.

Es una de las técnicas más sencillas del análisis financiero, y consiste en tomar un solo estado financiero (puede ser un balance general o un estado de pérdidas y ganancias) y relacionar cada una de sus partes con un total determinado, dentro del mismo estado, el cual denominamos cifra base. Prieto (2010) lo define: “es un análisis estático, pues estudia la situación financiera en un momento determinado, sin tener en cuenta los cambios ocurridos a través del tiempo” (p.49).

Rodríguez y Acanta (sf) afirman:

El método de análisis vertical se emplea para analizar estados financieros como el estado de situación y el estado de resultados, se hace referencia a la información financiera de un solo periodo contable y pone al descubierto las influencias de una partida en otra. Dicho



“2018: Año de la Internacionalización de la Universidad”

análisis responde preguntas tales como: ¿Cómo está compuesto cada córdobas de venta? (p.21).

Si se toma, por ejemplo, el balance general, se puede hacer análisis vertical tanto de la parte del activo como del pasivo. Dentro del activo se puede tomar cada uno de los rubros individuales y calcular a que porcentaje (%) corresponde sobre el total del activo. También se puede tomar cada una de las cuentas y calcular que porcentaje (%) representa sobre el subtotal del grupo correspondiente (Prieto, 2010, p.49).

En lo que respecta al estado de pérdidas y ganancias, también se le puede aplicar el mismo sistema de análisis, tomando como base, por lo general el valor de las ventas y hallando el porcentaje (%) de los demás rubros con respecto a su base (Prieto, 2010, p.50).

3.5.1.2. Análisis horizontal.

“El análisis horizontal se ocupa de los cambios en las cuentas individuales de un periodo a otro y, por lo tanto, requiere de dos o más estados financieros de la misma clase, presentados para periodos diferentes” (Prieto, 2010, p.53).

Según Rodríguez y Acanta (sf), el método de análisis horizontal consiste en comparar datos analíticos de un periodo corriente con cálculos realizados en años anteriores, esta comparación brinda criterios para evaluar la situación de la empresa; mientras mayor sea la serie cronológica comparada, mayor claridad adquiere el analista para evaluar la situación (p.21).



3.5.2. Comparación de razones financieras.

El análisis de razones no es simplemente el cálculo de una razón específica; lo más importante es la interpretación del valor de la razón.

Existen dos tipos de comparaciones de razones según Gitman (2010): “el análisis de una muestra representativa y el análisis de series temporales” (p.48).

3.5.2.1. Análisis de muestra representativa.

Gitman y Zutter (2012) señalan, “el análisis de muestra representativa implica la comparación de las razones financieras de diferentes empresas en un mismo periodo” (p.62). Con frecuencia, los analistas se interesan en qué proporción se ha desempeñado una empresa en relación con otras de la misma industria. A menudo una empresa compara los valores de sus razones con los de un competidor clave o de un grupo de competidores a los que desea imitar. Este tipo de análisis de muestra representativa, llamado benchmarking (evaluación comparativa), se ha vuelto muy común.

...es muy tentador suponer que si la razón de una empresa particular está por arriba de la norma de la industria, esto es una señal de que la empresa tiene un buen desempeño, por lo menos en la dimensión medida por la razón. Sin embargo, las razones pueden estar muy por arriba o muy por debajo de la norma de la industria, tanto por razones positivas como por razones negativas, y es necesario determinar por qué difiere el desempeño de una empresa de sus homologas de la industria. Por lo tanto, el análisis de razones por si solo es probablemente más útil en la identificación de áreas que requieren mayor investigación (Gitman y Zutter, 2012, p.63).

3.5.2.2. Análisis de serie de tiempo.

“El análisis de series temporales evalúa el desempeño con el paso del tiempo” (Gitman y Zutter, 2012, p.63). La comparación del desempeño actual y pasado, usando las razones,



permite a los analistas evaluar el progreso de la compañía. Es posible identificar el desempeño de tendencias mediante la comparación de varios años. Cualquier cambio significativo de un año a otro puede ser el indicio de un problema serio, en especial si la tendencia no es un fenómeno de la industria.

3.5.3. Precaución en el uso de análisis de razones.

Antes de analizar las razones específicas, Gitman y Zutter (2012) nos señalan las siguientes precauciones sobre su uso:

1. Las razones que relevan desviaciones importantes de la norma simplemente indican la posibilidad de que existe un problema. Por lo regular se requiere un análisis adicional para determinar si existe o no un problema y para aislar las causas del mismo.
2. Por lo general, una sola razón no ofrece suficiente información para evaluar el desempeño general de la empresa. Sin embargo, cuando el análisis se centra solo en ciertos aspectos específicos de la posición financiera de una empresa, una o dos razones pueden ser suficientes.
3. Las razones que se comparan deben calcularse usando estados financieros fechados en el mismo periodo del año. Si no lo están, los efectos de la estacionalidad pueden generar conclusiones y decisiones erróneas.
4. Es preferible usar estados financieros auditados para el análisis de razones. Si los estados no se han auditado, los datos contenidos tal vez no reflejan la verdadera condición financiera de la empresa. Los datos financieros que se comparan deben generarse de la misma forma. El uso de tratamientos contables diferentes, sobre todo en relación con el inventario y la depreciación, pueden distorsionar los resultados de



“2018: Año de la Internacionalización de la Universidad”

las comparaciones de razones, a pesar de haber usado el análisis de una muestra representativa y el análisis de series temporales.

5. La inflación podría distorsionar los resultados, ocasionando que los valores en libros del inventario y los activos depreciables difieran considerablemente de sus valores de reemplazo. Además, los costos de inventario y las amortizaciones de la depreciación difieren de sus valores verdaderos, distorsionando así las utilidades.

Sin un ajuste, la inflación hace que las empresas más antiguas (activos más antiguos) parezcan más eficientes y rentables que las empresas más recientes (activos más recientes). Evidentemente, al usar las razones, se debe tener cuidado al comparar las empresas más antiguas con organizaciones más recientes, o una empresa consigo misma durante un largo periodo (pp. 64, 65).

3.5.4. Razones financieras

García (2010), define las razones financieras como “la dependencia que existe el comparar geoméricamente las cifras de dos o más conceptos que integran el contenido de los estados financieros de la empresa” (p.186)

Rodríguez y Acanda (sf) indican “una razón es la comparación de dos cantidades, para indicar cuantas veces una de ellas contiene a la otra” (p.22).

Son razones que proporcionan unidades contables y financieras que nos ayudan a evaluar la situación actual o pasada de una organización, nos permite cuantificar la situación económica y financiera de la empresa permitiéndonos conocer en qué medida aprovechan sus recursos.

El uso de las razones (indicadores financieros), favorece la correcta toma de decisiones, tanto en la evaluación de las inversiones, en la detección de fallas y las desviaciones



observadas, todo ello para formar un juicio con respecto a la situación financiera de la empresa (García, 2010, p.186).

Siendo la razón, un sinónimo de magnitud, entonces se refiere a la magnitud de la relación existente entre dos cifras que se comparan.

3.5.4.1. Razones de liquidez

Gitman y Zutter (2010) lo definen como “capacidad de una empresa para cumplir con sus obligaciones de corto plazo a medida que estas llegan a su vencimiento” (p.65). Es la razón que mide la solvencia de dinero en efectivo que posee la empresa para pagar sus cuentas.

“Las razones de liquidez se refieren tanto al monto y composición del pasivo circulante, como a la relación de este con el activo circulante” (Rodríguez y Acanda, sf, p.22).

- **Capital de trabajo neto.**

Aching (2006) señala que el capital de trabajo neto “es lo que le queda a la firma después de pagar sus deudas inmediatas, es la diferencia entre los activos corrientes menos pasivos corrientes; el dinero que le queda para poder operar en el día a día” (p.19).

En la medida en que el activo circulante es mayor que el pasivo circulante, la entidad dispone de un margen que le permite hacer operaciones tales como incrementar sus existencias, asumir gastos de emergencia, absorber pérdidas en operaciones, etc. Dicho margen se denomina capital neto de trabajo y se obtiene de descontar las obligaciones corrientes de la empresa de sus derechos o recursos financieros corrientes, permitiendo ello determinar la disponibilidad de recursos para ejecutar las operaciones de la entidad en los meses siguientes, así como la capacidad para enfrentar los pasivos circulantes (Rodríguez y Acanda, sf, p.23)

Este resultado se obtiene de la siguiente formula:



Capital de trabajo neto = Activos corrientes – Pasivos corrientes

- **Razón corriente**

Según Aching (2006) el ratio de liquidez general “lo obtenemos dividiendo el activo corriente entre el pasivo corriente” (p.17). Este ratio es de gran importancia para una institución ya que con él se puede conocer la situación actual de la empresa y con qué grado de liquidez cuenta.

Aching (2006) nos señala:

“Este ratio es la principal medida de liquidez, muestra que proporción de deudas de corto plazo son cubiertas por elementos del activo, cuya conversión en dinero corresponde aproximadamente al vencimiento de las deudas” (p.17).

$$\text{Liquidez General} = \frac{\text{Activos corrientes}}{\text{Pasivos corrientes}}$$

Mientras mayor sea el resultado, existirá mayor probabilidad de que los pasivos sean pagados, pues existen activos suficientes para convertirse en efectivo cuando se requiera, o sea, la empresa tendrá mayor capacidad para cubrirse sus compromisos inmediatos, aunque la verdadera aceptabilidad de sus resultados depende del sector en que opere la empresa y sus características (Rodríguez y Acanda, sf, p.23).



- **Razón de prueba acida.**

Aching (2006) “Es aquel indicador que al descartar del activo corriente cuentas que no son fácilmente realizables, proporciona una medida más exigente de la capacidad de pago de una empresa en el corto plazo” (p.17). Esta razón es semejante a la de la liquidez corriente solo con la salvedad de que excluye a los inventarios ya que es el activo corriente menos líquido.

Achin (2006) enmarca “...esta razón es calculada restando el inventario del activo corriente y dividiendo esta diferencia entre el pasivo corriente” (p.17).

La razón rápida se calcula de la siguiente manera:

$$\text{Razón rápida} = \frac{\text{Activos corrientes} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivos corrientes}}$$

Un valor muy bajo del ratio es peligrosos pues puede conllevar problemas al tener que realizar los pagos. Un valor muy alto de esta razón implica disponer efectivo en exceso, lo cual también es dañino.

Un valor muy debajo de 1 implica peligro de caer en insuficiencia de recursos para enfrentar los pagos, y superior a 1 puede implicar tener exceso de tesorería.

Gitman y Zutter (2012) señalan:

Al igual que en el caso de la liquidez corriente, el nivel de la razón rápida que una empresa debe esforzarse por alcanzar depende en gran medida de la industria en la cual opera. La razón rápida ofrece una mejor media de la liquidez integral solo cuando el inventario es líquido, la liquidez corriente es una medida preferible para la liquidez general (p.67)



3.5.4.2. Razones de actividad

Gitman y Zutter (2012) señalan los índices de actividad miden “la rapidez con la que diversas cuentas se convierten en ventas o efectivo, es decir, en entradas o salidas. Los índices de actividad miden la eficiencia con la que opera una empresa en una variedad de dimensiones” (P.68).

Achin (2006) resalta:

El análisis de actividad mide la efectividad y eficiencia de la gestión, en la administración del capital de trabajo, expresan los efectos de decisiones y políticas seguidas por la empresa, con respecto a la utilización de sus fondos... Estos ratios implican una comparación entre ventas y activos necesarios para soportar el nivel de ventas, considerando que existe un apropiado valor de correspondencia entre estos conceptos (p.20).

Además Aching (2006) recalca, los ratios de actividad “Expresan la rapidez con que las cuentas por cobrar o los inventarios se convierten en efectivo. Complementan de las razones de liquidez, permiten precisar aproximadamente el periodo de tiempo que la cuenta respectiva, necesita para convertirse en dinero” (p.20).

- **Periodo promedio de cobro**

El periodo promedio de cobro según Achin (2006) “mide la frecuencia de recuperación de las cuentas por cobrar. El propósito de este ratio es medir el plazo promedio de créditos otorgados a los clientes y, evaluar la política y cobranza” (p.21).



“2018: Año de la Internacionalización de la Universidad”

Según Gitman y Zutter (2012) “el periodo promedio de cobro, o antigüedad promedio de las cuentas por cobrar, es útil para evaluar las políticas de crédito y cobro. Se calcula dividiendo el saldo de las cuentas por cobrar entre las ventas diarias promedio” (p.68).

El periodo promedio de cobro se calcula mediante la siguiente formula:

$$\text{Período promedio de cobro} = \frac{\text{Cuentas por cobrar}}{\text{Ventas al crédito diarias promedio}}$$

Achin (2006) nos plantea lo siguiente:

La rotación de la cartera un alto número de veces, es indicador de una acertada política de crédito que impide la inmovilización de fondos en cuentas por cobrar. Por lo general, el nivel óptimo de la rotación de cartera se encuentra en cifras de 6 a 12 veces al año, 60 a 30 días de periodo de cobro (p.22).

- **Periodo promedio de pago**

Achin (2006) asevera que “el periodo promedio de pago es otro indicador que permite obtener indicios del comportamiento del capital de trabajo. Mide específicamente el número de días que la firma, tarda en pagar los créditos que los proveedores le han otorgado” (p.23).

El periodo promedio de pago lo calculamos mediante la siguiente formula:

$$\text{Período promedio de pago} = \frac{\text{Cuentas por pagar}}{\text{Compras al crédito diarias promedio}}$$

Los resultados de este ratio lo debemos interpretar de forma opuesta a los de cuentas por cobrar e inventarios. Lo ideal es obtener una razón lenta (es decir 1,2 o 4 veces al año) ya que significa



que estamos aprovechando al máximo el crédito que le ofrecen sus proveedores de materia prima. Nuestro ratio está muy elevado (Aching, 2006, p.24).

- **Rotación de activos totales**

La rotación de activos totales es el ratio que nos arroja la información de en qué medida la empresa está haciendo buen uso de sus activos.

Según Gitman y Zutter (2012) “la rotación de activos totales nos muestra la eficiencia con la que la empresa utiliza sus activos para general ventas” (p.70). La rotación de activos totales se calcula de la siguiente forma:

$$\text{Rotación de activos totales} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Total de Activos}}$$

Entre más alto sea el valor de este ratio mayores ganancias serán para la empresa, puesto con un resultado así significara un buen aprovechamiento de los recursos disponibles.

Desde el punto de vista estratégico una empresa que compita en el mercado bajo el liderazgo en costes, donde pueda ofrecer productos a un precio reducido, buscara una alta rotación. Esto quiere decir, que basara su estrategia en aumentar su volumen de ventas. Por ejemplo, una cadena de supermercados tradicional tratara de rentabilizar su explotación a través de vender sus productos a un mayor número de consumidores.

Es importante resaltar que los resultados de este ratio estarán en dependencia del giro de negocio de la empresa.



3.5.4.3. Razones de rentabilidad

Estas razones se emplean para medir la eficiencia que está generando una entidad debido a que informan los rendimientos de la empresa con relación a las ventas, a los activos o al capital y por ende nos brinda la información de qué manera se está administrando la empresa.

Es importante conocer estas cifras, ya que la empresa necesita producir utilidad para poder existir. Relacionan directamente la capacidad de general fondos en operaciones de corto plazo.

Indicadores negativos expresan la etapa de des acumulación que la empresa está atravesando y que afectara toda su estructura al exigir mayores costos financieros o un mayor esfuerzo de los dueños, para mantener el negocio.

- **Margen de utilidad bruta**

El margen de utilidad bruta según Gitman y Zutter (2012) “mide el porcentaje que queda de cada dólar de ventas después de que la empresa pago sus bienes. Cuanto más alto es el margen de utilidad bruta, mejor (ya que es menor el costo de la mercancía vendida)” (p.74).

El margen de utilidad bruta se calcula de la siguiente manera:

$$\text{Margen de utilidad bruta} = \frac{\text{Utilidad bruta}}{\text{Ventas netas}}$$

- **Margen operativo**

Gitman y Zutter (2012) definen el margen de utilidad operativa como el ratio que “mide el porcentaje que queda de cada dólar de ventas después de que se dedujeron todos los costos y gastos, excluyendo los intereses, impuestos y dividendos de acciones preferentes; las utilidades “puras” ganadas por cada dólar de ventas” (p.75).



“2018: Año de la Internacionalización de la Universidad”

Calculamos el margen de utilidad operativa de la siguiente manera:

$$\text{Margen de utilidad operativa} = \frac{\text{Utilidad Operativa}}{\text{Ventas}}$$

Los gastos financieros, no deben considerarse como gastos operacionales, puesto que teóricamente no son necesarios para que la empresa pueda operar. Una compañía podría desarrollar su actividad social sin incurrir en gastos financieros, por ejemplo, cuando no incluye deuda en su financiamiento, o cuando la deuda incluida no implica costo financiero por provenir de socios, proveedores o gastos acumulados.

El margen operacional tiene gran importancia dentro del estudio de la rentabilidad de una empresa, puesto que indica si el negocio es o no lucrativo, en sí mismo, independientemente de la forma como ha sido financiado.

- **Margen de utilidad neta**

El margen de utilidad neta mide según Gitman y Zutter (2012) “el porcentaje que queda de cada dólar de ventas después de que se dedujeron todos los costos y gastos, incluyendo intereses, impuestos y dividendos de acciones preferentes. Cuanto más alto es el margen de utilidad neta de la empresa, mejor” (p.75). El margen de utilidad neta se calcula de la siguiente manera:

$$\text{Margen de utilidad neta} = \frac{\text{Utilidad neta después de impuestos}}{\text{Ventas netas}} \times 100$$

- **Rentabilidad sobre los activos**

Gitman y Zutter (2012) establecen que el rendimiento sobre los activos totales “mide la eficiencia general de la administración para generar utilidades con sus activos disponibles.



“2018: Año de la Internacionalización de la Universidad”

Cuanto más alto es el rendimiento sobre los activos totales de la empresa, mejor” (p.104). El rendimiento sobre los activos totales se calcula de la manera siguiente:

$$\text{Rentabilidad sobre activos} = \frac{\text{Utilidad antes de impuestos e intereses}}{\text{Activo promedio}}$$

- **Rendimiento sobre patrimonio**

El retorno sobre el patrimonio mide de acuerdo a Gitman y Zutter (2012) “el retorno ganado sobre la inversión y los accionistas comunes en la empresa. Generalmente, cuanto más alto es este rendimiento, más ganan los propietarios” (p.104).

Se calcula de la forma siguiente:

$$\text{Rendimiento de capital social} = \frac{\text{Utilidades netas después de impuesto}}{\text{Capital de los accionistas}}$$

- **Relación entre el ROA y el ROE**

Una empresa siempre debe de tratar de mejorar su importe de utilidad neta, además debe empeñarse en hacer un uso eficiente de los activos invertidos. Si se incrementa la utilidad crece el ROA, y lo mismo ocurre si se disminuye la inversión en activos.

Mientras que en relación con la fórmula del ROE, puede decirse que al incrementar la utilidad neta y disminuir el capital invertido sería suficiente para generar mayor rentabilidad.

Cuanto mayor sea el resultado del ROA y el ROE mejor será el índice de rentabilidad.



3.5.4.4. Razones de solvencia

García (2010) define la solvencia como “la razón que mide la porción de activos financieros por deudas de terceros, mide de igual manera la habilidad para cubrir intereses de la deuda y los compromisos inmediatos” (p.188).

Bonsón, Cortijo y Flores (2009) señalan:

La solvencia es la capacidad que tiene la empresa de atender los compromisos de pago que vencen en el largo plazo. La información sobre la solvencia de la empresa es de enorme interés para las entidades financieras a las que esta acude para solicitar financiación (p.239).

3.5.4.5. Razón de endeudamiento

“Este grupo de razones indican el grado de endeudamiento y de solvencia de la empresa en el largo plazo, además, proporcionan información sobre la estructura del capital empleado por la compañía” (García, 2015, p.272).

García (2010) indica que las razones de endeudamiento “son aquellas que miden la porción de activos financiados por deudas de terceros, miden de igual manera la habilidad para cubrir intereses de la deuda y los compromisos inmediatos” (p.188).

Gitman y Zutter (2012) indican:

“El índice de endeudamiento mide la proporción de los activos totales que financian los acreedores de la empresa. Cuanto mayor es el índice, mayor es el monto del dinero de otras personas que se usa para generar utilidades” (p.99).



La fórmula de este indicador es:

$$\text{Razón de endeudamiento} = \frac{\text{Pasivos totales}}{\text{Activos totales}} \times 100$$

Cuanto más alto es este índice, mayor es el grado de endeudamiento de la empresa y mayor su apalancamiento financiero.

- **Razón de garantía**

Amat (2008) lo define como el ratio que “mide el peso de la deuda, divide el activo real de las deudas. El activo real se obtiene restando al total del activo los denominados activos ficticios. Estos se deducen para obtener el activo que puede utilizarse para afrontar deudas” (9.94).

Este ratio se calcula mediante la siguiente formula:

$$\text{Razón de garantía} = \frac{\text{Activo real}}{\text{Deudas}}$$

Este ratio recibe la denominación de distancia en relación a la quiebra. A medida que se reduce el ratio, y sobre todo cuando se acerca a 1, la quiebra se aproxima. Cuando es menor que 1 la empresa está en quiebra técnica.

- **Ratio de inmuebles libres de carga**

En el numerador de la formula se pone la parte de los inmuebles y otros activos hipotecables que no están gravados por ninguna hipoteca o carga similar. En el denominador se pone la totalidad de este tipo de activos, estén gravados o no.



Su fórmula es:

$$\text{Ratio de inmuebles libre de carga} = \frac{\text{Inmuebles libre de carga}}{\text{Total de inmuebles}} \times 100$$

A medida que el valor de este ratio sea mayor indicara que la empresa tiene más posibilidades de ofrecer garantías para endeudamientos adicionales.

- **Ratio de calidad de la deuda**

Este ratio se calcula según Amat (2008) “dividiendo el pasivo corriente por el total de las deudas” (p.95). Su fórmula es la siguiente:

$$\text{Ratio de calidad de la deuda} = \frac{\text{Pasivo corriente}}{\text{Deudas totales}}$$

Amat (2008) resalta:

Cuanto menor sea el valor de este ratio, significa que la deuda es de mejor calidad en lo que al plazo se refiere. Hay que tener en cuenta que en muchas empresas, bien por su reducida dimensión o por la actividad que desarrollan tienen dificultades para acceder a la financiación a largo plazo y a los mercados bursátiles, lo que implica que tengan una deuda eminentemente a corto plazo.

Un buen complemento de estos ratios de endeudamiento consiste en la preparación de un cuadro en el que se identifiquen las deudas de la empresa, ordenadas por vencimiento, indicando costes (tasa anual equivalente o TAE) y otras características. La ordenación por vencimiento puede permitir agrupar las deudas según sus vencimientos (p.95).



IV. Preguntas directrices.

1. ¿Cuál es el funcionamiento financiero de la empresa constructora Ángelus?
2. ¿Cuál es la situación financiera de la empresa constructora Ángelus, aplicando el modelo de las cinco fuerzas de Michael Porter?
3. ¿Cuáles son las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que inciden en la empresa constructora Ángelus?
4. ¿Cuál es la situación financiera de la empresa constructora Ángelus, al aplicar las herramientas del análisis financiero al periodo 2016?
5. ¿Al realizar una evaluación estratégico-financiero contribuye a tomar mejores decisiones en la empresa?



“2018: Año de la Internacionalización de la Universidad”

V. Operacionalización de las variables

	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Indicador	Ítems
Describir la importancia de las finanzas para la toma de decisiones en las empresas.	Importancia de las finanzas	La importancia de las finanzas radica en dos principales funciones que realiza, establece los criterios para la obtención de los recursos financieros, así como la correcta administración de dichos recursos para que a su vez se generen más (Principios de finanzas, 2013)	Conocer la forma en que la organización desarrolla las actividades de la empresa constructora Ángelus y en qué medida estas implementan las finanzas en su negocio.	Documentos contables y financieros.	Anexo I – Guía de entrevista # 18-19. Anexo II – Guía de entrevista # 1-3.
Analizar cualitativamente la empresa constructora Ángelus bajo las fuerzas de Michael Porter, fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.	Fuerzas de Michael Porter. Análisis FODA	Las cinco fuerzas de Porter es un modelo holístico que permite analizar cualquier industria en términos de rentabilidad (Hernández, sf, p.2). El análisis FODA determina los factores que pueden favorecer u obstaculizar el logro de los objetivos establecidos con anterioridad para la empresa (Borello, 1994, p.157).	Se realizara una valoración del entorno en el cual se desarrolla la empresa constructora Ángelus así como también un análisis cualitativo de elementos tanto internos como externos de la empresa en estudio.	Factores externos (competencia, proveedores, clientes) y análisis interno (fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas)	Anexo I – Guía de entrevista # 1-17, 21-24, 27-28. Anexo II – Guía de entrevista # 4. Anexo II – Guía de entrevista # 1-3. Anexo IV – Guía de observación # 11-14
Aplicar las herramientas del análisis financiero a la empresa constructora Ángelus en el año 2016.	Análisis financiero	Según Prieto (2010) es “un proceso que comprende la recopilación, interpretación, comparación y estudio de los estados financieros y datos operacionales de un negocio” (p.13).	Se realizara un diagnostico aplicando los métodos de análisis financiero e interpretando la información para la toma de decisiones.	Análisis horizontal, análisis vertical, Razones financieras	Anexo I – Guía de entrevista # 20, 25,26. Anexo II – Guía de entrevista # 7-10. Anexo III – Guía de entrevista # 5-8.



VI. Diseño metodológico.

El tipo de estudio es analítico, no experimental debido a que se establece relación de causa – efecto entre las variables de estudio basado en la observación y no en la experimentación; de diseño transversal puesto que se estudiarán las variables simultáneamente en determinado momento haciendo un corte en el tiempo.

6.1. Variables

Funcionamiento financiero: Aquí se analiza el funcionamiento de la empresa constructora Ángelus.

Cinco fuerzas de Porter: Se desarrolla una evaluación cualitativa de la empresa, de acuerdo al entorno de la institución analizando cada una de estas cinco fuerzas.

Este análisis facilita la identificación de los diferentes niveles de influencia que tienen los clientes y los proveedores sobre la empresa constructora Ángelus al igual se podrá evaluar la rivalidad existente entre los competidores de dicho mercado.

Análisis FODA: Se realizara una evaluación de los factores fuertes y débiles que, en su conjunto, diagnostican la situación interna de la empresa constructora Ángelus, así como su situación externa, es decir, las oportunidades y amenazas.

Diagnostico financiero: Comprensión de la estructura financiera de la empresa constructora Ángelus, aplicando razones financieras llegando a un análisis financiero de la empresa en estudio.

Se aplicara las razones financieras de liquidez, actividad, rentabilidad, solvencia, endeudamiento, análisis horizontal y análisis vertical.



6.2. Unidad de muestreo y de análisis

La muestra de esta investigación está representada por la empresa constructora Ángelus como unidad generadora de efectivo dentro de la empresa.

Pasos metodológicos

Revisión bibliográfica: al realizar esta investigación se debe revisar documentación relacionada al tema, se necesita invertir suficiente tiempo durante el proceso de revisión documental para poder identificar la información que será necesaria y útil para dicha investigación.

En el proceso de recolección de datos se utilizara el instrumento como guía de observación, y entrevistas dirigida a los principales involucrados en el proceso de investigación, guía de revisión documental.

Se entrevistara al gerente de operaciones, para el conocimiento general del negocio para saber cómo era la estructura y funcionamiento de la empresa, para que nos brindara pautas que nos orientaran sobre elementos financieros de la empresa constructora Ángelus.

Se entrevistara al contador general del cual se espera obtener información crucial sobre las metas de crecimiento planteado así como factores internos y externos que influyen en el proceso de toma de decisiones.

Dentro de la entrevista al contador general, ayudara a identificar el comportamiento pasado de las operaciones de la entidad y los factores que han influido en dicho comportamiento así como también para saber cómo funciona la contabilidad en esta institución.



La información obtenida se ordenará y procesará en función a los objetivos específicos que se plantearon en la investigación, al organizar la información se determinara el comportamiento de las cifras financieras.

6.3. Instrumentos

Como parte del proceso investigativo se desarrollaron una serie de instrumentos que tenían como objetivo y finalidad la recolección de información que permitiera realizar un correcto estudio de todas las variables del trabajo

Se han elaborado y aplicado instrumentos de investigación como: Observación, entrevista, análisis de las cinco fuerzas de Porter.

6.4. Tipo de investigación

El tipo de investigación aplicada es cualitativa con lineamientos cuantitativos en el cual, se aplican elementos de investigación tratándose de una investigación longitudinal, de corte transversal.

Población

En cuanto a la población en estudio orientado a la empresa constructora Ángelus es el periodo de estudio del año 2016.

Muestra

En cuanto a la muestra se realiza un diagnostico financiero en el cual se analizará la información financiera y contable de la empresa constructora Ángelus.



VII. Análisis de resultado.

7.1. Funcionamiento financiero

En la entrevista realizada al gerente de operaciones y al contador general se determinó el funcionamiento financiero de la empresa constructora Ángelus, la cual es una empresa que surgió por la necesidad del propietario de aplicar y desarrollar sus conocimientos como ingeniero civil, así como su experiencia en el ramo; la idea nació al ver la amplia necesidad y cobertura de muchas entidades estatales en la remodelación, ampliación y construcción de escuelas, centros de salud, hospitales, estaciones policiales entre otros.

Su misión está orientada al crecimiento y desarrollo de la empresa lo cual los impulsa a realizar obras de gran calidad para alcanzar el logro de sus objetivos.

Su visión es posicionarse entre las empresas constructoras más reconocidas por el estado, por medio de la ejecución de proyectos. Tanto su misión y visión están claramente definidas y orientadas hacia un crecimiento de la empresa pero estas no son de conocimiento de los trabajadores debido a que ha sido tomada de forma personal.

Su estructura organizativa está compuesta por 2 gerencias; estas son: gerente general y gerente de proyectos así también cuenta con un contador general y cuatro colaboradores distribuidos de acuerdo a su estructura. Cabe destacar que esta empresa no posee un área financiera.

Los principales servicios que ofrece son la construcción de obras horizontales y verticales pero su mayor clientela está enfocada en la construcción vertical. La empresa no invierte en capacitaciones a su personal debido a que el propietario considera que la misma experiencia diaria los capacita.



Realizan proyecciones de sus costos y gastos al momento de ejecutar un proyecto de construcción.

El segmento de mercado al cual está dirigida la empresa constructora Ángelus es a los ministerios estatales, empresas privadas y personas naturales siendo sus principales clientes el ministerio de la salud y el ministerio de la educación.

El crédito con los proveedores es hasta por 60 días y posee crédito con el 100% de sus proveedores; la empresa no tiene líneas de crédito debido a que no utilizan como fuente de financiación las instituciones financieras.

El contador general presenta los estados financieros mensualmente al gerente general y se evalúa la planificación y control financiero anualmente de acuerdo a resultados de los estados financieros, dicha evaluación es realizada por una persona externa a la empresa ya que esta no cuenta con un departamento financiero, es importante resaltar que en esta empresa no se realizan el estado de cambios en el patrimonio y el estado de flujos de efectivo solamente el balance general y el estado de resultados. No se contabilizan los avances de las obras como construcciones en proceso, sino se contabilizan todo el consumido en el mes en el costo de los proyectos lo cual nos imposibilita saber la rentabilidad por proyecto y tampoco se puede tener un control de los materiales utilizados. Todo esto nos muestra las incongruencias que existen en la parte contable lo cual representa la gran vulnerabilidad que enfrenta la empresa.

7.2. Análisis estratégico de la empresa constructora Ángelus.

7.2.1. Fuerzas de Michael Porter

El modelo de las cinco fuerzas constituye el punto de partida para cualquier organización que trate de evaluar o formular una estrategia. Esta explica en qué forma ante la competencia se logra



un desempeño superior. A partir del mismo la empresa puede determinar su posición actual para seleccionar las estrategias a seguir.

En el estudio investigativo y de acuerdo a los instrumentos utilizados en la empresa Ángelus se procedió a aplicar el modelo de las cinco fuerzas competitivas de Michael Porter, encontrando los siguientes aspectos:

7.2.1.1. Amenaza de entrada de nuevos competidores (Alta)

La existencia de esta amenaza depende directamente de las barreras que existan para entrar al mercado en el cual se desenvuelve esta empresa.

El sector construcción en Nicaragua se encuentra respaldada con una vasta cantidad de empresas constructoras y esto ha sido influenciado en gran manera por el rápido desarrollo en el país lo cual incentiva a muchos profesionales con experiencia entiéndase de estos ingenieros y arquitectos, a poner su propio negocio.

Se puede apreciar que el mercado de la construcción establecido en Nicaragua, las empresas de este sector se encuentran con una alta amenaza de nuevos competidores, para que un nuevo competidor entre en este mercado deberá tener su empresa legalmente constituida como personal natural o jurídica, inscribirse a la Dirección general de ingresos, alcaldía, Instituto nacional de seguridad social, etc. Luego deberá ingresar una solicitud al Ministerio de Transporte e Infraestructura (MTI) la cual debe obtener información actualizada y detallada sobre la capacidad y experiencia del solicitante; el MTI se pronunciará aceptando o denegando la solicitud, dentro de los sesenta días posteriores a su presentación.

Ángelus presenta una fortaleza respaldada por su experiencia y aprendizaje de 8 años en el mercado nacional; no obstante se concluye que la amenaza de nuevos competidores en este segmento de mercado es muy alta esto debido a que los requisitos para constituirse como



empresas constructoras no son muchos así como también no se necesita de grandes inversiones en activos para comenzar a funcionar.

7.2.1.2. Rivalidad entre competidores existentes (Alta)

El nivel de competencia que existe actualmente en el mercado de la construcción en el cual se desenvuelve la empresa Ángelus es alta debido a que en el país se encuentran un sin número de empresas constructoras las cuales compiten día a día por ganar los proyectos en licitación unas de las empresas competidoras en el mercado son Lacayo Fiallos siendo unas de sus obras Multicentro Estelí, edificio COBIRSA II y planta de distribución de combustible; D´Guerreros, S.A. ha realizado obras como paso desnivel las piedrecitas 7sur, estadio de baseball Denis Martinez, y el edificio de Walmart y Llansa Ingenieros el cual ha realizado proyectos como Hospital Solidaridad, edificio Inta y Sinsa Jinotepe. (Ver Anexo No. VI)

La rivalidad entre los competidores en el sector de la construcción en Nicaragua es intensa, por ello la rentabilidad en el sector es baja, es decir la competencia constantemente está destruyendo la creación de valor, bajando precios o incrementando costos para competir.

Se puede afirmar que el sector construcción es un negocio relativamente concentrado y que las empresas más grandes hacen lo imposible por ganar los proyectos de construcción esto sin importar destruir a las empresas más pequeñas.

7.2.1.3. Poder de negociación de los proveedores (Alto)

Ángelus es una empresa nicaragüense, que posee relaciones con proveedores extranjeros y nacionales, lo que facilita negociar los precios y costos. El cemento es suministrado por Cemex, Holcim y Mexichem; piedra cantera y arena la suministra Arenas nacionales; el hierro, perlines, angulares y acero lo proporciona Cemex, el Halcón, Indenicsa y Mexichem; tubos PVC es suministrado por Indenicsa, Amanco y Mexichem; bloques son ofertados por Cemex y arenas



“2018: Año de la Internacionalización de la Universidad”

nacionales; los techos los proporciona el Halcón; zinc liso y corrugado lo oferta Zinc Alvarado, Mexichem, Indenicsa, el Halcón y ferretería Jenny; la madera, cuarterones, tablas, puertas y particiones la suministran el Halcón, Ferretería Jenny y Mexichem; pintura los proveedores que la suministran son pinturas Protecto y pinturas Modelo

El poder de negociación de los proveedores es alto, dado a que los productos que ofertan no son exclusivos. Existen diversos proveedores sustitutos que pueden entregar el mismo insumo.

No obstante es importante mencionar que al momento de elegir calidad entre los productos ofertados hay proveedores que se diferencian entre los demás.

7.2.1.4. Poder de negociación de los compradores (Bajo)

Los clientes de Ángelus son personas naturales, empresas privadas y además ministerios estatales de Nicaragua, brindando mayormente sus servicios a los ministerios estatales, lo anterior recopilado de los instrumentos utilizados en la investigación.

Sus principales clientes son el Ministerio de la Salud (MINSa) y el Ministerio de Educación (MINED). Los proyectos realizados a estas instituciones los adquieren mediante un proceso de licitación el cual contempla los siguientes pasos; Ángelus ingresa a la página web <http://nicaraguacompra.gob.ni>, en la sección de noticias las instituciones realizan invitaciones públicas para la ejecución de proyectos en donde se encuentran todas las condiciones y requisitos los cuales deben cumplir como oferente entre los cuales se encuentran estar inscritos en el registro de proveedores, realizar la compra del formulario de oferta el cual incluye el plano y listado de materiales, estados financieros certificados, currículum de la empresa, solvencia fiscal, RUC, matrícula, registro comercial, acta de constitución, entre otros. (Ver Anexo No. VII)



“2018: Año de la Internacionalización de la Universidad”

Los criterios son evaluados en un 100% los cuales se desglosan de la siguiente manera: 40% valor de la oferta, 15% E.E.F.F, 25% cumplimiento de todos los documentos y 20% la garantía (seguro).

Cabe destacar que la oferta de servicios de construcción ofrecidos por la empresa contiene por lo general características similares a la competencia, por lo tanto refleja una ventaja para el cliente, dado que tiene la capacidad de negociar mejores precios o descuentos. Esto también se debe a que el número de clientes importantes que poseen no es significativo dándoles un mayor poder de negociación a los clientes.

En esta industria del sector construcción los clientes tienen un poder de negociación bajo debido al grado de estandarización del servicio ofertado ya que existe un gran número de alternativas iguales.

7.2.1.5. Amenaza de productos o servicios sustitutos (Bajo)

Son los servicios diferenciados a los de la compañía pero que cumplen la misma función, si son más baratos o cumplen mejor su función podrían desplazar a la empresa.

Para la construcción de obras verticales y horizontales, no existen sustitutos destacables que faciliten los mismos servicios que los productos de construcción. Pero si existen nuevas formas de construcción y aún más bajo costo y menor tiempo de elaboración, entre algunas de estas se encuentran:

Steel frame: es un sistema constructivo liviano y abierto que permite cualquier tipo de terminación interior o exterior, ya sean placas o maderas. No tiene ninguna restricción cosmética y posee total flexibilidad en terminaciones.



“2018: Año de la Internacionalización de la Universidad”

Reemplaza total o parcialmente la estructura tradicional como la mampostería y el hormigón por paneles formados con acero galvanizado liviano.

La modalidad acelera los tiempos de obra a tal punto que una vivienda tipo de 70 metros cuadrados puede construirse en tres meses, es decir en comparación a un sistema tradicional es tres veces más rápido, el ahorro de costos asciende a 30%. (Ver Anexo No. VIII)

Entre sus principales características tenemos:

- Aislamiento térmico y acústico de alto rendimiento.
- Facilidad en la instalación de sistemas eléctricos, sanitarios calefacción, aire acondicionado.
- Resistencia al fuego.
- Ahorro energético.
- Resistencia ante inclemencias de la naturaleza, huracanes, tornados, movimientos sísmicos.
- Implementa materiales de última tecnología.
- Es a prueba de terminas o análogos.
- Superior capacidad contra el envejecimiento y menores costos para el mantenimiento.
- Se aplica a todo tipo de zonas geográficas o climáticas.

Sistema de autoensamble Block armo: empresas mexicanas incursionaron en mercados internacionales proponiendo nuevos modelos de construcción con menos insumos, más resistencia estructural y un mayor confort, introduciendo materiales inteligentes adaptables a cualquier necesidad constructiva.

Como parte de este sector de innovación emergente, Juan Manuel Reyes de armados de omega y el arquitecto Jorge Capistran han desarrollado un novedoso sistema de construcción, a partir de un sencillo módulo de bloques que no requieren el empleo de mezclas aglutinantes a mano de obra especializada.



El proceso de fabricación para los sillares utiliza métodos de producción a base de materia reciclada y bajo consumo de agua. El interés de este equipo de desarrolladores está en la comercialización de nuevos sistemas de autoconstrucción en diferentes escalas y para diferentes necesidades. (Ver anexo No. VIII)

Sistema Covintec: es un sistema constructivo de alta resistencia estructural funciona como un sistema monolítico, resistente al fuego, con aislamiento térmico y acústico, resistente a la corrección, compatible con todo tipo de enchapes, versátil en cuando a la facilidad de hacer todo tipo de formas arquitectónicas, además de que es un producto de fácil y rápida instalación.

Sus usos son en paredes autocortantes, paredes internas y externas, muros, fachadas, losas de entresijos, losas de cubiertas, graderías, closets, repisas, forros de columnas, domos, cúpulas, etc.

Entre sus ventajas tenemos que es un producto ligero y de alta capacidad de carga, es económico en concreto, acero y estructura, autoextinguible, fácil manejo e instalación es compatible con todo tipo de acabados, versatilidad de formas y fácil de transportar.

Reduce hasta en un 50% el tiempo de construcción y no requiere de mano de obra especializada, es bien segura porque su resistencia estructural tiene propiedades antisísmicas y antihuracanes. (Ver anexo No. VIII)

7.2.2. Análisis FODA.

Mediante el estudio realizado a la empresa Ángelus, se logró conocer los factores internos que afectan a la empresa; destacándose las debilidades y las fortalezas, así como también se realizó un análisis sobre los factores externos que inciden en la empresa de los cuales es muy difícil tener control, en las que se encuentran las oportunidades y amenazas, las que se harán mención de acuerdo a la investigación realizada a la empresa Ángelus, durante el periodo 2016.



7.2.2.1. Fortaleza

Amplio conocimiento con 8 años de experiencia en el mercado, con precios de los servicios de construcción por debajo de la competencia y sus proyectos de infraestructura cumplen con los plazos fijados.



7.2.2.2. Oportunidades

Dado el giro del negocio siempre existirá la necesidad del servicio, el desarrollo en el país representa una gran oportunidad debido a que el ramo de la construcción crece día a día y principalmente los ministerios estatales son grandes generadores de proyectos.

Lo anterior lo podemos sustentar con el crecimiento del producto interno bruto de los últimos tres años, en el 2014 el PIB mostro un buen dinamismo creciendo en 4.7%, impulsado por el lado de la demanda interna, por el consumo de los hogares; y por el lado de la demanda externa neta, por mayores exportaciones, siendo la tasa de valor agregado generado por la construcción de 2.8. En el 2015 la actividad económica creció en 4.9 por ciento creciendo el valor agregado generado por la construcción en 25.4 por ciento, contribuyendo en un 1.3 puntos porcentuales a la tasa de crecimiento del PIB. La economía registro un crecimiento de 4.7 por ciento en 2016, sustentada en absorción interna la cual estuvo respaldada por el empuje de la inversión en infraestructura, particularmente de la inversión pública, el valor agregado generado por la actividad de construcción disminuyo 0.2 por ciento y contribuyo con -0.01 puntos porcentuales al crecimiento del PIB, la contracción provino de caídas en el valor agregado de la construcción de viviendas y edificios no residenciales.

7.2.2.3. Debilidades

No es de conocimiento de los trabajadores la visión y la misión de la empresa por lo tanto no aportan esfuerzos para conseguir alcanzar la meta.

El personal no es capacitado esto afecta en gran manera puesto que cuando la capacitación no está presente en la empresa, la relación entre los equipos de trabajos y entre los mismos equipos se ve deteriorada. Una empresa que no tenga al menos un programa de capacitación periódica no será capaz de crecer en el largo plazo, porque le será imposible no solo enfrentar a la



competencia en cuestión de nuevas tecnología, sino que también su recurso humano el más importante no estará en condiciones de realizar un trabajo en conjunto adecuado.

Los contratos con sus trabajadores son de forma verbal lo cual no es correcto debido a que el código de trabajo de la república de Nicaragua en su capítulo II artículo 24 establece que el contrato de trabajo puede celebrarse verbalmente cuando se refiera: al trabajo en el campo, al servicio doméstico y a los trabajadores temporales u ocasionales que no excedan de 10 días, dicho código en su capítulo VI artículo 180 también nos señala las implicaciones negativas que pudiera tener de no cumplirse el artículo antes mencionado este nos cita que el contratista que usare los servicios de un subcontratista de mano de obra le exigirá que esté inscrito en el registro correspondiente del INSS, y será garante ante los trabajadores de las obligaciones establecidas en los artículos anteriores, debiendo cumplirlas si el subcontratista no lo hiciese.

No poseen un departamento financiero y no hay un control financiero interno, esto tiene un impacto significativo en la rentabilidad económica de la empresa debido a que no existe un adecuado control interno de los procesos así como también un adecuado control del efectivo. Los recursos económicos son limitados para la inversión, no se están contabilizando los avances de las obras como construcciones en proceso, si no se contabiliza todo el consumido en el mes, en los costos de los proyectos lo cual no nos permite determinar la rentabilidad que la empresa obtiene por cada proyecto. La empresa se encuentra muy vulnerable ante hurtos de los materiales utilizados para las construcciones puesto que no tienen un adecuado control de ellos.

7.2.2.4. Amenazas

Surgen siempre y cuando exista una regulación desfavorable, que la competencia sea muy agresiva y este muy consolidada en el mercado, en adición a la inflación, e incremento del hierro en el mercado internacional.

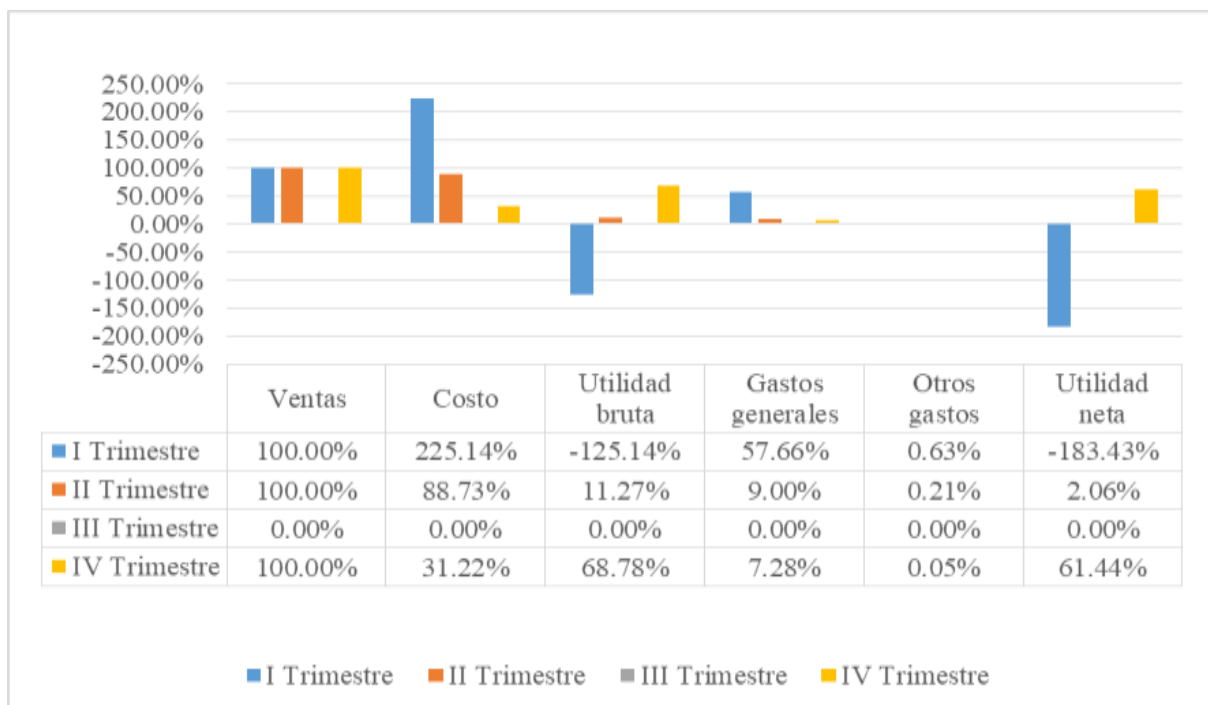
La empresa se ha enfocado desde el principio en la prestación de servicios de construcción para entidades gubernamentales, estos clientes podrían tomar a otra constructora para el desarrollo de sus proyectos o simplemente podría haber un cambio de gobierno en el país y la empresa no contaría con otros clientes, siendo esta una de sus principales amenazas.

7.3. Herramientas del análisis financiero

7.3.1. Análisis vertical y horizontal

Se elabora análisis financiero en base a estados financieros de la empresa Ángelus, siendo estos en moneda nacional (córdobas), al cierre fiscal del periodo diciembre 2016, los que han sido preparados por la empresa de acuerdo a su tipo de información contable.

Gráfico No 1 Análisis Vertical Estado de Resultados I – IV trimestre 2016. (Ver Anexo No. IX)



Fuente: Elaboración propia.



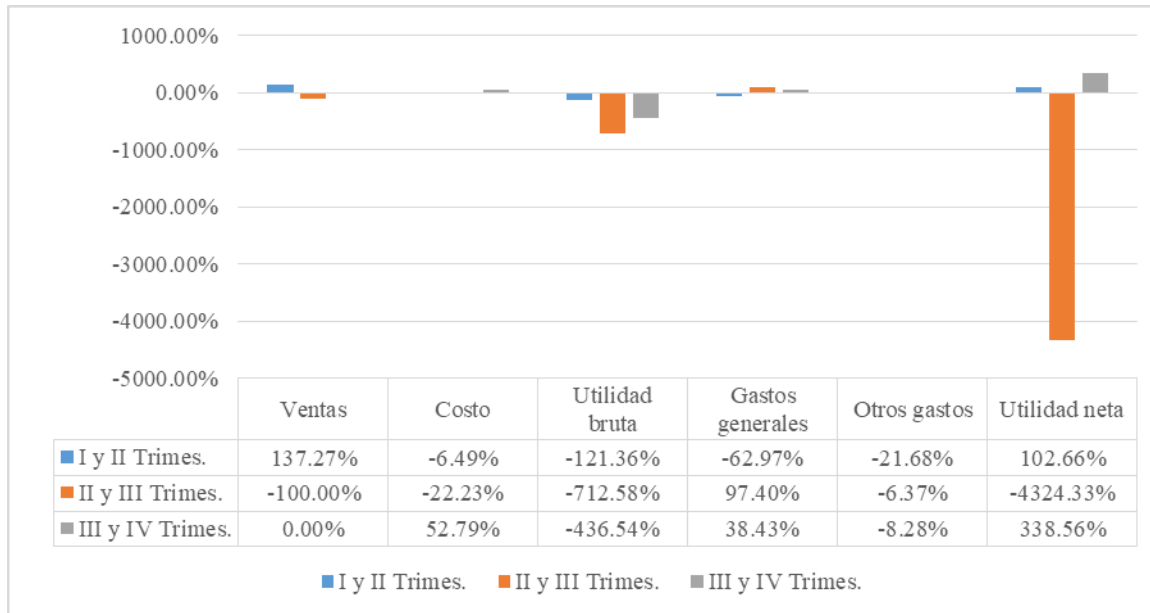
Analizando la estructura vertical del estado de resultado de la empresa Ángelus del año 2016, se determina que su estructura se mantuvo inestable, su costo promedio fue de 86.27%, alcanzo el mayor costo en el primer trimestre de 225.14% y esto se debió a que en los meses de enero y marzo se incurrió en altos montos por la compra de materiales para los proyectos, en el tercer trimestre sus costos fueron de 0% debido a que los meses de julio, agosto y septiembre no percibió ningún tipo de ingreso, el margen bruto promedio que percibió en el año fue de -11.27% esto refleja perdidas siendo en el primer trimestre donde obtuvo la más alta pérdida de -125.14% y siendo la más alta en el cuarto trimestre de 68.78%.

El proceso de revisión y aprobación de una hoja de costos, de la cual se desprenden los márgenes brutos es elaborado por el gerente de proyectos, y revisado por el propietario (gerente general) siendo este mismo quien autoriza y valida; como se puede observar este proceso tan importante en la empresa carece de controles.

Por su parte, los gastos generales y otros gastos representan un promedio de 18.48% y 0.22% respectivamente en los cuatro trimestre del año 2016, el nivel más alto en gastos se obtuvo en el primer trimestre con 57.66%, esto último se debió principalmente al incremento en personal debido a que en febrero tuvieron un nuevo proyecto Intur y por ende también se tuvo que incurrir en más compras de materiales.

Todo lo anterior influye en que la empresa presento perdidas en el año 2016 con un promedio de -29.98%, siendo el mejor trimestre el cuarto con un 61.44% y el menor el primer trimestre con un -183.43%.

Gráfico No 2 Análisis Horizontal Estado de Resultados I – IV trimestre 2016. (Ver Anexo No. IX)



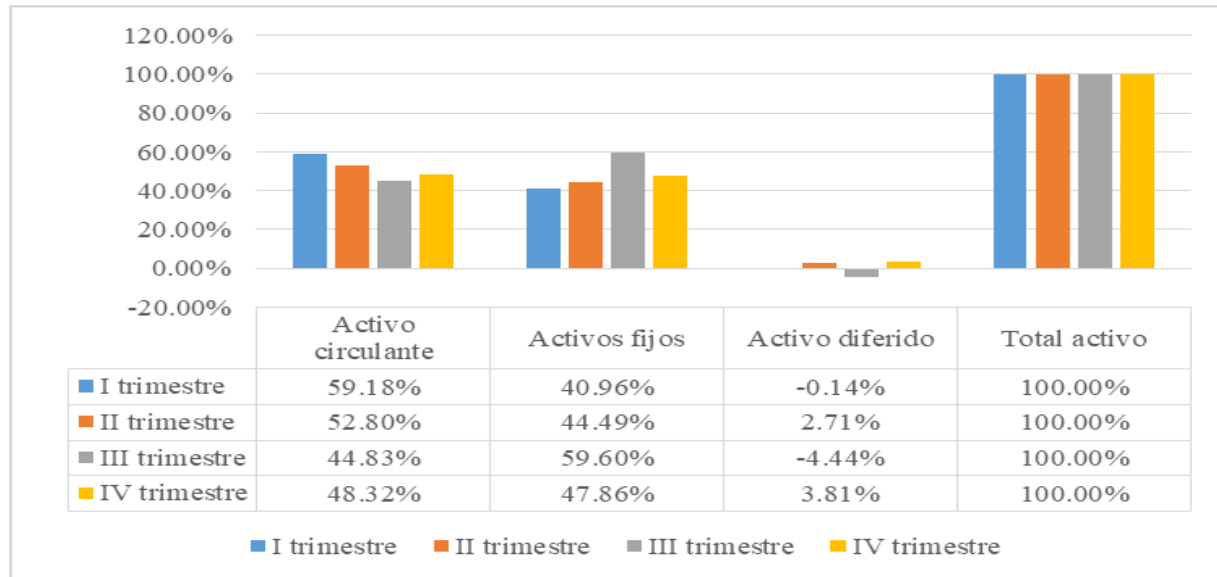
Fuente: Elaboración propia.

El estado de resultado evaluado desde el análisis horizontal del año 2016, refleja una tendencia neutra en los ingresos entre el primer y cuarto trimestre siendo estos C\$ 494,979.23 en el primer trimestre, alcanzando en C\$ 3, 965,862.00 en el cuarto trimestre, lo que represento en los ingresos un 137.27%, 0.00% de I y II trimestre, III y IV trimestre respectivamente, asociados a ellos la utilidad bruta reporto pérdidas de -121.36% y -436.54% respectivamente en los mismos periodos comparados, sin embargo, en el trimestre II – III evaluado, los ingresos disminuyeron en -100.00%, generando la mayor pérdida de -712.58% en la utilidad bruta, presentando nuevamente la debilidad en los controles de los procesos de aprobación de los márgenes en el año 2016.

Así mismo, el mayor incremento en la utilidad neta en los cuatro trimestre del año 2016 se produjeron en el I trimestre hasta por C\$ 24,178.30 lo cual represento 102.66%, posteriormente en el IV trimestre respecto al III trimestre C\$ 2, 436,623.64 representando un 338.56%.

“2018: Año de la Internacionalización de la Universidad”

Gráfico No 3 Análisis Vertical Estado de Situación Financiera (Activos) I–IV trimestre 2016. (Ver Anexo No. IX)



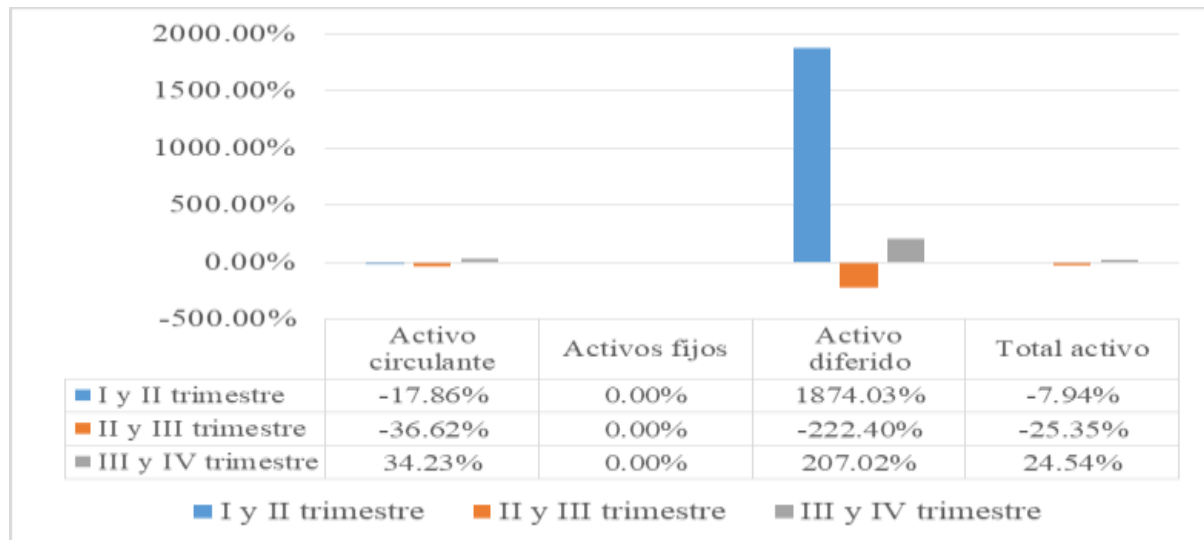
Fuente: Elaboración propia.

En el estado de situación financiera de la empresa Ángelus, mediante el análisis vertical se determinó la estructura porcentual del año 2016, obteniendo los siguientes resultados:

Al cuarto trimestre 2016 la empresa presentó activos circulantes de hasta C\$ 3, 486,027.54 equivalente al 48.32% de los activos totales, sin embargo el porcentaje más alto de esta estructura se dio en el primer trimestre con 59.18% con un valor monetario de C\$ 4, 988,300.11, el promedio de los activos circulante en los cuatro trimestres del año 2016 fue de 51.28%, representando la estructura más baja en el tercer trimestre con 44.83%.

“2018: Año de la Internacionalización de la Universidad”

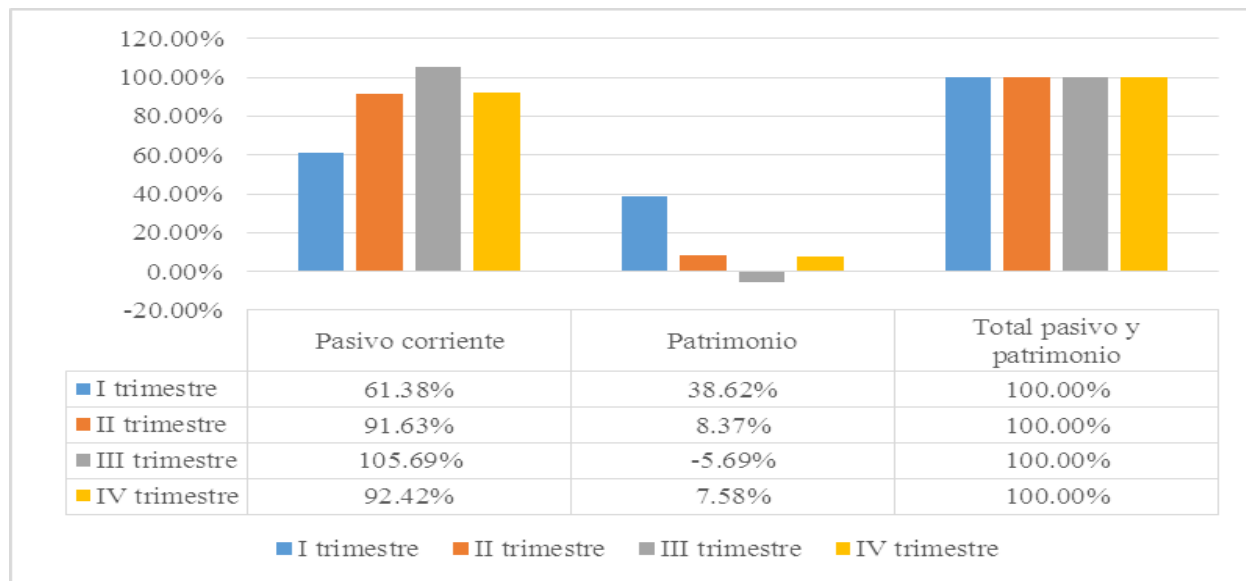
Gráfico No 4 Análisis Horizontal Estado de Situación Financiera (Activos) I – IV trimestre 2016. (Ver Anexo No. IX)



Fuente: Elaboración propia.

Los activos corrientes no han mantenido un incremento constante en los cuatro trimestres del año 2016, presentando un promedio de -6.75% alcanzando un 34.23% en el cuarto trimestre con respecto al tercer trimestre. Lo anterior se debe a que la empresa solo percibió ingresos por servicios en el I, II y IV trimestre, presentando ingresos de C\$ 494,979.23 en el primer trimestre mostrando en el cuarto trimestre ingresos por C\$ 3,965,581.76.

Gráfico No. 5 Análisis Vertical Estado de Situación Financiera (Pasivos y Patrimonio) I – IV trimestre 2016. (Ver Anexo No. IX)

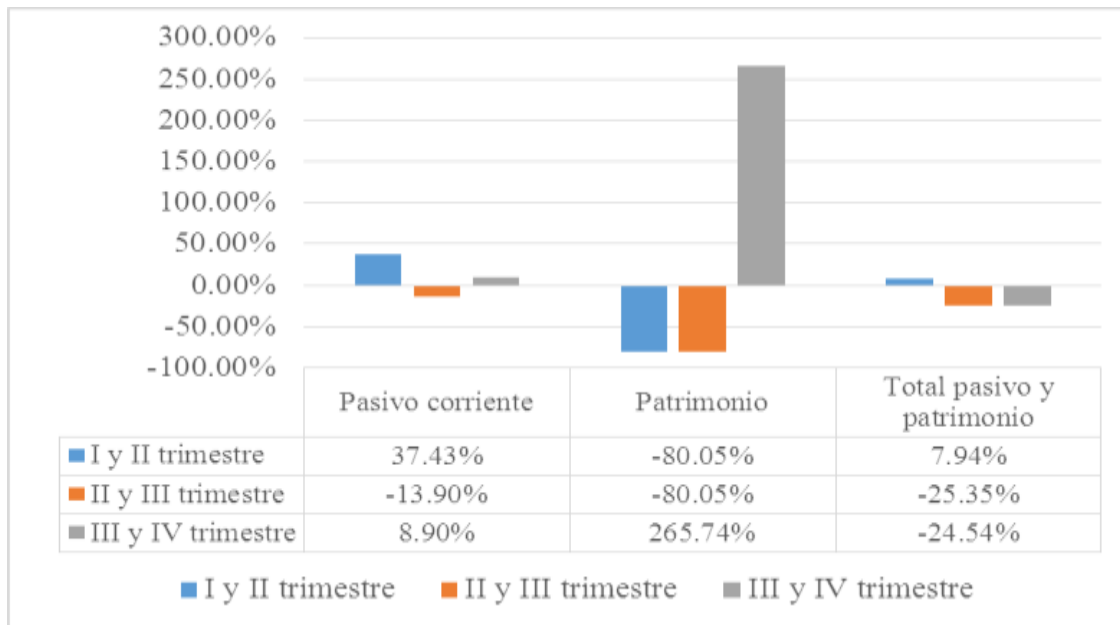


Fuente: Elaboración propia.

Al analizar la estructura vertical de los pasivos y patrimonios de los cuatro trimestres del 2016 observamos, que para el IV trimestre los pasivos corrientes representaban el 92.42% del total pasivo – patrimonio, compuesto principalmente por el 80% de anticipo para proyecto y el 12% por impuestos y retenciones por pagar, los pasivos más bajos en términos porcentuales fueron en el I trimestre con el 61.38% de su estructura vertical.

El patrimonio respecto a su estructura alcanzó un 38.62% en el I trimestre 2016, bajando dicho promedio en el II y III trimestre, esto debido a que los ingresos que percibió la empresa Ángelus en el II trimestre no fueron significativos y en el III trimestre la empresa no tuvo ningún tipo de ingreso, siendo hasta el IV trimestre que el patrimonio de su estructura vertical ascendió a 7.58% ello representa C\$ 546,519.37, esto considerando la pérdidas en dicho trimestre por C\$ -3,977,939.36.

Gráfico No 6 Análisis Horizontal Estado de Situación Financiera (Pasivos y Patrimonio) I – IV trimestre 2016. (Ver Anexo No. IX).



Fuente: Elaboración propia.

Los pasivos corrientes tuvieron una tendencia de crecimiento de -5% en promedio del II al IV trimestre, sin embargo en el II trimestre respecto al I fue en donde tuvo el mayor incremento de 37.43% representando más de C\$ 6, 123,178.47 en anticipo para proyectos.

Los pasivos corrientes incluyen los impuestos y retenciones por pagar así como el IR por pagar en comparación del II al III trimestre bajo a -13.90% debido a que se pagó gran parte de los impuestos y retenciones así como también se canceló el IR por pagar.

En los cuatro trimestres del año 2016 los accionistas de la empresa Ángelus no realizaron aportaciones al capital las utilidades acumuladas y la utilidad del ejercicio permanecieron estáticas sin reportar movimientos; dicha empresa reporto perdidas en el año 2016 sienta la más

“2018: Año de la Internacionalización de la Universidad”

significativa de -80.05% manteniéndose constante del I al III trimestre no obstante la mayor utilidad la reporto en el cuarto trimestre.

7.3.2. Razones financieras

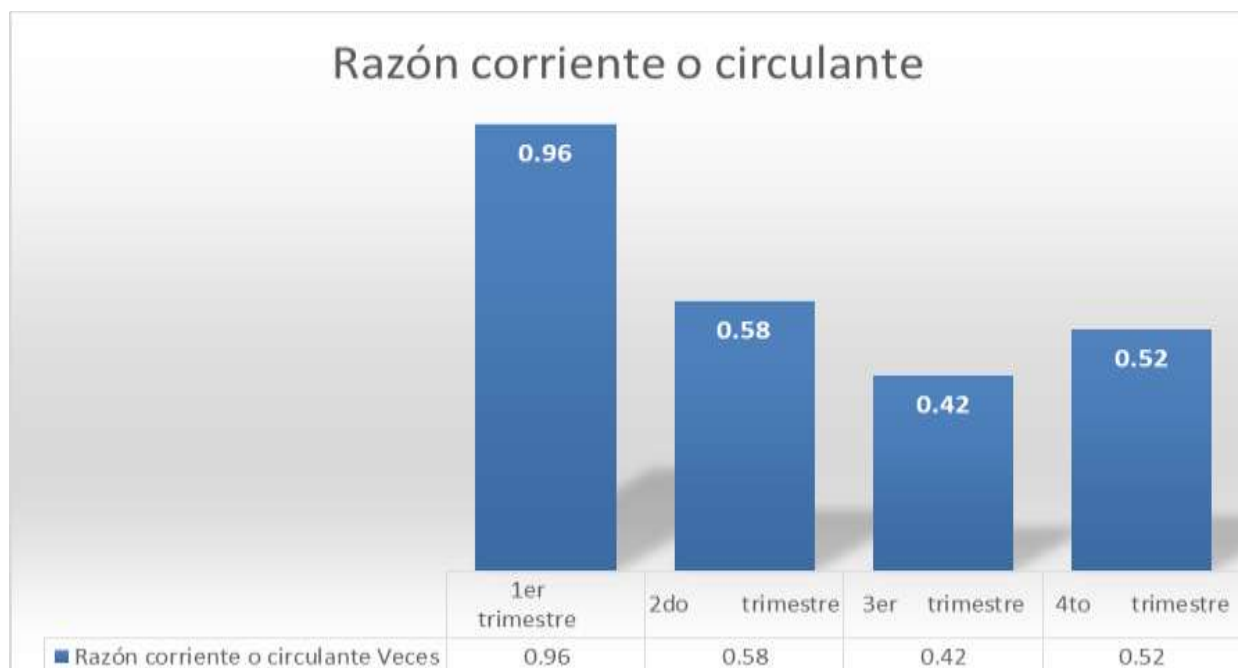
7.3.2.1 Razón de liquidez.

Tabla 6: Razones de Liquidez año 2016.

Razones de liquidez	Medida	1er trimestre	2do trimestre	3er trimestre	4to trimestre
Razón corriente o circulante	Veces	0.96	0.58	0.42	0.52
Capital neto de trabajo	C\$	3,255,166.53	649,434.67	-329,742.69	576,519.37

Fuente: Elaboración propia.

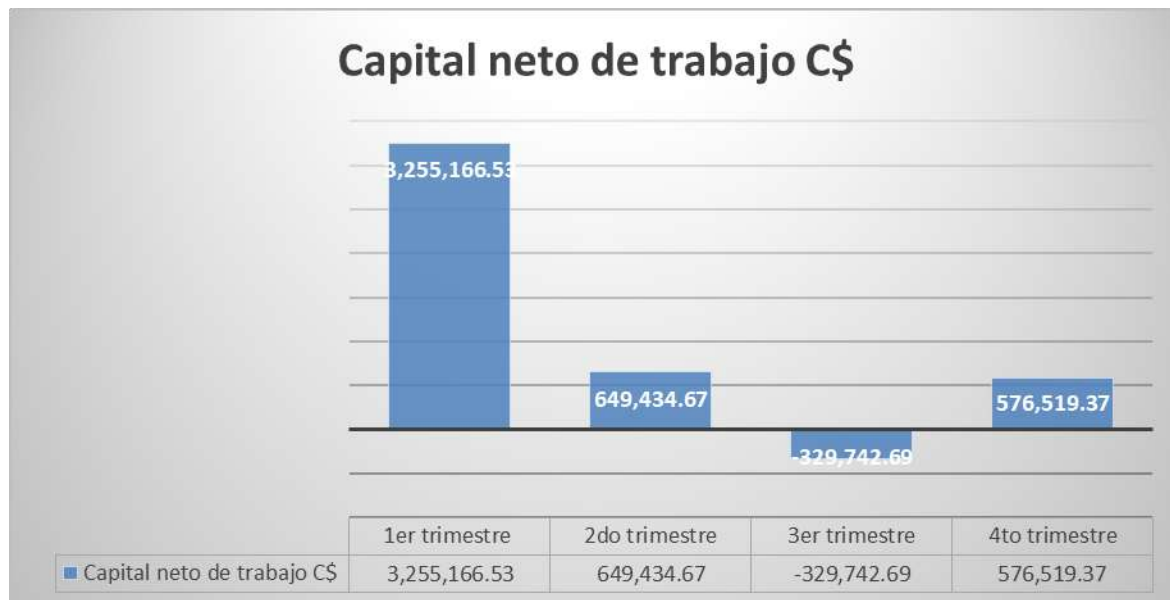
Gráfica No 7 Razones de Liquidez (Razón corriente o circulante) I –IV trimestre 2016.



Fuente: Elaboración propia.

La porción corriente al primer trimestre 2016 indica que por cada C\$ 1.00 de pasivo circulante, la empresa cuenta con C\$ 0.96 de respaldo en el activo circulante, en el segundo trimestre 2016 contaba con C\$ 0.58, al tercer trimestre con C\$ 0.42 y en el cuarto trimestre con C\$ 0.52, como podemos observar el mayor porcentaje lo obtuvo en el I trimestre aunque este no fue lo suficiente fuerte debido a que solo contaba para hacer frente a sus pasivos de corto plazo con 0.96% de sus activos corrientes; el trimestre donde presentó mayor debilidad fue en el III esto debido a que en dicho trimestre la empresa no percibió ingresos y su cuenta de banco la presento en negativo.

Gráfica No 8 Razones de Liquidez (Capital neto de trabajo) I –IV trimestre 2016.



Fuente: Elaboración propia.

La empresa constructora Ángelus en el periodo de estudio 2016 experimento inestabilidad en sus operaciones desde el primer trimestre con ingresos por anticipos de proyectos por C\$ 494,979.23, en el segundo trimestre C\$ 1, 174,442.06, no obteniendo ingresos por anticipos de proyectos en el tercer trimestre y aumentándolos en el cuarto trimestre a C\$ 3, 965,581.76.

“2018: Año de la Internacionalización de la Universidad”

Lo anterior ocasiono una caída gradual en el capital de trabajo de este año, pasando de C\$ 3,255,166.53 en el primer trimestre, C\$ 649,434.67 para el segundo trimestre llegando a tener una disminución en el tercer trimestre de C\$ -329,742.69 llegando a alcanzar nuevamente un incremento en el cuarto trimestre de C\$ 576,519.37 tal como se muestra en el gráfico.

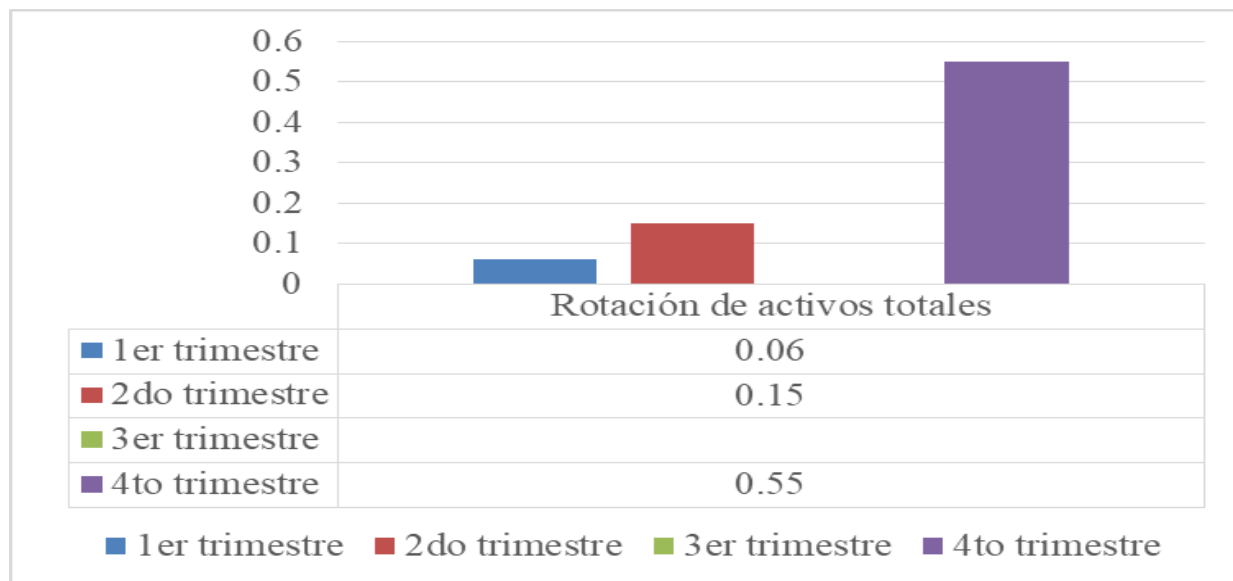
7.3.2.2 Razón de actividad

Tabla 7: Razones de actividad año 2016.

Razones de actividad	Medida	1er trimestre	2do trimestre	3er trimestre	4to trimestre
Rotación de activos totales	Veces	0.06	0.15		0.55

Fuente: Elaboración propia.

Gráfica No 9 Razón de actividad (Rotación de activos totales) I –IV trimestre 2016.



Fuente: Elaboración propia.

Al dividir las ventas entre la inversión concentrada en los activos totales se determina que cada córdoba invertido en activos, es capaz de generar 0.06 centavos de ingresos por ventas para

“2018: Año de la Internacionalización de la Universidad”

el primer trimestre, 0.15 centavos en el segundo trimestre, 0.0 centavos para el tercer trimestre y 0.55 en el cuarto trimestre.

Como se puede observar en los resultados de los cuatro trimestres del año 2016 la rentabilidad en cuanto a la inversión de activos fijos es muy baja esto debido a que la empresa Ángelus la mayor parte de las maquinarias que requieren para la realización de los proyectos es alquilada.

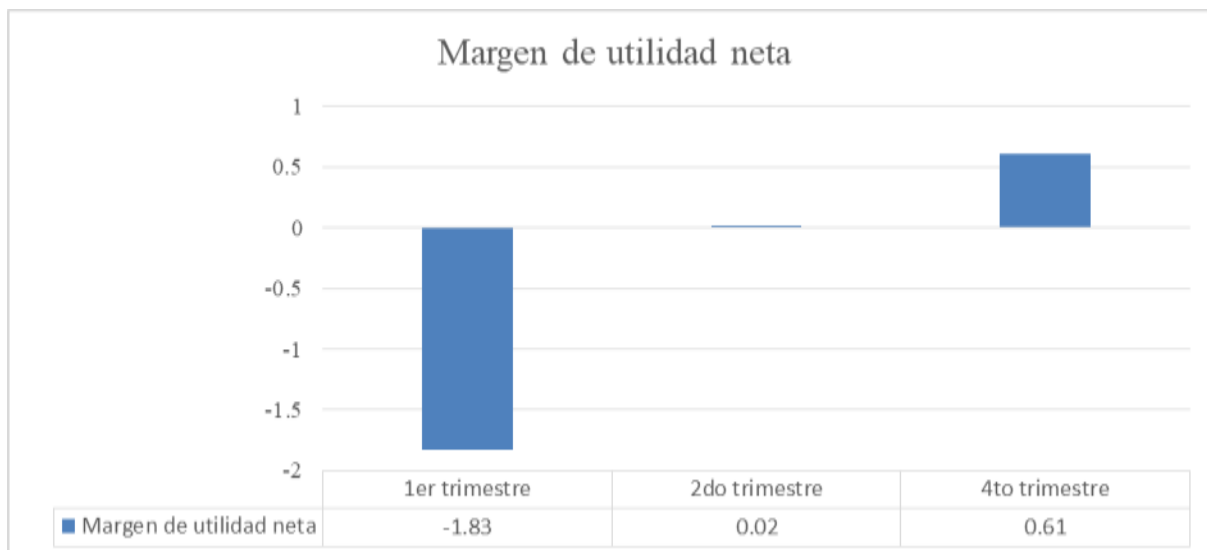
7.3.2.3 Razón de Rentabilidad

Tabla 8: Razón de rentabilidad año 2016.

Razón	1er trimestre	2do trimestre	4to trimestre
Margen de utilidad neta	-1.83	0.02	0.61

Fuente: Elaboración propia.

Gráfica No 10 Razón de endeudamiento I –IV trimestre 2016



Fuente: Elaboración propia.



“2018: Año de la Internacionalización de la Universidad”

La empresa Ángelus presento al primer trimestre 2016 una utilidad neta de -1.83 centavos por cada córdoba en sus proyectos lo cual significo que una vez que todos los gastos e impuestos fueron deducidos la empresa reporto una perdida, esta relación mejoro un poco para el segundo trimestre presentando utilidad de 0.02 centavos siendo hasta el cuarto trimestre en donde la utilidad mejoro un tanto satisfactorio con 0.61 centavos por cada córdoba en sus proyectos.

No obstante es importante resaltar que en el tercer trimestre la empresa no genero utilidades debido a que sus ingresos por proyectos fueron 0.

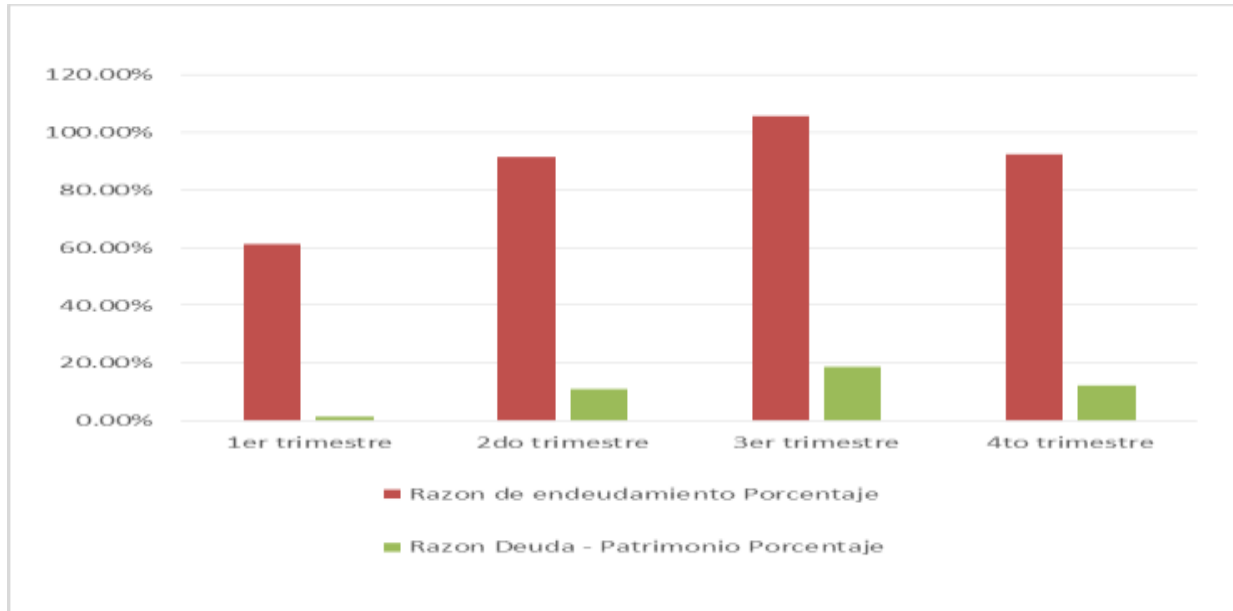
7.3.2.4 Razón de Endeudamiento

Tabla 9: Razones de endeudamiento año 2016.

Razones	Medida	1er trimestre	2do trimestre	3er trimestre	4to trimestre
<u>Razones de endeudamiento</u>					
Razón de endeudamiento	Porcentaje	61.38%	91.63%	105.69%	92.42%
Razón Deuda – Patrimonio	Porcentaje	1.59%	10.95%	18.57%	12.20%

Fuente: Elaboración propia.

Gráfica No 11 Razones de endeudamiento I –IV trimestre 2016.



Fuente: Elaboración propia.

Por cada C\$ 1.00 que la empresa Ángelus posee en sus activos, hace frente a sus pasivos con C\$ 0.613 centavos para el I trimestre, C\$ 0.916 centavos para el II Trimestre, C\$ 1.056 centavos para el III trimestre y en el IV trimestre cubría sus obligaciones con C\$ 0.924 centavos. Sin embargo al realizar una relación de sus pasivos totales entre el patrimonio, muestra que la empresa en el II trimestre tenía comprometido su patrimonio en 10.95 veces, 18.57 veces para el III trimestre y 12.20 veces para el IV trimestre, dichos porcentajes estuvieron representados principalmente por las obligaciones que tenía la empresa con los impuestos. Al I trimestre sus obligaciones con respecto a su patrimonio representaban 1.59 veces lo que significa un bajo grado de dependencia financiera con sus acreedores externos, los cuales en este caso son representados por sus proveedores.

Cabe destacar que la empresa Ángelus no posee obligaciones con instituciones financieras u otras fuentes de financiamiento debido a que no utiliza préstamos para financiarse.



VIII. Conclusiones.

En el presente estudio denominado “Diagnostico Financiero de la empresa constructora Ángelus en el año 2016”. Se realizó un proceso de identificación estratégico y financiero de la empresa Ángelus, aplicando los instrumentos de investigación, evaluando los servicios brindados por la empresa en estudio, los cuales ofrecen servicios de construcciones de obras verticales y horizontales.

Dichos servicios los ofrece a ministerios estatales, empresas privadas y personas naturales, siendo sus principales clientes ministerios estatales.

Toda empresa de acuerdo a su giro de negocio tiene que presentar un valor agregado del servicio que brindan o producto que ofertan dichos cálculos para obtener este valor agregado lo proporcionan las finanzas ya que están se encargan de administrar el dinero, tomar decisiones de riesgo en inversiones y financiamiento, es decir velar por la salud financiera de un negocio. Una vez analizado los estados financieros del año 2016 de la empresa Ángelus se determinó que dicha empresa necesita un departamento financiero debido a la falta de controles y mala administración del efectivo.

Mediante el análisis cualitativo de la empresa Ángelus, de acuerdo a las cinco fuerzas de Porter nos permitió conocer cómo se encuentra posicionada, conocer su rentabilidad promedio. El poder de negociación con sus proveedores es alto dado a que los productos que ofertan no son exclusivos, se siente amenazada por los competidores existentes debido a que se desenvuelva en un mercado con empresas jurídicas de gran envergadura y respaldados por más años de experiencia, adicionalmente es afectada con la entrada de nuevos competidores debido a que las barreras que existen en el país para la apertura de una empresa constructora no son muy rígidas, no hay productos que los sustituyan, y el poder de negociación con los compradores es bajo, debido a que carecen de clientes significativos.



“2018: Año de la Internacionalización de la Universidad”

La empresa presenta que dentro de sus fortalezas; tiene 8 años de experiencia y conocimientos en el mercado, dedicada a brindar servicios de construcción vertical y horizontal. Dentro de este análisis interno y externo se identificaron un sin número de debilidades siendo una de las más significativas que esta empresa no cuenta con un departamento financiero por lo tanto no realizan un control interno de sus ingresos y egresos. Dado el giro del negocio siempre existirá la necesidad del servicio siendo una gran oportunidad para la empresa, dado que el país se encuentra en constante desarrollo, las amenazas son inevitables, están presentes a cada momento y en la empresa Ángelus una de sus principales amenazas que pudimos identificar en el año 2016 es que sus servicios son prestados únicamente a empresas estatales.

En la realización del diagnóstico financiero, se procedió a la aplicación de instrumentos financieros, se analizaron los estados financieros a través de análisis vertical y horizontal, se procedió a aplicar las razones financieras dígame de liquides, de actividad, de rentabilidad y endeudamiento.

Una vez realizado este diagnóstico se pudo identificar que la empresa financieramente presento en los tres primeros trimestres del 2016 inestabilidad en sus cuentas fue hasta el cuarto trimestre que logro estabilizar sus índices de manera razonable. En sus estados financieros se logra observar que no presentan cuenta de inventario lo cual representa un riesgo para la empresa así como también una mala presentación en sus cuentas.

En definitiva el estudio aplicado a la empresa constructora Ángelus con los análisis y herramientas de estudios y valoración, determinamos que la viabilidad económica financiera que se ha desarrollado en la empresa presenta ineficiencia en sus operación debido que la información contable no es procesada correctamente.



IX. Recomendaciones.

En el presente trabajo monográfico “Diagnostico financiero de la empresa constructora Ángelus del año 2016”

En cuanto al propósito de la organización, es necesario incluir al personal en la lucha por cumplir las metas y objetivos haciendo de sus conocimientos la visión y misión de la empresa. Se recomienda el fortalecimiento de acuerdo a capacitaciones al personal para elevar el nivel de calidad.

También se recomienda que mejoren sus debilidades, considerando fuertemente abrir un departamento financiero lo cual será de gran importancia para obtener análisis financieros completos que apoyen a tomar mejores decisiones gerenciales.

Se sugiere la implementación de un sistema contable, así como políticas, con el objetivo de conocer los costos de cada uno de los proyecto conforme al grado de ejecución de las obras y de esta manera conocer y evaluar la rentabilidad que les proporciona cada proyecto que ejecutan. Establecer un sistema de control interno y un sistema de costeo. Además es necesario plasmar la importancia de actualizar el catálogo de cuentas lo cual ayuda para una mejor contabilización.



X. Bibliografía.

- Aching, C. (2006). *Ratios Financieros y Matemáticas de la Mercadotecnia*. Guía rápida.
- Amat, O. (2008). *Análisis de estados financieros: fundamentos y aplicaciones*. España: Ediciones gestión 2000.
- Bodie, Z. & Merton, R. (1era ed.) (1999). *Finanzas*. México: Prentice hall hispanoamerica, s.a.
- Bolten S. (9na ed.) (1994). *Administración Financiera*. México: Editorial LIMUSA, S.A. de C.V.
- Bravo, M., Lambreton, V. & Márquez, H. (1era ed.) (2007). *Introducción a las Finanzas*. México: Pearson education.
- Borello, A., (1994) *El plan de negocios* (1ª ed.) Ediciones Díaz de Santos.
- Gitman, J. L. & Zutter, J. C. (12da ed.) (2012) *Principios de Administración Financiera*. Editorial Pearson Always Learning.
- Gitman, L. & Joehnk, M. (Décima edición) (2009). *Fundamentos de investigación*. México: Pearson education.
- García, V. (2014) *Introducción a las Finanzas*. México: Grupo editorial Patria, S.A. de C.V.
- Kotler, p. *Las 3 estrategias genéricas de Michael Porter*. Universidad José Carlos Mariátegui.
- Magretta, J. (2016) *Para entender a Michael Porter. Guía Esencial hacia la Estrategia y al Competencia*. Primera Reimpresión México. Grupo Editorial Patria



Mascareñas, J. (AÑO) *Introducción a las Finanzas Corporativas*.

Palacios, J. (2008). *La importancia del diagnóstico económico financiero para conocer su posición económica financiera de la empresa*. Debate.

Prieto, C. (2010). *Análisis Financiero*. Bogotá, Colombia: FOCO Ediciones Bogotá Colombia.

Principios de Finanzas (2013). Universidad Interamericana para el desarrollo.

Van, C. & Wachowicz, J. (13va ed.) (2010). *Fundamentos de Administración Financiera*. México: Pearson education.



XI. Anexos.

Anexo I. Guía de Entrevista dirigida a la Gerente de operaciones.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA
UNAN – MANAGUA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
DEPARTAMENTO DE CONTADURÍA PÚBLICA Y FINANZAS

GUÍA DE ENTREVISTA GERENTE DE OPERACIONES.

Objetivo: Obtener información a fin de conocer la situación actual en la que se encuentra la empresa **Ángelus** como base fundamental para la toma de decisiones.

Nombre	del	entrevistado:	
_____			Nº: _____
Cargo:	_____	Lugar:	
	_____		Fecha: ____/____/____
Hora de comienzo: __ : __ __		Hora de finalización: __ : __ __	

Presentación del Entrevistador

Buenos días/tardes,

Como parte de mi tesis en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua estoy realizando una investigación acerca de análisis financiero a la empresa **Ángelus** para el periodo 2016. La información brindada en esta entrevista es de carácter confidencial, solo será utilizada para los propósitos de la investigación.

Agradezco su colaboración



Datos Generales de la Empresa

Nombre	o	Razón	Social:
<hr/>			
Nombre			Comercial:
<hr/>			
Dirección:			
<hr/>			
Actividad	Económica:		
<hr/>	Fecha de Fundación: ____/____/____		

Guía de Entrevista

1. ¿Puede describir brevemente la historia de la empresa?
2. ¿Cuál es la visión y misión de la empresa?
3. ¿Los empleados conocen la visión y misión de la empresa?
4. ¿Poseen organigrama? De no poseerlo ¿Cómo está estructurado?
5. ¿Están definidas claramente las funciones y responsabilidades del personal que labora en la empresa?
6. ¿Su personal es periódicamente capacitado?
7. ¿Brindan a sus colaboradores el equipo adecuado para su seguridad?
8. ¿Les realizan contratos a sus colaboradores o son sub contratado?
9. ¿Qué tipo de servicios brinda la empresa?
10. ¿Quiénes son los proveedores de la empresa?
11. ¿No han intentado cambiar de proveedores? ¿Por qué?
12. ¿Los proveedores les dan facilidades de crédito?
13. ¿En base a qué criterios eligen a sus proveedores?
14. ¿A qué tipo de segmento de mercado está dirigida la empresa?
15. ¿Quiénes son sus principales clientes?
16. ¿Quiénes considera son sus principales competidores?



“2018: Año de la Internacionalización de la Universidad”

17. ¿Cuál considera usted podría ser un producto sustituto para el giro de negocio de Ángelus?
18. ¿Para la toma de decisiones financieras realizan un análisis previo, en que se basan?
19. ¿La empresa desarrolla la planificación y el control financiero en su actividad?
20. ¿En base a que parámetros elaboran el presupuesto de una determinada obra?
21. ¿Qué tipo de problemas se han originado actualmente?
22. ¿Cuál es el origen de estos problemas?
23. ¿Qué ha hecho para dar respuesta a los problemas?
24. ¿Cómo han reaccionado ante esta situación?
25. ¿Se evalúan los impactos de las decisiones gerenciales en los resultados de la empresa?
26. ¿Cree usted que en los últimos años esta metodología empleada ha logrado el crecimiento de la empresa?
27. ¿Cuáles considera usted podrían ser sus principales amenazas?
28. ¿De qué forma impacta a la empresa el desarrollo en el país?
29. ¿Cuáles son sus expectativas de corto y mediano plazo?
30. ¿Hasta qué etapa del proceso de construcción llega el contrato con sus clientes?
31. ¿A qué tipo de construcciones se inclina más la empresa horizontal o vertical?
32. ¿Qué leyes existen en materia de la construcción?
33. ¿Cómo contabilizan el grado de avance de obra?



Anexo II. Guía de Revisión Documental

GUIA DE REVISIÓN DOCUMENTAL

Nombre del entrevistado: _____

Puesto que desempeña: _____

Fecha: _____ / _____ / _____

Hora de Inicio: _____ : _____ **Hora Final:** _____ : _____

Objetivo de la Entrevista Recibir información a fin de conocer la situación actual en la que se encuentra la empresa **Ángelus** como base fundamental para la toma de decisiones.

Ítems	Preguntas cerradas	Si	No
1.	¿La empresa cuenta con un área financiera?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.	¿Realizan estados financieros?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.	¿Cuándo se toma una decisión, primeramente lo discute con un especialista financiera?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.	¿Posee excelentes relaciones con sus proveedores?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.	¿Realizan proyecciones de sus costos y gastos al momento de ejecutar un proyecto de construcción?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.	¿La empresa posee reconocimientos por las entidades a las	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



“2018: Año de la Internacionalización de la Universidad”

que le ha realizado proyecto de construcción?

7. Según los resultados de los periodos anteriores, ¿sabe cómo se encuentra la rentabilidad de la empresa?
8. ¿Por medio del Balance General de los últimos años, estima que el capital con que opera es suficiente?
9. ¿Para ejecutar los proyectos, la fuente de financiamiento que utiliza son las instituciones financieras?
10. ¿Cuándo ganan un proyecto en licitación, perciben adelanto para iniciar el proyecto?



Anexo III. Guía de entrevista dirigida al Contador

GUIA DE ENTREVISTA DIRIGIDA A LA GERENCIA ADMINISTRATIVA CONTABLE

Nombre del entrevistado: _____

Puesto que desempeña: _____

Fecha: _____ / _____ / _____

Hora de Inicio: _____ : _____ **Hora Final:** _____ : _____

Objetivo de la Entrevista Recibir información a fin de conocer la situación actual en la que se encuentra la empresa **Ángelus** como base fundamental para la toma de decisiones.

Items	Preguntas Cerradas	Si	No
1.	¿Poseen un sistema de contabilidad?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.	¿La información contable que proporciona el departamento de contabilidad es mensual?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.	¿Alguna vez han sido auditados por la DGI?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



“2018: Año de la Internacionalización de la Universidad”

- | | | |
|---|--------------------------|--------------------------|
| 4. ¿Han contratado auditores externos, que les revise la información Financiera? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5. ¿Utilizan herramientas de análisis financiero para conocer la Situación de la empresa? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 6. ¿Una vez que obtiene los estados financieros procede a elaborar Informes de análisis financiero? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 7. ¿Posee información acerca de opciones de financiamiento o modelos De inversión? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 8. ¿Lleva control del ciclo de conversión del efectivo, análisis de Liquidez y capital de trabajo? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |



Anexo IV. Guía de Observación

GUIA DE OBSERVACION

Fecha: _____ / _____ / _____

Hora de

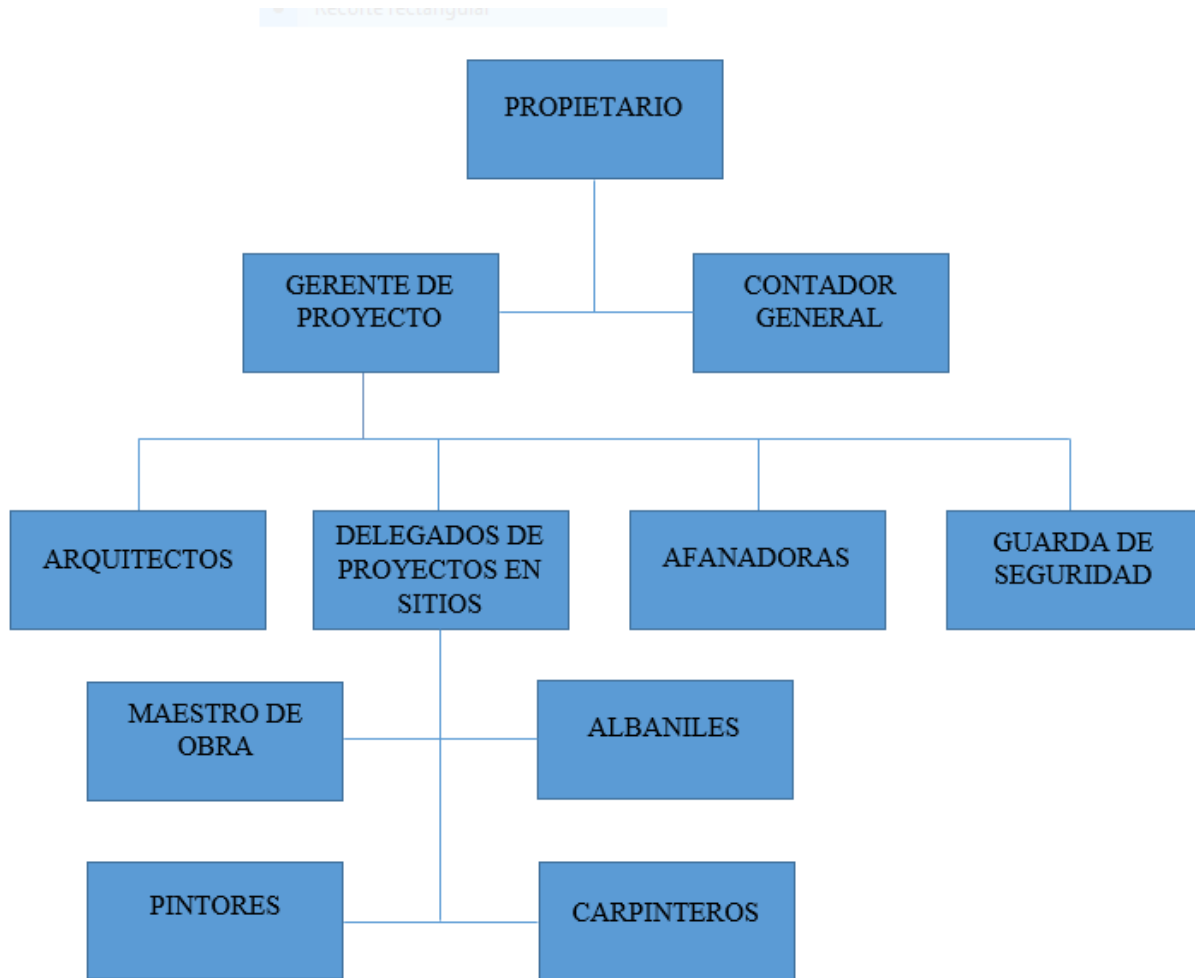
Inicio: _____ : _____ **Hora Final:** _____ : _____

Objetivo: Determinar a través de la observación, el ambiente en que se rodea la empresa Ángelus.

Ítems OBSERVACIONES INTERNAS Y EXTERNAS

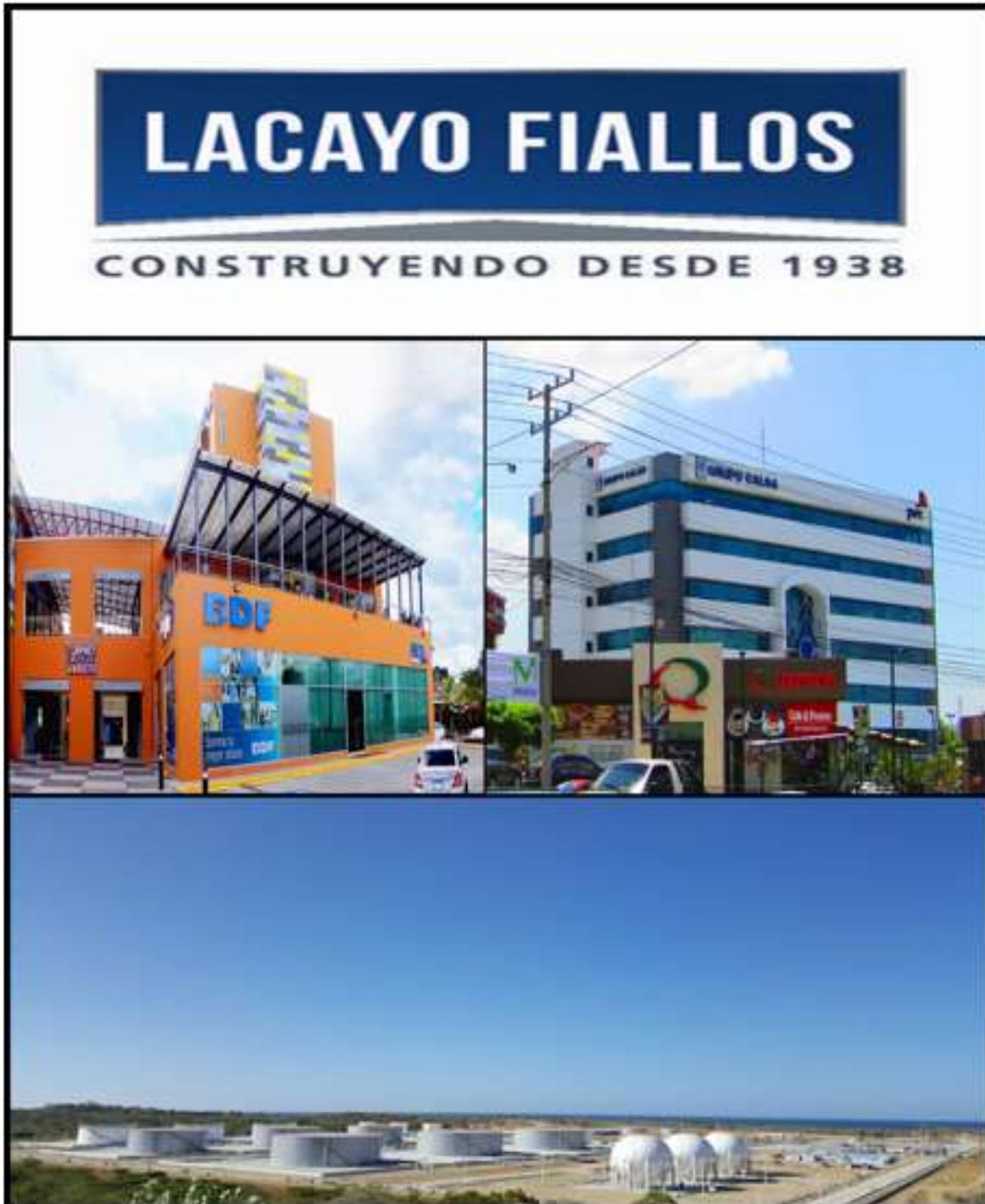
- 1- Documentación legal relacionada a la composición de la empresa
- 2- Ubicación de la empresa
- 3- Actividad Económica
- 4- Socios y Organización
- 5- Ambiente Laboral
- 6- Tipos de Proyectos a Ejecutar
- 7- Política de la organización
- 8- Tipo de Contabilidad Utilizada
- 9- Informes Financieros
- 10- Activos Fijos
- 11- Clientes
- 12- Proveedores
- 13- Competencia
- 14- Deudores

Anexo V. Organigrama Empresa Constructora Ángelus.



“2018: Año de la Internacionalización de la Universidad”

Anexo VI. Logotipo de las principales empresas constructoras competidoras e imágenes de sus principales proyectos.





“2018: Año de la Internacionalización de la Universidad”



“2018: Año de la Internacionalización de la Universidad”



Anexo VII. Ejemplo de una licitación.



“2018: Año de la Internacionalización de la Universidad”

Llamado a Licitación (Llamado)

República de Nicaragua

Programa de Agua Potable para Managua

Préstamo 2471/BL-NI

**“Construcción de Obras de Agua Potable y
Alcantarillado Sanitario en 15 Barrios de Managua”**

Licitación Pública Internacional No.064-2013

1. Este llamado a licitación se emite como resultado del Aviso General de Adquisiciones que para este Proyecto fue publicado en el Development Business, edición No. 814 de 9 de enero del 2012.
2. La República de Nicaragua ha recibido un préstamo del Banco Interamericano de Desarrollo para financiar parcialmente el costo del Programa de Agua Potable para Managua, y se propone utilizar parte de los fondos de este préstamo para efectuar los pagos bajo el Contrato “Construcción de Obras de Agua Potable y Alcantarillado Sanitario en 15 Barrios de Managua”
3. La Empresa Nicaragüense de Acueductos y Alcantarillados Sanitarios (ENACAL) invita a los Oferentes elegibles a presentar ofertas selladas para “Construcción de Obras de Agua Potable y Alcantarillado Sanitario en 15 Barrios de Managua”. El plazo de entrega / construcción es: Lote I: Barrios Pedro Betancourt, 19 de Febrero y Villa Feliz, 210 días después de la orden de inicio. Lote II: Barrios Carlos Núñez, Villa Canadá y Ana María, 180 días después de la orden de inicio. Lote III: Barrios Palestina, Canadá Sur Este y Villa Israel, 210 días después de la orden de inicio. Lote IV: Barrios Lomas del Memorial, Memorial Sandino, José Urbina y Oscar Turcios, 210 días después de la orden de inicio. Lote V: Barrios: Jorge Cassaly y Omar Torrijos, 180 días después de orden de inicio.



“2018: Año de la Internacionalización de la Universidad”

4. La licitación se efectuará conforme a los procedimientos de Licitación Pública Internacional (LPI) establecidos en la publicación del Banco Interamericano de Desarrollo titulada Políticas para la Adquisición de Obras y Bienes financiados por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), y está abierta a todos los Oferentes de países elegibles, según se definen en los Documentos de Licitación.
5. Los Oferentes elegibles que estén interesados podrán obtener información adicional de: La Empresa Nicaragüense de Acueductos y Alcantarillados Sanitarios (ENACAL), en la Dirección de Adquisiciones e Importaciones; cuya dirección electrónica es: vcompras@enacal.com.ni y revisar los documentos de licitación en la dirección indicada al final de este Llamado: ENACAL Dirección: Kilómetro 5 Carretera Sur; Piso/Oficina: Dirección de Adquisiciones e Importaciones, ubicada en Oficinas Centrales de ENACAL, plantel Asososca; Ciudad: Managua; en el siguiente horario de 8:00 a.m. a 12: 00 m y de 1:00 p.m. a 4:00 pm. de Lunes a Viernes.
6. Los requisitos de calificación incluyen los indicados en el numeral 5 de las Secciones I y II del DDL. No se otorgará un Margen de Preferencia a contratistas o APCAs nacionales.
7. Los Oferentes interesados podrán comprar un juego completo de los Documentos de Licitación en Español, mediante presentación de una solicitud por escrito a la dirección indicada al final de este Llamado, y contra el pago de una suma no reembolsable de cien Córdobas (C\$100.00). Esta suma podrá pagarse directamente en la caja de ENACAL o mediante depósito directo a la cuenta bancaria de ENACAL en Banco de la Producción (BANPRO) cuyo número es 1001-14-1-335884-0, códigoSWIFT BAPRNIMA. El comprobante de pago será enviado a la dirección indicada al final de este llamado y el documento de licitación será entrega en la Dirección de Adquisiciones e Importaciones de ENACAL..
8. Los Oferentes interesados podrán solicitar un juego completo de los Documentos de Licitación en Español, mediante presentación de una solicitud por correo electrónico, a la dirección indicada al final de este Llamado, y el Contratante enviará el documento de licitación, a la dirección electrónica indicada por el Oferente.
9. Las ofertas deberán hacerse llegar a la dirección indicada abajo a más tardar a las **10:00 AM del 01 de Noviembre de 2013**. Ofertas electrónicas **no serán** permitidas. Las ofertas que se reciban fuera del plazo serán rechazadas. Las ofertas se abrirán físicamente en presencia de los representantes de los Oferentes que deseen asistir en persona, en la dirección indicada al final de este Llamado, a las **10:10 AM del 01 de Noviembre de 2013**.
10. Todas las ofertas **deberán** estar acompañadas de una “**Garantía de Mantenimiento de la Oferta**”, por el monto de: **Lote 1: US\$21,500.00; Lote 2: US\$35,900.00; Lote 3:**



“2018: Año de la Internacionalización de la Universidad”

US\$29,900.00; Lote 4: US\$61,300.00; Lote 5: US\$10,000.00. Si la oferta es por más de un Lote, la garantía deberá ser por la suma de las garantías de los lotes ofertados.

11. La dirección referida arriba es:

Atención: Lic. Natalia Avilés Herrera.

Dirección postal: Kilómetro 5 Carretera Sur.

Oficina: Oficinas Centrales de ENACAL, Dirección de Adquisiciones e Importaciones, plantel Asosoca.

Ciudad: Managua.

Código postal: 3599 y 968 Nicaragua.

Facsímile: (505) 22667914

Dirección electrónica: vcompras@enacal.com.ni

“2018: Año de la Internacionalización de la Universidad”

Anexo VIII. Ejemplo de nuevos sistemas de construcción.

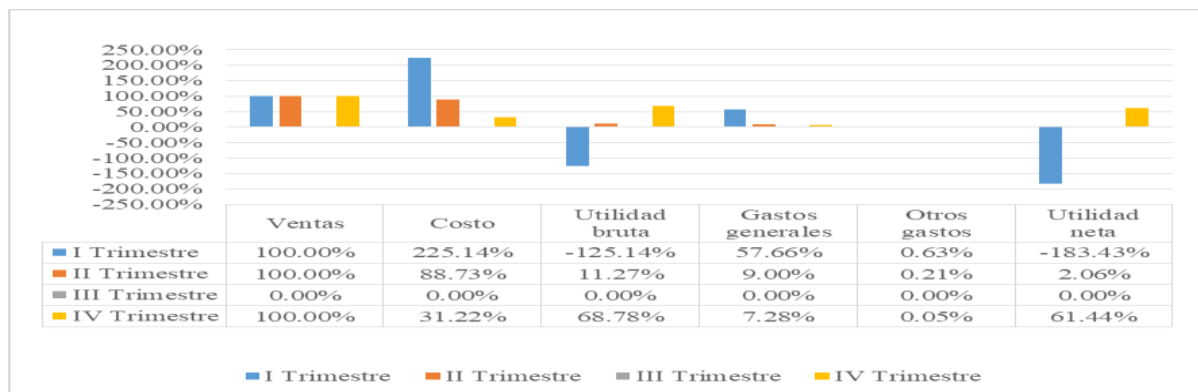


Anexo IX. Análisis Vertical y Horizontal Estado de Resultados de Ángelus.

Tabla No 1 Análisis Vertical Estado de Resultados I – IV trimestre 2016.

	I Trimestre	II Trimestre	III Trimestre	IV Trimestre
Ventas	100.00%	100.00%	0.00%	100.00%
Costo	225.14%	88.73%	0.00%	31.22%
Utilidad bruta	-125.14%	11.27%	0.00%	68.78%
Gastos generales	57.66%	9.00%	0.00%	7.28%
Otros gastos	0.63%	0.21%	0.00%	0.05%
Utilidad neta	-183.43%	2.06%	0.00%	61.44%

Gráfico No 1 Análisis Vertical Estado de Resultados I – IV trimestre 2016.



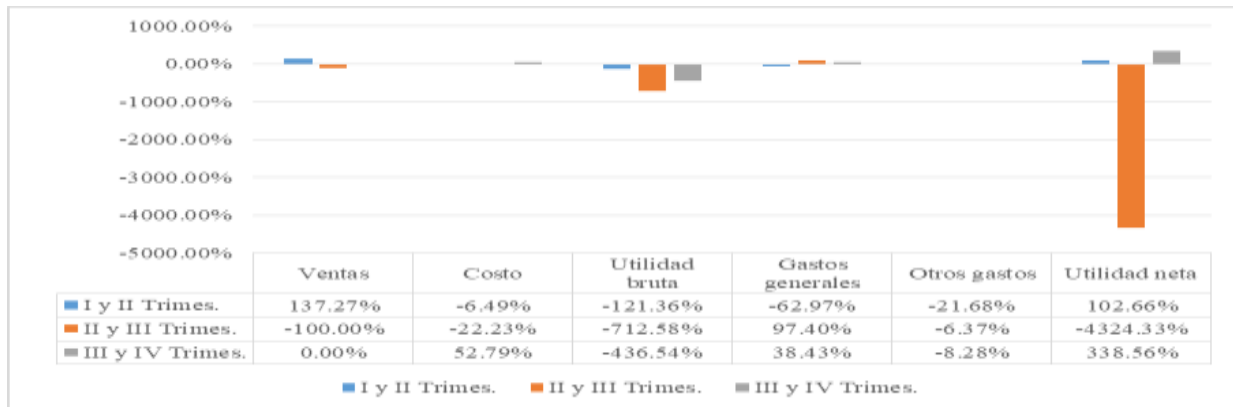
Fuente: Elaboración propia.

Tabla No 2 Análisis Horizontal Estado de Resultados I – IV trimestre 2016.

	I y II Trimes.	II y III Trimes.	III y IV Trimes.
Ventas	137.27%	-100.00%	0.00%
Costo	-6.49%	-22.23%	52.79%
Utilidad bruta	-121.36%	-712.58%	-436.54%
Gastos generales	-62.97%	97.40%	38.43%
Otros gastos	-21.68%	-6.37%	-8.28%
Utilidad neta	102.66%	-4324.33%	338.56%

“2018: Año de la Internacionalización de la Universidad”

Gráfico No 2 Análisis Horizontal Estado de Resultados I – IV trimestre 2016.

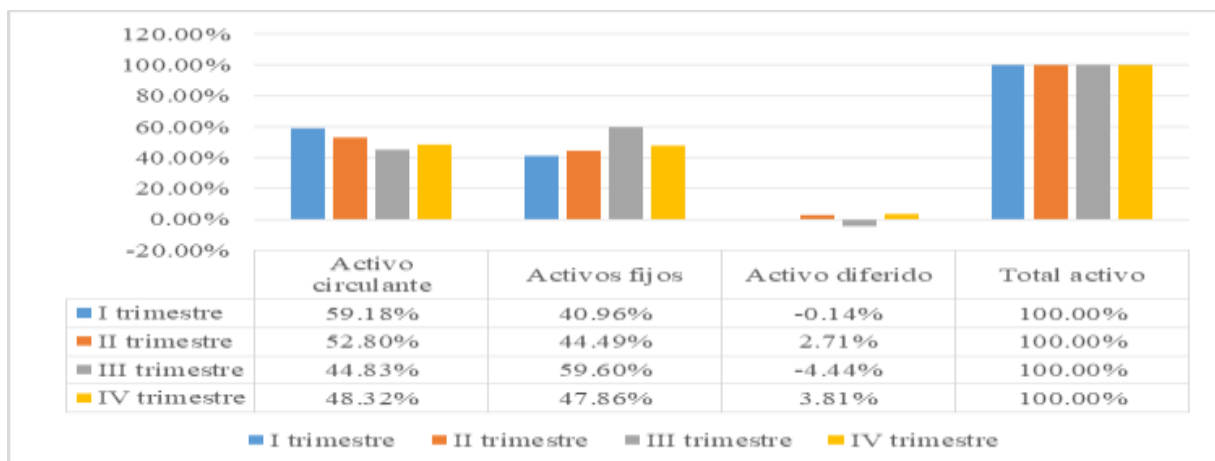


Fuente: Elaboración propia.

Tabla No 3 Análisis Vertical Estado de Situación Financiera (Activos) I – IV trimestre 2016.

	Activo circulante	Activos fijos	Activo diferido	Total activo
I trimestre	59.18%	40.96%	-0.14%	100.00%
II trimestre	52.80%	44.49%	2.71%	100.00%
III trimestre	44.83%	59.60%	-4.44%	100.00%
IV trimestre	48.32%	47.86%	3.81%	100.00%

Gráfico No 3 Análisis Vertical Estado de Situación Financiera (Activos) I – IV trimestre 2016.



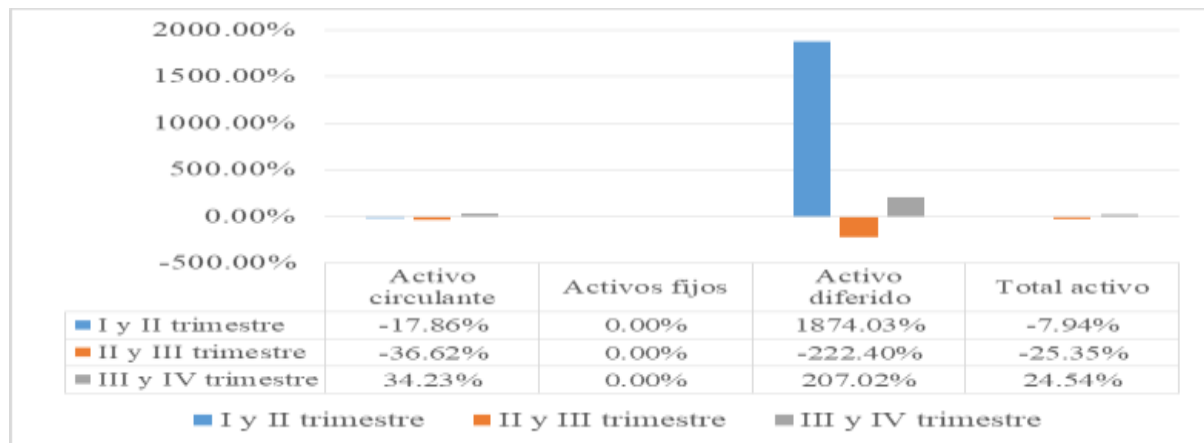
Fuente: Elaboración propia.

“2018: Año de la Internacionalización de la Universidad”

Tabla No 4 Análisis Horizontal Estado de Situación Financiera (Activos) I –IV trimestre 2016.

	Activo circulante	Activos fijos	Activo diferido	Total activo
I y II trimestre	-17.86%	0.00%	1874.03%	-7.94%
II y III trimestre	-36.62%	0.00%	-222.40%	-25.35%
III y IV trimestre	34.23%	0.00%	207.02%	24.54%

Gráfico No 4 Análisis Horizontal Estado de Situación Financiera (Activos) I – IV trimestre 2016. (Ver Anexo No.



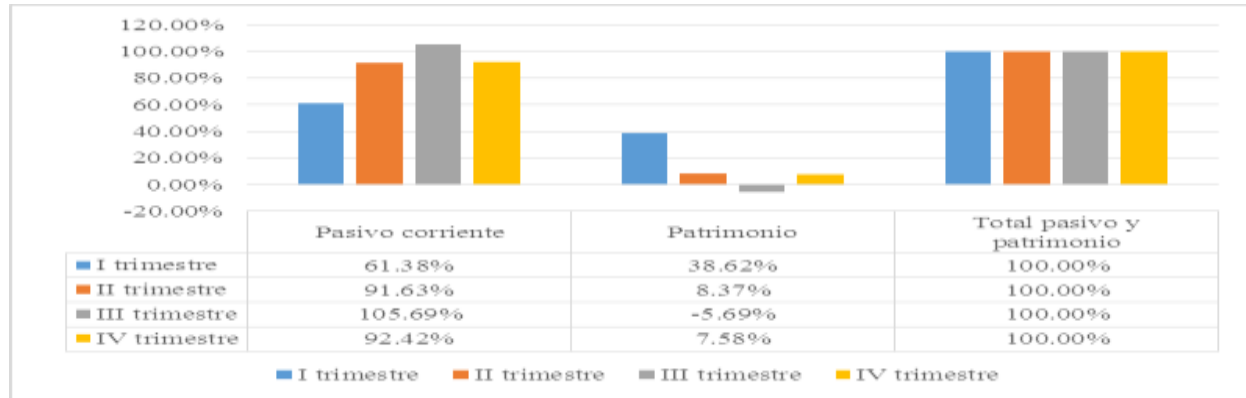
Fuente: Elaboración propia.

Tabla No 5 Análisis Vertical Estado de Situación Financiera (Pasivos y Patrimonio) I – IV trimestre 2016.

	Pasivo corriente	Patrimonio	Total pasivo y patrimonio
I trimestre	61.38%	38.62%	100.00%
II trimestre	91.63%	8.37%	100.00%
III trimestre	105.69%	-5.69%	100.00%
IV trimestre	92.42%	7.58%	100.00%

“2018: Año de la Internacionalización de la Universidad”

Gráfico No 5 Análisis Vertical Estado de Situación Financiera (Pasivos y Patrimonio) I – IV trimestre 2016.

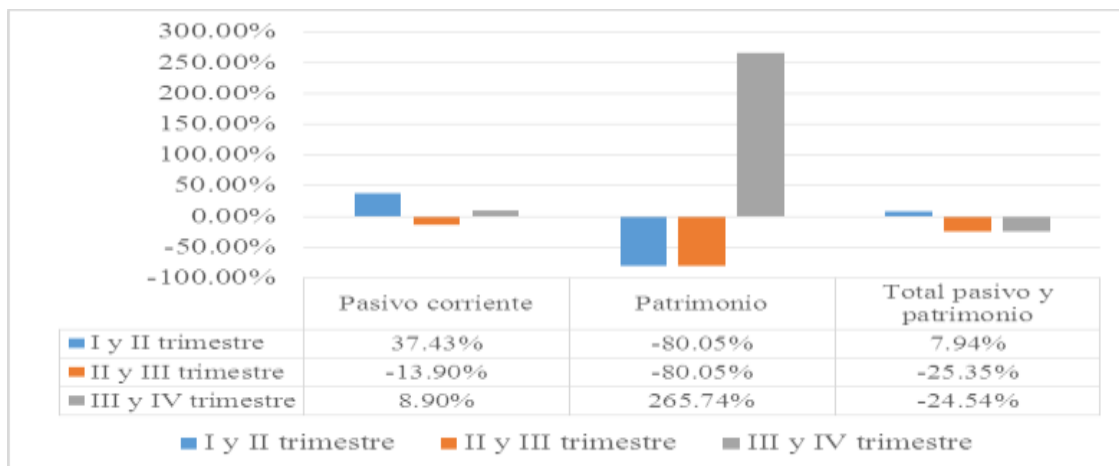


Fuente: Elaboración propia.

Tabla No 6 Análisis Horizontal Estado de Situación Financiera (Pasivos y Patrimonio) I – IV trimestre 2016.

	Pasivo corriente	Patrimonio	Total pasivo y patrimonio
I y II trimestre	37.43%	-80.05%	7.94%
II y III trimestre	-13.90%	-80.05%	-25.35%
III y IV trimestre	8.90%	265.74%	-24.54%

Gráfico No 6 Análisis Horizontal Estado de Situación Financiera (Pasivos y Patrimonio) I – IV trimestre 2016.



Fuente: Elaboración propia.

Anexo X. Balance General año 2016.

Empresa constructora Ángelus				
Balance general 2016				
Activo Circulante	I Trimestre	II Trimestre	III Trimestre	IV Trimestre
Banco	1020,998.35	95,707.33	-2,707.84	412,471.20
Cuentas Por Cobrar	2512,016.25	3306,485.81	2376,865.80	2583,815.25
Retenciones Por Cobrar	141,456.27	141,456.27	141,456.27	141,456.27
Costos Acumulados Por Proyecto	1313,829.24	553,804.07	81,414.87	348,284.82
Total Activo Circulante	4988,300.11	4097,453.48	2597,029.10	3486,027.54
Activo Fijo				
Edificios	1042,500.00	1042,500.00	1042,500.00	1042,500.00
Maquinaria Y Equipo	667,761.00	667,761.00	667,761.00	667,761.00
Equipo Rodante	1742,400.00	1742,400.00	1742,400.00	1742,400.00
Total Activo Fijo	3452,661.00	3452,661.00	3452,661.00	3452,661.00
Activo Diferido				
Depreciación Acumulada	-1110,106.53	-1052,687.25	-995,269.97	-937,848.69
Impuesto Pagado Por Anticipo	1069,708.52	1230,575.47	706,024.57	1180,831.99
Anticipo A Justificar	28,557.93	32,157.93	32,157.93	32,157.93
Total Activo Diferido	-11,840.08	210,046.15	-257,087.47	275,141.23
Total Activo	8429,121.03	7760,160.63	5792,602.63	7213,829.77
Pasivo Circulante				
Cuentas Por Pagar	62,217.57	43,184.10	43,184.10	47,559.10
Anticipo para Proyecto	4124,717.57	6123,178.47	6021,659.81	5952,227.11
Ingresos Por Enterar	38,279.52	38,279.52	38,279.52	12,759.84
Impuestos Y Retenciones Por Pagar	632,391.64	889,779.91	19,221.89	654,764.35
IR Por Pagar	316,348.20	16,303.96	0.00	0.00
Total Pasivo	5173,954.50	7110,725.96	6122,345.32	6667,310.40
Patrimonio				
Aportaciones	1017,557.07	1017,557.07	1017,557.07	1017,557.07
Utilidades Acumuladas	1847,411.19	1847,411.19	1847,411.19	1847,411.19
Utilidad Del Ejercicio	1659,490.47	1659,490.47	1659,490.47	1659,490.47
Utilidad o Perdida	-1269,292.20	-3875,024.06	-4854,199.42	-3977,939.36
Total Capital	3255,166.53	649,434.67	-329,740.69	546,519.37
Total Pasivo Mas	8429,121.03	7760,160.63	5792,604.63	7213,829.77

Elaborado por:

Revisado por:

Autorizado por:

Anexo XI. Estado de resultado año 2016.

Empresa constructora Ángelus				
Estado de resultado 2016				
	I Trimestre	II Trimestre	III Trimestre	IV Trimestre
Ingresos Por Proyectos				
Proyecto Waspam	0.00	0.00	0.00	163,575.01
Proyecto DGA	59,481.95	104,648.06	0.00	100,827.44
Proyecto Ineter	84,409.63	0.00	0.00	84,409.63
Proyecto Minsa	46,470.18	275,300.60	0.00	1328,839.07
Proyecto UNI	7,562.99	0.00	0.00	572,191.60
Proyecto Telecom,S.A	148,770.00	115,061.42	0.00	63,481.40
Proyecto Intur	148,284.48	679,431.98	0.00	201,971.33
Proyecto Puritec	0.00	0.00	0.00	1218,211.91
Proyecto Marena	0.00	0.00	0.00	232,074.37
Total Ingresos Por	494,979.23	1174,442.06	0.00	3965,581.76
Costos De Proyecto				
Materiales	270,907.14	233,972.53	216,787.80	348,604.04
Pintura	56,616.86	49,658.50	0.00	19,378.75
Alquileres	6,959.50	7,411.48	10,429.41	65,336.69
Combustibles Y	7,576.00	16,505.52	13,604.48	21,820.00
Tranposrtes de Materiales	25,000.00	25,776.00	6,470.00	19,870.00
Agua	10,500.00	0.00	0.00	0.00
Equipo De Taller	0.00	0.00	2,585.00	6,251.03
Asfalto	0.00	87,560.83	0.00	0.00
Fotocopia	0.00	0.00	0.00	1,563.00
Limpieza	2,756.00	0.00	1,200.00	4,100.00
Manode Obra Contratada	392,368.98	298,877.10	234,395.31	166,499.14
Mantenimiento de Vehiculo	14,559.00	0.00	28,969.18	17,800.00
Alimentacion	1,500.00	1,344.75	9,915.00	1,000.00
Parqueo	0.00	0.00	0.00	1,500.00
Prevencio De Calle	0.00	25,720.00	0.00	0.00
Telefonos	0.00	0.00	2,000.00	0.00
Mezcla De Concreto	0.00	0.00	0.00	12,556.05
Abrillantado	5,000.00	0.00	0.00	0.00
Mantenimiento de Equipo	6,677.89	0.00	0.00	0.00
Tapizado	0.00	0.00	0.00	43,749.45
Garantias	14,097.88	0.00	0.00	0.00
Papelerias	0.00	0.00	0.00	7,000.00
Energía	0.00	11,105.90	0.00	0.00
Fianzas	1,799.64	2,699.56	7,193.54	120,628.57
Impuestos	0.00	0.00	3,818.29	0.00
Servicios Profesionales	500.00	4,000.00	15,500.00	8,100.00
Peaje	0.00	0.00	0.00	1,980.00
Viaticos	3,000.00	2,775.00	7,750.00	4,906.00
Herramientas	2,835.00	0.00	0.00	8,428.93
Soldaduras discos Cortes	9,329.52	2,839.78	4,500.00	11,161.68
Equipo De Oficina	0.00	0.00	0.00	1,110.00
Gastos de Viaje	11,500.00	1,500.00	0.00	0.00

Postes	2,753.70	0.00	0.00	0.00
Cemento	2,000.00	0.00	35,850.00	0.00
Piedra Cantera	8,215.23	0.00	8,500.00	0.00
Hierro Corrugado y Liso	65,737.40	0.00	66,143.91	35,226.57
Techos	40,579.24	0.00	0.00	11,877.20
Tubos Plasticos Y	0.00	1,603.36	2,031.37	0.00
Estructuras Cuadradas	0.00	7,783.50	0.00	24,564.44
Madera	0.00	0.00	0.00	1,300.00
Arena Y Arenilla	0.00	11,330.00	18,500.00	17,568.00
Zinc Liso Y Corrugado	20,509.35	0.00	54,539.95	114,425.33
Verjass y Ventanas	6,433.95	0.00	0.00	26,285.47
Remolques	0.00	0.00	0.00	2,952.17
Letrinas	0.00	0.00	0.00	21,037.50
Cuartones, Tablas Y	0.00	0.00	0.00	3,800.00
Puertas y particiones	30,863.25	44,700.00	3,043.48	10,550.00
Acero	3,153.91	0.00	0.00	0.00
Perlines	29,700.00	3,478.26	12,645.41	21,158.44
Angulares	7,704.76	0.00	0.00	2,676.00
Bloques	0.00	179,558.29	0.00	0.00
Materiales Menores,	53,274.75	21,938.54	44,084.02	51,568.75
Total Costo De	1114,408.95	1042,138.90	810,456.15	1238,333.20
Gastos Generales				
Salarios Administrativos	183,585.67	12,900.00	106,181.00	184,988.40
Vacaciones	0.00	0.00	500.00	0.00
Aguinaldo	0.00	0.00	500.00	0.00
Indemnizacion Años	0.00	0.00	500.00	2,200.00
Viaticos Y Transporte	6,025.00	7,330.00	11,770.00	8,190.00
Papeleria Y Útiles de	1,250.00	2,986.02	1,536.56	4,029.40
Telefono Y Correo	741.09	2,736.77	1,443.98	4,560.00
Combustible Y	10,375.00	6,470.00	11,549.00	15,600.00
Servicios luz, Agua, Aseo	9,326.39	1,052.26	5,133.11	3,210.52
Gastos De	0.00	1,200.00	0.00	2,000.00
Inss, Inatec	3,270.05	0.00	0.00	6,681.58
Depreciacion De	4,784.94	4,784.94	4,784.94	4,784.94
Alquileres	4,300.00	12,600.00	0.00	2,220.00
Reparación Y Mante	6,915.00	2,370.00	12,890.00	10,130.00
Reparacio Y Mant Mob y	0.00	1,700.00	0.00	0.00
Seguro y Fianzas	10,784.98	0.00	1,169.00	0.00
Depreciacion de Maq,	4,784.94	4,784.94	4,784.94	4,784.94
Depreciacion de	9,569.88	9,569.88	9,569.88	9,569.88
Suscripciones Y	0.00	0.00	0.00	4,369.15
Incentivos Y	0.00	0.00	1,750.00	0.00
Impuestos Fiscales Y	0.00	0.00	1,750.00	2,250.00
Diversos	29,686.44	35,206.51	32,824.62	19,246.43
Total Gastos Generales	285,399.38	105,691.32	208,637.03	288,815.24
Otros Ingresos				
Nota Credito Bancario	0.00	0.00	0.00	280.24
Total Otros Ingresos	0.00	0.00	0.00	280.24
Otros Gastos				
Nota Debito Bancaria,	3,107.26	2,433.54	2,028.47	561.64
Diversos	0.00	0.00	250.00	1,528.28
Total Otros Gastos	3,107.26	2,433.54	2,278.47	2,089.92
Utilidad O Perdido	-907,936.36	24,178.30	-1021,371.65	2436,623.64

Elaborado por:

Revisado por:

Autorizado por: