



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

Facultad Regional Multidisciplinaria, FAREM-Estelí

Evaluación Financiera de la MIPYME “TIPOGRAFÍA EL MAITRO BOQUIN” de la Ciudad de Estelí, enfocado en la rentabilidad y sostenibilidad, durante el año 2018.

Seminario de Graduación

Banca y Finanzas

Autores

Ingrid Mercedes Gutiérrez Pérez
Patricia Elizabeth Boquín Rocha
Judith Zenelia Rodríguez Duarte

Tutor

Msc. Julio Rafael Berríos Noguera

Estelí, 15 febrero de 2020



Línea

Línea N° 4 Finanzas MIPYMES.

Tema

Finanzas, gestión y sostenibilidad de las MIPYMES

Subtema

Rentabilidad y sostenibilidad de las MIPYMES

Tema Delimitado

Evaluación Financiera de la MIPYME “TIPOGRAFÍA EL MAITRO BOQUIN” de la Ciudad de Estelí, enfocado en la rentabilidad y sostenibilidad, durante el año 2018.

DEDICATORIA

Dedicamos esta tesis a:

Dios, que durante toda nuestra vida nos ha guiado por su buen camino, quien nos bendijo con su sabiduría, paciencia, para desarrollar esta tesis y ha sido el pilar fundamental más importante fortaleciéndonos en cada momento para seguir adelante y no retroceder ante la adversidad, a él sea la gloria por siempre.

Madres, por habernos dado su apoyo y motivación para luchar por nuestros sueños y alcanzar todas las metas propuestas, además de inculcar en nosotros valores para ser profesionales y personas de bien, siendo el sustento diario para poder llegar hasta donde estamos, venciendo todos los obstáculos que se nos han presentado a lo largo de este proceso.

Docentes, por compartir sus conocimientos y acompañarnos en esta etapa de nuestras vidas, aportando a nuestra formación como profesionales para contribuir al desarrollo de la sociedad.

AGRADECIMIENTO

Al ingresar a la Facultad Regional Multidisciplinaria UNAN-Managua FAREM-Estelí, llenos de muchos sueños y expectativas sobre una nueva etapa de nuestras vidas no podíamos imaginar lo difícil que sería llegar a la meta, los muchos retos que tendríamos que superar y que hoy gracias a la infinita ayuda de Dios estamos a un paso de culminar.

Nuestro agradecimiento es primeramente a Dios, todo poderoso por brindarnos sabiduría, seguridad y la fe para seguir en el camino hasta cumplir nuestro propósito.

Posteriormente a nuestras madres y demás personas que invirtieron su tiempo, trabajo, esfuerzo y recursos económicos para brindarnos de manera incondicional su apoyo, contribuyendo a nuestra formación profesional.

A nuestros maestros por sus valiosos conocimientos impartidos. A nuestro maestro guía, Msc. **Julio Rafael Berrios Noguera** por brindarnos su espacio y tiempo con esfuerzo y dedicación, por su rectitud en su profesión con sus conocimientos, experiencia, paciencia y su motivación ha logrado en nosotros que podamos terminar nuestros estudios con éxito.

A Tipografía el Maitro Boquín quienes nos brindaron y facilitaron su tiempo e información.

VALORACION DEL DOCENTE

A través de la presente hago constar que: Ingrid Mercedes Gutiérrez Pérez, Patricia Elizabeth Boquín Rocha, Judith Zenelia Rodríguez Duarte, estudiantes de la carrera de Banca y Finanzas han finalizado su trabajo investigativo en el tema: ***“Evaluación Financiera de la MIPYME “TIPOGRAFÍA EL MAITRO BOQUIN” de la Ciudad de Estelí, enfocado en la rentabilidad y sostenibilidad, durante el año 2018.”***

Este trabajo fue apoyado metodológicamente y técnicamente en la fase de planificación, ejecución, procesamiento, análisis e interpretación de datos, así como sus respectivas conclusiones y propuesta.

Después de revisar la coherencia, contenido y la incorporación de las observaciones brindado el docente/tutor y consultas realizadas a especialistas en el tema, considero que el mismo hace una aportación significativa al conocimiento y da aportes relevantes al evaluar financieramente la rentabilidad y sostenibilidad de una MIPYME a este sector de tipografía.

También, la amplia literatura científica relacionada con el tema indicado, evidencia que ocupa un lugar importante en el desarrollo de métodos recientes de procesos investigativos de alta especialización.

Por consiguiente, valoro que el mismo cumple con los requisitos establecidos en la normativa para la Licenciatura vigente y, por lo tanto, está listo para ser presentado ante la institución rectora.

Dado en la ciudad de Estelí a los quince días del mes de febrero del 2020.

Msc. Julio Rafael Berríos Noguera
Tutor/Docente

ÍNDICE

I. INTRODUCCIÓN	1
1.1. Antecedentes.....	3
1.2. Planteamiento del problema	5
1.3. Sistematización del problema.....	7
1.4. Justificación	8
II. OBJETIVOS.....	9
2.1. Objetivo general	9
2.2. Objetivos específicos.....	9
III. MARCO TEÓRICO	10
3.1. MIPYMES.....	10
3.1.1. Definición de MIPYMES	10
3.1.2. Clasificación de las MIPYMES	11
3.1.3. Características de Generales de las MIPYMES	12
3.1.4. Ventajas y desventajas de las MIPYMES.....	13
3.1.6.1. Ventajas y desventajas de las Microempresas.....	13
3.1.6.2. Ventajas y desventajas de las Pequeñas empresas	14
3.1.6.3. Ventajas y desventajas de las Medianas empresas	16
3.2. Finanzas.....	17
3.2.1. Definición	17
3.2.2. Administración Financiera	18
3.3. Rentabilidad.....	19
3.3.1. Indicadores de Rentabilidad.....	23
3.4. Sostenibilidad.....	25
3.4.1. Ventajas de las MIPYMES al Gestionar los temas de sostenibilidad.	27
3.4.2. Principales retos a los que se enfrenta una MIPYME para comenzar a gestionar los temas de sostenibilidad.....	28
3.5. Decisiones Financieras	29
3.5.1. Proceso de toma de decisiones	29
3.5.2. Tipos de decisiones financieras	31

3.5.3. Estrategias para la toma de decisiones.....	32
3.5.4. Importancia de la Toma de decisiones.....	34
3.6. Información Financiera y los Estados Financieros.....	35
3.6.1. Concepto de Estados Financieros:.....	35
3.6.2. Componentes de los estados financieros.....	36
3.6.3. Balance General.....	36
3.6.3.1. Objetivos del Balance General	37
3.6.4. Estado de Resultados	38
3.6.4.1. Objetivos del Estado de Resultados	38
3.6.5. Análisis e interpretación de estados financieros.....	39
3.6.6. Objetivos del análisis financiero	39
3.7. Métodos de análisis (Vertical/horizontal)	40
3.7.1. Métodos de análisis vertical.....	41
3.7.2. Métodos de análisis horizontal	41
3.8. Tipos de razones financieras.....	43
3.8.1. Grupo I Razones de liquidez	44
3.8.2. Grupo II Estabilidad o Endeudamiento	45
3.8.3. Grupo III Actividad del ciclo económico	48
3.8.4. Grupo IV Rentabilidad	50
3.8.5. Precauciones para el uso del Análisis de Razones Financieras.....	50
IV. SUPUESTO	52
4.1. Supuesto	52
4.2. Matriz de Categorías y Subcategorías	53
V. DISEÑO METODOLÓGICO.....	58
5.2. Tipo de estudio	58
5.3. Población y muestra	58
5.6. Técnicas de recolección de datos	60
5.7. Etapas de investigación.....	60
VI. RESULTADOS	62
6.1. Objetivo Especifico N°1: Identificación de los Factores de rentabilidad y sostenibilidad.....	62
6.2. Objetivo Especifico N°2: Análisis de los estados financieros en función de la rentabilidad y sostenibilidad de la Tipografía El Maitro Boquín.	73

6.2.1. Razones de Liquidez	75
6.2.2. Razones de Endeudamiento o Apalancamiento Financiero	76
6.2.3. Razones de Actividad	78
6.2.4. Razones de Rentabilidad.....	79
6.2.5. Toma de decisiones.	80
6.3. Objetivo Especifico N°3: Propuesta de estrategias para aumentar la rentabilidad de Tipografía El Maitro Boquín.....	82
VII. CONCLUSIONES	89
VIII.RECOMENDACIONES	90
IX. BIBLIOGRAFÍA	92
X. ANEXOS	96

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Estructura del Balance General	37
Figura 2. Estructura del Estado de Resultados	38
Figura 3. Métodos de Análisis Financieros	40
Figura 4 Organigrama Tipografía El Maitro Boquín	64

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Clasificación de las MIPYMES según la Ley 645.	11
Tabla 2. Ventajas y Desventajas de las Microempresas	14
Tabla 3. Ventajas y desventajas de las Pequeñas empresas.....	14
Tabla 4. Ventajas y Desventajas de las Medianas Empresas	16
Tabla 5. FODA Tipografía el Maitro Boquín.....	83

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Cuadro de Síntomas y Pronósticos	96
Anexo 2. Ejemplo de Bosquejo.....	97
Anexo 3. Cronograma de actividades.....	98
Anexo 4. Cuadro guía para la elaboración de resultados	99
Anexo 5. Guía de entrevistas 1	101
Anexo 6. Estado de Resultados de Tipografía El Maitro Boquín	106
Anexo 7. Balance General de Tipografía El Maitro Boquín	107
Anexo 8. Criterios de Análisis de los Ratios Financieros.....	108
Anexo 9. Memoria de Cálculo de las razones Financieras.....	110
Anexo 10. Fotografías de las Instalaciones de Tipografía el Maitro Boquín	113

I. INTRODUCCIÓN

Es indudable como las MIPYMES ascienden en el mercado día a día, cada año surgen nuevas empresas en diferentes sectores, como lo es el sector secundario o industrial que se caracterizan por ser uno de los sectores más importantes en el desarrollo de la economía, por la capacidad de identificar las posiciones y rendimientos de sus empresas, sin embargo, no se llevan a cabo análisis completos que permitan obtener un mejor desempeño y crecimiento de estas.

Para cualquier empresa es de suma importancia hacer uso adecuado de sus recursos monetarios, lo cual se logra a través de la correcta evaluación de los estados financieros que revelen la posición real de la empresa que facilite la toma de decisiones en función del crecimiento de la misma.

Dada la importancia de realizar un análisis de los estados financieros en las empresas, surge el interés de evaluar financieramente la rentabilidad y sostenibilidad de la MIPYME Tipografía el Maitro Boquín durante el año 2018 y de esta manera conocer la situación económica de la empresa.

La presente investigación se encuentra estructurada en diez capítulos, cada uno forma parte fundamental de la misma, y están distribuidos de la siguiente manera:

Capítulo 1: Describe de manera general los aspectos relacionados con los antecedentes del estudio, en el cual se hace referencia a investigaciones relacionadas con el tema de investigación, también señala el planteamiento de los problemas identificados en la empresa, las preguntas de investigación para tener una idea más clara del estudio. Así mismo se define el porqué de la investigación.

Capítulo 2: Se definen los objetivos planteados para el desarrollo de la presente investigación, el objetivo general y los específicos.

Capítulo 3: Se refiere a los aspectos teóricos científicos que sustentan la investigación, los cuales son de gran importancia para desarrollar los resultados del estudio. Dentro de los aspectos están, indicadores financieros, estados contables, toma de decisiones y empresa.

Capítulo 4: Señala el supuesto de la investigación de igual forma la matriz de categoría y subcategorías.

Capítulo 5: Plantea el diseño metodológico en el que se detalla el tipo de investigación, tipo de estudio, la cual tiene un enfoque cualitativo, así mismo la población, muestra y

unidad de análisis seleccionada. Describe las técnicas de recolección de datos (entrevista y revisión documental) y por último las etapas de la investigación.

Capítulo 6: Una vez aplicados los instrumentos, se continúa con el proceso de los resultados obtenidos en el desarrollo de la investigación, dando salida a los objetivos específicos propuestos.

Capítulo 7: Finalmente, se procede a la redacción de conclusiones basadas en los resultados obtenidos a través del análisis de la información.

Capítulo 8: En este capítulo se señalan las recomendaciones dirigidas a la empresa de acuerdo a las conclusiones planteadas, de esta manera la empresa pueda hacer uso de manera correcta de análisis a través de indicadores financieros que faciliten el proceso de toma de decisiones en función de la rentabilidad y sostenibilidad de la MIPYME Tipografía el Maitro Boquín.

Capítulo 9: Se agregan las referencias que fueron utilizadas para obtener toda la información necesaria para el desarrollo de la investigación, como tesis, libros y sitios web.

Capítulo 10: Por último, se presentan los anexos, los cuales muestran las evidencias de la información obtenida durante el proceso de investigación.

1.1. Antecedentes

Al buscar antecedentes de esta investigación no se encontraron estudios anteriores puesto que es la primera vez que se elabora un estudio de este tipo en esta empresa, así que se buscaron temas afines.

Para la elaboración de los antecedentes de este estudio, se revisaron diversas fuentes de información relacionadas con el tema de investigación a nivel local; se consultó en la biblioteca Urania Zelaya de FAREM-ESTELÍ, donde se encontraron tesis con temas similares:

- **“Evaluación financiera de la empresa su arte S.A., enfocado en la rentabilidad del negocio, en los periodos finalizados 2017-2018”**, la cual tiene como objetivo general: Evaluar financieramente a la empresa Su Arte S.A., enfocado en la rentabilidad del negocio en el periodo finalizado 2017-2018; la investigación se concluye que la empresa requiere una serie de cambios estructurales en los procesos productivos, organizativos y de mercado que les permita generar utilidades y disminuir la carga de gastos, ya que la situación de la empresa no es saludable, en cuanto a los índices de rentabilidad la empresa no generó utilidades en los últimos doce meses arrojando como resultado que Su Arte S.A., no es estable ni rentable, el cual es un indicativo que refleja una mala gestión en la administración de los recursos de la misma, por lo cual se consideró una empresa de muy alto riesgo. (Briones V. M., 2019)
- Se realizó una investigación en el año 2017, elaborada por estudiantes de la carrera de Contaduría Pública y Finanzas; Carmen Patricia Flores García, Michael Alexander Merlo Ráudez con el tema; **“Efectos de un análisis financiero en la empresa TUBCELS.A, de Estelí durante el período comprendido entre los años 2014 –2015.”** El cual tiene por objetivo determinar el efecto del análisis Financiero en la toma de decisiones de la empresa TUBCEL S.A, de Estelí durante el período comprendido entre los años 2014 – 2015, donde se identificó mediante la aplicación del análisis financiero la situación de TUBCEL, S.A., reflejo que cuenta con liquidez en sus operaciones, pero en comparación con el año anterior no es significativa el aumento de liquidez dado que la empresa está produciendo y vendiendo un poco más, pero aumentando costos y gastos algo que no es bueno pues está en estancamiento operativo y de rentabilidad dado que no aumenta clientes ni sus utilidades y puede decir que no tiene un nivel de competitividad deseado dentro del mercado pues desde que inició sus operaciones ha trabajado con los mismos clientes y los mismos son los que mantienen en operación, es decir no tienen una visión de crecimiento y expansión en el mercado. (García Flores & Raudez Merlo, 2017)

- **“Diagnostico financiero de la empresa soluciones informáticas, S.A. en el periodo 2013-2014”** para optar al título de master en finanzas, elaborada por Mónica Siles Reyes; el cual tiene por objetivo elaborar un diagnóstico financiero de la empresa Soluciones Informáticas, S.A. en el periodo 2013-2014, se determinó que la compañía requiere aumentar considerablemente los márgenes de sus utilidades, puesto que éstos se han visto afectados principalmente por las ventas, las cuales han disminuido en gran proporción (21,70%), por retrasos en la importación de sus productos y la morosidad en las cuentas por cobrar a sus clientes. Sus principales fortalezas están concentradas en una disminución de sus razones de endeudamiento y apalancamiento, consecuencia de la amortización de sus pasivos, aunque muestra debilidades en la rotación de activos e inventarios, por consiguiente su rentabilidad y rendimiento también se ven afectados, sin embargo la empresa no presenta dificultades para operar, muestra un buen capital de trabajo y liquidez favorable, que aunque han decrecido, le permite a la organización ser capaz de cubrir sus obligaciones sin tener que recurrir en gran proporción al financiamiento externo.

Las investigaciones antes mencionadas son consideradas como antecedentes en el estudio de la **“Evaluación Financiera de la MIPYME “TIPOGRAFÍA EL MAITRO BOQUIN” de la Ciudad de Estelí, enfocado en la rentabilidad y sostenibilidad, durante el año 2018.”** porque guardan una estrecha relación con el mismo, al presentar análisis de las situaciones financieras y de gestión y sostenibilidad de empresas de diferentes giros económicos mediante la aplicación de ratios financieros y diagnósticos, obteniendo resultados diferentes según la problemática tales como gestiones administrativas deficientes, falta de controles internos, escasa rotación de inventarios que ocasionan problemas de rentabilidad; los cuales son relativamente parecidos a los de la empresa objeto de nuestra investigación.

1.2. Planteamiento del problema

Las MIPYMES representan social y económicamente un rol como creadoras y amortiguadores del problema del empleo, son creadas por personas con capacidad emprendedora, las mismas que desconocen aspectos de gestión sobretodo en el campo de la planeación y las finanzas, siendo de gran interés conocer la situación financiera de una de estas empresas mediante la aplicación de razones financieras a estados contables, que permitan evaluar financieramente la rentabilidad y sostenibilidad de Tipografía el Maitro Boquín.

Tipografía el Maitro Boquín es una MIPYME ubicada en el Barrio Héroes y Mártires del municipio de Estelí, departamento del mismo nombre, la que se dedica a ofrecer servicios tipográficos y de diseño personalizado para los negocios formalmente constituidos como facturas, formatos de compra, tarjetas de presentación, entre otros; y servicios a particulares tales como tarjetas de cumpleaños.

En Estelí Tipografía El Maitro Boquín es una microempresa, que desde su fundación ha luchado por desarrollarse, crecer y posicionarse de manera sostenible en el mercado tipográfico Esteliano, lo cual ha sido todo un reto ya que el mercado es un nicho cerrado en el que compiten empresas tanto en calidad como en variedad de servicios; siendo esto último una de las limitantes de la empresa en tanto que no ofrece un servicio tipográfico integral, así como también no posee estructura organizacional, y aunque lleva contabilidad formal carece de controles internos, financieros y administrativos que le permitan llevar a cabo una gestión sostenible, adecuada y competitiva que asegure la rentabilidad y el desarrollo de la empresa; por ende es muy importante evaluar financieramente la empresa para conocer su situación actual y tomar medidas de acción que garanticen la sostenibilidad de la misma a largo plazo.

Según la información proporcionada la toma decisiones en esta empresa se da sin el debido cuidado de atender su crecimiento económico y sin hacer uso de ninguna técnica de análisis financiero; es decir se trabaja a través de la experiencia y los contactos que ya tienen en el mercado, estimando que sus decisiones son las más acertadas, esto provoca que cuente con un bajo número de clientes fijos con los que se mantiene en funcionamiento, debido a la poca publicidad y oferta pobre de servicios, lo que se puede considerar como una de las principales problemáticas, por su insuficiencia en la realización de análisis financieros minuciosos mediante la aplicación de ratios que reflejen realmente la posición financiera en que se encuentra la empresa.

Otro problema que enfrenta la empresa es en relación a sus maquinarias, ya que algunas de ellas se encuentran sin uso, debido a la poca o nula demanda de productos

que se pueden elaborar con estas, provocando a la empresa disminución de la oferta de servicios y como resultado de ello una baja en sus ventas y utilidades.

En términos específicos, esta MIPYME no fija metas en función del crecimiento de la misma, así mismo tampoco aplican ninguna política de rentabilidad y sostenibilidad que le permita mejorar su situación financiera.

Pregunta Problema

- ¿Cuál es la situación financiera de la MIPYME Tipografía El Maitro Boquín según sus Estados Financieros en la rentabilidad y sostenibilidad durante el año 2018?

1.3. Sistematización del problema

- ¿Cuáles son los factores de rentabilidad y sostenibilidad de la MIPYME Tipografía El Maitro Boquín?
- ¿Realizan análisis financieros de sus estados de situación financiera?
- ¿Cómo es la gestión administrativa de la empresa?
- ¿La toma de decisiones está enfocada en la rentabilidad?
- ¿Implementan políticas de sostenibilidad?

1.4. Justificación

El sector tipográfico de la ciudad de Estelí ha tomado mucho auge en la última década debido al desarrollo de la economía y a la creciente ola de emprendedurismo que hay en la ciudad, en tal sentido cada día son más las empresas que necesitan servicios tipográficos de facturas, diseño y /o publicidad. En este contexto se realiza esta investigación enfocada en realizar la evaluación financiera de la MIPYME Tipografía El Maitro Boquín una de las 9 MIPYMES pertenecientes a este sector.

Como se conoce, el buen funcionamiento y éxito de las distintas empresas está en administrar de manera eficiente y eficaz los recursos con que estas cuentan, para poder maximizar las riquezas y permanecer estable en el mercado, para ello, es necesario la elaboración de análisis y la aplicación de ratios a los estados financieros para conocer realmente la posición económica de las empresas, por esta razón se pretende evaluar financieramente la rentabilidad y sostenibilidad de Tipografía el Maitro Boquín, analizando los estados contables que presenta en el año 2018 por medio de la aplicación de análisis e indicadores financieros a estos, que contribuyan en el proceso de toma de decisiones acertadas que conlleven al crecimiento y rentabilidad sostenida de la misma.

Además, se busca conocer los factores que propician la rentabilidad y sostenibilidad de la Tipografía para que la empresa les saque provecho. Dicho eso, esta investigación se centra en identificar las posibles debilidades en el aspecto financiero para que la gerencia pueda tomar las decisiones más convenientes para su crecimiento.

Este estudio será de utilidad a Tipografía El Maitro Boquín, ya que con los resultados de la aplicación de las razones financieras, se conocerá la liquidez, solvencia y rentabilidad de la MIPYME. De igual forma, permite establecer parámetros adecuados para agilizar, ejecutar y garantizar el cumplimiento de las actividades, además, servirá a los futuros investigadores para que tengan cierto conocimiento de la importancia de la aplicación de indicadores financieros que permitan evaluar la rentabilidad de la empresa y por ende se lleve a cabo un adecuado proceso de toma de decisiones.

La presente investigación, se realiza con el fin de dar respuesta a la situación específica que atraviesa dicha empresa, dentro de un gremio desprovisto de información que sirvan de parámetros de medición y comparación de la información contable para facilitar los procesos administrativos y si adopta nuestras recomendaciones, se lograra mejorar su situación financiera, llevar un mejor orden y control en la información de la empresa.

II. OBJETIVOS

2.1. Objetivo general

- Evaluar financieramente la rentabilidad y sostenibilidad de la MIPYME Tipografía el Maitro Boquín durante el año 2018.

2.2. Objetivos específicos

- Identificar los factores de rentabilidad y sostenibilidad de la MIPYME Tipografía el Maitro Boquín.
- Analizar los estados financieros en función de la rentabilidad de la empresa para la toma de decisiones.
- Proponer estrategias para aumentar la rentabilidad de la empresa.

III. MARCO TEÓRICO

3.1. MIPYMES

3.1.1. Definición de MIPYMES

En el mundo existe una gran variedad de formas de considerar y definir a las micro, pequeñas y medianas empresas, dependiendo de las necesidades propias de cada país o de los objetivos que se persigan. Es decir, en cada país, tomando en cuenta su experiencia y características propias, sus necesidades singulares y los intereses generados de por medio, se pueden esgrimir los argumentos necesarios para aplicar determinada clasificación y con base en ella aplicar las políticas, medidas y estrategias económicas tendientes a propiciar el desarrollo de dichos estratos empresariales. (Saavedra G & Hernández C, 2008)

A continuación se presentan tres conceptos de diversos autores sobre el término MIPYME:

- Las pequeñas y medianas empresas (conocidas también por el acrónimo Pymes) son empresas con características distintivas, y tienen dimensiones ocupacionales financieros prefijados por los Estados o Regiones. Son agentes con Lógicas, culturas e intereses y un espíritu emprendedor específicos. Usualmente se ha visto también el término MIPYMES (acrónimo de “micro. Pequeñas y medianas empresas”), que es una expansión del término original, en donde se incluye a la microempresa.

No existe una definición específica de lo que es una MIPYMES sin embargo todas las definiciones tienen en cuenta al menos la variable: número de trabajadores o empleo en combinación con una de dos variables adicionales: nivel de ventas y nivel de activos. Sin embargo, en la práctica limitaciones de información permiten calcular la dimensión del sector utilizando únicamente la variable número de trabajadores. (MIPYMES, 2013)

- En Nicaragua, la Ley N° 645 en el artículo 4 define a las MIPYMES de la siguiente manera: Las MIPYME son todas aquellas micro, pequeñas y medianas empresas, que operan como persona natural o jurídica, en los diversos sectores de la economía, siendo en general empresas manufactureras, industriales, agroindustriales, agrícolas, pecuarias, comerciales, de exportación, turísticas, artesanales y de servicios, entre otras.

Se clasifican dependiendo del número total de trabajadores permanentes, activos totales y ventas totales anuales. (Asamblea Nacional de Nicaragua, 2008)

- También pueden definirse como “un conjunto de unidades dedicadas a la producción de bienes o a la prestación de servicios con la finalidad primordial de crear empleos y generar ingresos para las personas que participan en esa actividad. Estas unidades casi siempre funcionan en pequeña escala, con organización rudimentaria, en la que hay muy poca o ninguna distinción entre el trabajo y el capital como factores de producción. Las relaciones de empleo, en los casos en que existen, se basan más bien en el empleo ocasional, el parentesco o las relaciones personales y sociales y no en acuerdos contractuales que suponen garantías formales. (Obando Montero, Rojas Molina, & Zevallos Vallejos, 2008)

3.1.2. Clasificación de las MIPYMES

La palabra MIPYMES es un acrónimo que abarca a tres diferentes tipos de empresa: micro, pequeña y mediana empresa, sin embargo como ya se mencionó anteriormente, no existe una definición unánime y su conceptualización va ligada a la clasificación que cada país le otorga al término, principalmente por número de trabajadores y volumen de ventas y /o producción.

En Nicaragua las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) son parte estructural de la economía del país, donde 9 de 10 son MIPYMES, lo que representa el 87% del tendido empresarial (La Prensa, 2019) y su clasificación se puede encontrar en la página del MIFIC (Ministerio de Fomento Industria y Comercio) que es el órgano rector de la Ley 645, ley de MIPYMES y es la instancia ejecutora de las políticas del Instituto Nicaragüense de Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa.

La clasificación de las MIPYMES en Nicaragua según el MIFIC es la siguiente:

Tabla 1. Clasificación de las MIPYMES según la Ley 645.

Variables	Micro empresa	Pequeña Empresa	Mediana
Número total de trabajadores	1-5	6-30	31-100

Activos totales (córdobas)	Hasta C\$200.00 miles	Hasta C\$1.5 millones	Hasta C\$6.00 millones
Ventas anuales (córdobas)	Hasta C\$1 millón	Hasta C\$9 millones	Hasta C\$40 millones

Fuente: Arto 4 de la Ley 645, Ley MIPYME.

3.1.3. Características de Generales de las MIPYMES

He aquí una enumeración, a modo de resumen y sólo a los fines didácticos, de las principales características que definen a este tipo de empresas, distinguiendo aquellas favorables que aseguran su existencia y promueven su permanencia en el mercado, de las que no lo son.

Favorables

- La característica principal de las MIPYMES es su naturaleza heterogénea; independientemente de la industria a la cual pertenezcan una nunca será igual a otra.
- Poseen una estructura organizativa sencilla y descentralizada que les otorga flexibilidad a la hora de afrontar los cambios continuos del contexto económico.
- Presentan carácter pionero, de innovación y creatividad, ya que pueden realizar productos individualizados, a diferencia de las Grandes que se enfocan más en productos estandarizados, en nichos de mercado aún no explotados, con menor capital inicial y riesgo financiero.
- Debido a sus dimensiones permiten un flujo de comunicación dinámico e inmediato entre sus miembros, evitando procesos burocráticos que entorpecen las decisiones y acciones.
- Se desarrollan en sectores cuya escala de operación eficiente es pequeña, es decir en actividades que no requieren incurrir en costos fijos considerables, ni promocionar productos mediante el uso de la publicidad masiva.
- Conviven con las Grandes empresas produciendo bienes y servicios parecidos, siempre y cuando puedan explotar nichos de demanda que valoren la diferenciación de productos, ya sea por calidad o por variedad.
- Permiten el equilibrio regional. Diversifican la economía a partir de sus multi localizaciones en contraposición a la concentración de las Grandes Empresas en determinados sectores y sólo en las grandes ciudades.

- Son grandes generadoras de empleo, principalmente en una sociedad donde los objetivos de las políticas económicas apuntan a la reducción de la pobreza y generación de puestos de trabajo.

Desfavorables

- En las MIPYMES predomina la falta de planificación y de equidad en la comunicación interna; y la presencia de procesos administrativos empíricos y rudimentarios.
- Poseen baja Productividad.
- Muestran frecuente retraso tecnológico por falta de inversión.
- Presentan carencia de estrategias y abuso de la intuición personal como brújula del desarrollo.
- Tienen acceso restringido a fuentes de financiamiento. Los dueños suelen involucrar su economía personal en la gestión de las mismas.
- Prevalece la desinformación acerca de los sucesos del contexto macro y micro que la atraviesan.
- Debido a que sus orígenes muchas veces se encuentran asociados al emprendedurismo es que presentan un ciclo de vida breve. Del total de las MIPYMES creadas por año más de la mitad suelen quedar en el camino, afectando la economía personal de su/s fundador/es, de sus trabajadores, así como el PBI nacional.
- Limitación para incursionar en actividades exportadoras, prevaleciendo el aislamiento.

3.1.4. Ventajas y desventajas de las MIPYMES

A continuación se muestran las ventajas y desventajas que presentan las MIPYMES, ya que es de vital importancia conocer las fuerzas y debilidades que muestran este tipo de empresa, que según su tamaño determinan sus ventajas o desventajas para su desarrollo como empresa.

3.1.6.1. Ventajas y desventajas de las Microempresas

Según el Banco Mundial, más de 200 millones de empresas no tienen acceso a los préstamos que necesitan. De ellas, más del 90 por ciento son microempresas y pymes. Cuentan con una serie de ventajas pero también de desventajas (MAPFRE, 2018), que se detallan a continuación:

Tabla 2. Ventajas y Desventajas de las Microempresas

VENTAJAS	DESVENTAJAS
Dinamizan la economía de las naciones.	Dificultades para introducirse en mercados competitivos.
Promueven una mayor transparencia de los mercados.	No tienen poder de decisión en el medio.
Generan grandes cantidades de empleo.	Dificultades para acceder al mercado externo.
Permiten una distribución más democrática de los ingresos.	Los salarios son bajos.
Se adaptan con mayor facilidad a los cambios económicos.	No se emplean controles de calidad.
La inversión en su creación es mínima.	No se encuentran especializaciones técnicas entre su personal.
Tienen posibilidades de expandirse, pudiéndose convertir en grandes empresas.	Tienen limitaciones para acceder a la información y a la investigación.
Su dirección está más centralizada, lo que agiliza la toma de decisiones.	Tienen excesiva dependencia hacia los propietarios.
Simplifica y disminuye los costos de la estructura administrativa.	

Fuente: *Rodríguez, Valencia Joaquín, Cómo Administrar Pequeñas y Medianas Empresas, Ed. Internacional Thomson Editores, México, 1996, p.20*

3.1.6.2. Ventajas y desventajas de las Pequeñas empresas

Tabla 3. Ventajas y desventajas de las Pequeñas empresas

VENTAJAS	DESVENTAJAS
Capacidad de generación de empleos (absorben una parte importante de la PEA). Asimilación y adaptación de tecnología.	Les afecta con mayor facilidad los problemas que se suscitan en el entorno económico como la inflación y la devaluación. Viven al día y no pueden

	soportar períodos largos de crisis en los cuales disminuyen las ventas.
Producción local y de consumo básico.	Son más vulnerables a la fiscalización y control gubernamental, siempre se encuentran temerosos de las visitas de los inspectores.
Contribuyen al desarrollo regional (por su establecimiento en diversas regiones).	La falta de recursos financieros los limita, ya que no tienen fácil acceso a las fuentes de financiamiento.
Flexibilidad al tamaño de mercado (aumento o disminución de su oferta cuando se hace necesario).	Tienen pocas o nulas posibilidades de fusionarse o absorber a otras empresas; es muy difícil que pasen al rango de medianas empresas.
Fácil conocimiento de empleados y trabajadores, facilitando resolver los problemas que se presentan (por la baja ocupación de personal).	Mantienen una gran tensión política ya que los grandes empresarios tratan por todos los medios de eliminar a estas empresas, por lo que la libre competencia se limita o de plano desaparece.
Mantiene una unidad de mando permitiendo una adecuada vinculación entre las funciones administrativas y operativas.	Su administración no es especializada, es empírica y por lo general la llevan a cabo los propios dueños.
Producen y venden artículos a precios competitivos (ya que sus gastos no son muy grandes y sus ganancias no son excesivas).	Les afecta con mayor facilidad los problemas que se suscitan en el entorno económico como la inflación y la devaluación. Viven al día y no pueden soportar períodos largos de crisis en los cuales disminuyen las ventas.

Fuente: *Rodríguez, Valencia Joaquín, Cómo Administrar Pequeñas y Medianas Empresas, Ed. Internacional Thomson Editores, México, 1996, p.20*

3.1.6.3. Ventajas y desventajas de las Medianas empresas

Tabla 4. Ventajas y Desventajas de las Medianas Empresas

VENTAJAS	DESVENTAJAS
Cuentan con buena organización, permitiéndoles ampliarse y adaptarse a las condiciones del mercado.	Mantienen altos costos de operación. No se reinvierten las utilidades para mejorar el equipo y las técnicas de producción.
Tienen una gran movilidad, permitiéndoles ampliar o disminuir el tamaño de la planta, así como cambiar los procesos técnicos necesarios.	Sus ganancias no son elevadas; por lo cual, muchas veces se mantienen en el margen de operación y con muchas posibilidades de abandonar el mercado.
Por su dinamismo tienen posibilidad de crecimiento y de llegar a convertirse en una empresa grande.	No contrataran personal especializado y capacitado por no poder pagar altos salarios.
Absorben una porción importante de la población económicamente activa, debido a su gran capacidad de generar empleos.	La calidad de la producción no siempre es la mejor, muchas veces es deficiente porque los controles de calidad son mínimos o no existen.
Asimilan y adaptan nuevas tecnologías con relativa facilidad.	No pueden absorber los gastos de capacitación y actualización del personal, pero cuando lo hacen, enfrentan el problema de la fuga de personal capacitado.
Se establecen en diversas regiones del país y contribuyen al desarrollo local y regional por sus efectos multiplicadores.	Sus posibilidades de fusión y absorción de empresas son reducidas o nulas.
Cuentan con una buena administración, aunque en muchos casos influenciada por la, opinión de los dueños del negocio.	Algunos otros problemas como: ventas insuficientes, debilidad competitiva, mal servicio, mala atención al público, precios altos o calidad mala, activos fijos excesivos, mala ubicación, descontrol de inventarios, problemas de impuestos, y falta de financiamiento adecuado y oportuno.

Fuente: *Rodríguez, Valencia Joaquín, Cómo Administrar Pequeñas y Medianas Empresas, Ed. Internacional Thomson Editores, México, 1996, p.20*

3.2. Finanzas

3.2.1. Definición

El término finanzas proviene del latín “finis”, que significa acabar o terminar. Las finanzas tienen su origen en la finalización de una transacción económica con la transferencia de recursos financieros (con la transferencia de dinero se acaba la transacción).

Las finanzas se pueden definir como el arte y la ciencia de administrar dinero. Virtualmente todos los individuos y organizaciones ganan u obtienen dinero y lo gastan o lo invierten. Las finanzas están relacionadas con el proceso, las instituciones, los mercados y los instrumentos aplicados en la transferencia de dinero entre individuos, empresas y gobiernos.

De manera más formal las finanzas se definen como: la función directiva mediante la cual se consiguen, se asignan y administran los recursos económicos de la empresa para procurar la óptima generación de recursos adicionales (uno de los objetivos de toda empresa)

Las Finanzas Públicas

Es un campo de la economía que se encarga de estudiar el pago de actividades colectivas o gubernamentales, y con la administración y diseño de dichas actividades. El campo se divide a menudo en las cuestiones de lo que le gobierno o lo que las organizaciones colectivas tienen que hacer o están haciendo, y las cuestiones de cómo pagar por estas actividades. También suele denominarse economía pública o finanzas del sector público.

En el ámbito de las finanzas públicas se consideran tres aspectos: los efectos gubernamentales en

- La asignación eficiente de los recursos.
- La distribución de ingresos
- La estabilización macroeconómica. (Rugama, 2017)

Las Finanzas Corporativas (empresas)

Se centran en la forma en la que las empresas pueden crear valor y mantenerlo a través de uso eficiente de los recursos financieros. Se subdivide en tres partes:

- Las decisiones de inversión: que se centran en el estudio de los activos reales en los que la empresa debería invertir.
- Las decisiones de financiación: que estudiaba la obtención de fondos (provenientes de inversores que adquieren los activos financieros emitidos por la empresa) para que la compañía pueda adquirir los activos en los que ha decidido invertir.
- Las decisiones directivas: que atañen a las decisiones operativas y financieras del día a día como, por ejemplo: el tamaño de la empresa.

Algunas de las zonas de estudio de las finanzas corporativas son por ejemplo:

- El equilibrio financiero
- El análisis de la inversión en nuevos activos.
- El reemplazamiento de viejos activos.
- Las funciones y adquisiciones de la empresa.
- El análisis del endeudamiento.
- La emisión de acciones y obligaciones. (Rugama, 2017)

3.2.2. Administración Financiera

Concepto:

La administración financiera es 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.

Abarca tres aspectos importantes de los recursos financieros:

- **Rentabilidad:** Es la capacidad de producir o generar un beneficio adicional (ganancia/utilidad) sobre la inversión o esfuerzo realizado.
- **Liquidez:** Es mantener un balance entre las inversiones de corto, mediano y largo plazo y la disponibilidad de recursos para cumplir con los compromisos financieros inmediatos de la organización.
- **Control de riesgos:** Situaciones que ponen en riesgo los objetivos financieros. Riesgo es todo aquello que tiene una probabilidad de ocurrencia (puede o no ocurrir) y que al ocurrir puede limitar o afectar (ligera, moderada o severamente) el alcance de los objetivos financieros y afectar negativamente el valor de los recursos financieros de una organización.

La administración financiera busca que los recursos financieros mantengan un adecuado balance entre rentabilidad (inversiones) y liquidez (disponibilidad). El objetivo principal de las finanzas es ayudar a las empresas a realizar un uso correcto de su dinero, apoyándose en herramientas financieras para lograr una correcta optimización de los recursos, administrándolos y manteniendo un adecuado control de los mismos, para maximizar el valor de la empresa, manteniendo una adecuada salud financiera.

Existen varios factores que pueden afectar o beneficiar las decisiones que se toman con respecto al manejo de las finanzas, como factores sociales, económicos, políticos, ambientales, tecnológicos, entre los más importantes. Las finanzas están relacionadas con otras áreas como la economía, la administración, la contabilidad, la política, las matemáticas y la estadística, entre otras.

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. La contabilidad registra y documenta, en forma monetaria todas las actividades y acciones de una empresa, ya sean ventas, compras, contrataciones, adquisiciones, efectivo, cuentas por cobrar, inventarios, activos fijos, deudas y patrimonio.

Todas estas cuentas quedan registradas en la contabilidad y presentadas a los administradores financieros por medio de los estados financieros (reportes financieros), siendo los principales el Estado de Resultados y el Balance General. (SCAN, 2015)

En el caso de las MIPYMES existe una ventaja de cara a la administración del negocio: las tareas son mucho más simples y normalmente se trata de que lo continúen siendo.

3.3. Rentabilidad

3.3.1. Concepto

Rentabilidad es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener unos resultados. En la literatura económica, aunque el término rentabilidad se utiliza de forma muy variada y son muchas las aproximaciones doctrinales que inciden en una u otra faceta de la misma, en sentido general se denomina rentabilidad a la medida del rendimiento que en un determinado periodo de tiempo producen los capitales utilizados en el mismo. Esto supone la comparación entre la renta generada y los medios utilizados para obtenerla

con el fin de permitir la elección entre alternativas o juzgar la eficiencia de las acciones realizadas, según que el análisis realizado sea a priori o a posteriori.

3.3.2. La rentabilidad en el análisis contable

La importancia del análisis de la rentabilidad viene determinada porque, aun partiendo de la multiplicidad de objetivos a que se enfrenta una empresa, basados unos en la rentabilidad o beneficio, otros en el crecimiento, la estabilidad e incluso en el servicio a la colectividad, en todo análisis empresarial el centro de la discusión tiende a situarse en la polaridad entre rentabilidad y seguridad o solvencia como variables fundamentales de toda actividad económica. Así, la base del análisis económico-financiero se encuentra en la cuantificación del binomio rentabilidad-riesgo, que se presenta desde una triple funcionalidad:

- Análisis de la rentabilidad.
- Análisis de la solvencia, entendida como la capacidad de la empresa para satisfacer sus obligaciones financieras (devolución de principal y gastos financieros), consecuencia del endeudamiento, a su vencimiento.
- Análisis de la estructura financiera de la empresa con la finalidad de comprobar su adecuación para mantener un desarrollo estable de la misma.

Es decir, los límites económicos de toda actividad empresarial son la rentabilidad y la seguridad, normalmente objetivos contrapuestos, ya que la rentabilidad, en cierto modo, es la retribución al riesgo y, consecuentemente, la inversión más segura no suele coincidir con la más rentable. Sin embargo, es necesario tener en cuenta que, por otra parte, el fin de solvencia o estabilidad de la empresa está íntimamente ligado al de rentabilidad, en el sentido de que la rentabilidad es un condicionante decisivo de la solvencia, pues la obtención de rentabilidad es un requisito necesario para la continuidad de la empresa.

3.3.3. Consideraciones para construir indicadores de rentabilidad.

En su expresión analítica, la rentabilidad contable va a venir expresada como cociente entre un concepto de resultado y un concepto de capital invertido para obtener ese resultado. A este respecto es necesario tener en cuenta una serie de cuestiones en la formulación y medición de la rentabilidad para poder así elaborar una ratio o indicador de rentabilidad con significado

- Las magnitudes cuyo cociente es el indicador de rentabilidad han de ser susceptibles de expresarse en forma monetaria.

- Debe existir, en la medida de lo posible, una relación causal entre los recursos o inversión considerados como denominador y el excedente o resultado al que han de ser enfrentados.
- En la determinación de la cuantía de los recursos invertidos habrá de considerarse el promedio del periodo, pues mientras el resultado es una variable flujo, que se calcula respecto a un periodo, la base de comparación, constituida por la inversión, es una variable stock que sólo informa de la inversión existente en un momento concreto del tiempo. Por ello, para aumentar la representatividad de los recursos invertidos, es necesario considerar el promedio del periodo.
- Por otra parte, también es necesario definir el periodo de tiempo al que se refiere la medición de la rentabilidad (normalmente el ejercicio contable), pues en el caso de breves espacios de tiempo se suele incurrir en errores debido a una personificación incorrecta.

3.3.4. Niveles de análisis de la rentabilidad empresarial

Aunque cualquier forma de entender los conceptos de resultado e inversión determinaría un indicador de rentabilidad, el estudio de la rentabilidad en la empresa lo podemos realizar en dos niveles, en función del tipo de resultado y de inversión relacionada con el mismo que se considere:

- Así, tenemos un primer nivel de análisis conocido como rentabilidad económica o del activo, en el que se relaciona un concepto de resultado conocido o previsto, antes de intereses, con la totalidad de los capitales económicos empleados en su obtención, sin tener en cuenta la financiación u origen de los mismos, por lo que representa, desde una perspectiva económica, el rendimiento de la inversión de la empresa.
- Y un segundo nivel, la rentabilidad financiera, en el que se enfrenta un concepto de resultado conocido o previsto, después de intereses, con los fondos propios de la empresa, y que representa el rendimiento que corresponde a los mismos. (Ballesta, Análisis contable, 2002)

¿Qué es la rentabilidad financiera y la rentabilidad económica? Y ¿Cuál es la diferencia?

Según (MytripleA, 2016), la rentabilidad financiera (ROE) mide la capacidad que tienen los fondos propios de la empresa para generar beneficios, es decir la rentabilidad de los accionistas. Mientras que la rentabilidad económica (ROI) mide la capacidad de generar beneficios que tienen los activos totales de una empresa sin tener en cuenta la manera en que se han financiado y el coste que han supuesto para la empresa.

Por otro lado para (Munaylla, 2019) la conceptualización sería la siguiente:

- Rentabilidad financiera: Este concepto engloba el beneficio que consiguen los distintos socios de un negocio. Se encarga de medir la capacidad de una empresa para generar ingresos a partir de sus fondos. Hace referencia a la relación entre el beneficio neto y el patrimonio neto de la compañía. La rentabilidad financiera se puede mejorar de varias maneras:
 - ✓ Incrementando la deuda para que resulte mayor la diferencia entre el activo y los fondos propios
 - ✓ Incrementando el margen
 - ✓ Reduciendo el activo o aumentando las ventas
- Rentabilidad económica: Se ocupa de comparar el resultado conseguido con el desarrollo de la actividad de la compañía con las inversiones hechas. Ese resultado aún será menor al tener que restarle impuestos, gastos e intereses. Cada empresa deberá adoptar los métodos más adecuados para su negocio con el ánimo de incrementarla rentabilidad económica. La manera más sencilla y utilizada pasa por rebajar los costes empresariales ordinarios y subir el precio de los productos o bienes.

3.3.5. La principal diferencia entre rentabilidad financiera y económica es:

- En la rentabilidad financiera se tienen en cuenta los fondos propios que tiene la empresa para la obtención de beneficios.
- En la rentabilidad económica se tiene en cuenta el activo total de la empresa para conocer los beneficios obtenidos.

Otra diferencia entre rentabilidad económica y financiera es el beneficio que se utiliza para calcularlas:

- La rentabilidad financiera relaciona el beneficio una vez deducidos los intereses, impuestos y posibles gastos financieros.
- La rentabilidad económica relaciona el beneficio antes de intereses e impuestos, sin tener en cuenta los gastos financieros que han supuesto la financiación de los activos totales de la empresa. (MytripleA, 2016)

Para efectos de este estudio se hará hincapié en el término de rentabilidad económica puesto que la empresa objeto del mismo no incurre en gastos financieros.

3.3.6. La rentabilidad económica

La rentabilidad económica o de la inversión es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento de los activos de una empresa con independencia de la financiación de los mismos. De aquí que, según la opinión más extendida, la rentabilidad económica sea considerada como una medida de la capacidad de los activos de una empresa para generar valor con independencia de cómo han sido financiados, lo que permite la comparación de la rentabilidad entre empresas sin que la diferencia en las distintas estructuras financieras, puesta de manifiesto en el pago de intereses, afecte al valor de la rentabilidad.

3.3.7. Cálculo de la rentabilidad económica

A la hora de definir un indicador de rentabilidad económica nos encontramos con tantas posibilidades como conceptos de resultado y conceptos de inversión relacionados entre sí. Sin embargo, sin entrar en demasiados detalles analíticos, de forma genérica suele considerarse como concepto de resultado el Resultado antes de intereses e impuestos, y como concepto de inversión el Activo total a su estado medio.

$$RE = \frac{\text{Resultado antes de intereses e impuestos}}{\text{Activo total a su estado medio}}$$

El resultado antes de intereses e impuestos suele identificarse con el resultado del ejercicio prescindiendo de los gastos financieros que ocasiona la financiación ajena y del impuesto de sociedades. Al prescindir del gasto por impuesto de sociedades se pretende medir la eficiencia de los medios empleados con independencia del tipo de impuestos, que además pueden variar según el tipo de sociedad. (Ballesta, Análisis contable, 2002)

3.3.8. Indicadores de Rentabilidad

Según (MytripleA, 2012) menciona que: “Todas las empresas, a la hora de realizar su actividad empresarial tienen interés en conocer si están realizando sus operaciones adecuadamente y si están generando los beneficios esperados o

por el contrario su actividad no se está llevando a cabo de manera correcta y no se alcanzan los objetivos marcados”.

¿Cuáles son los indicadores de rentabilidad más utilizados?

“Los indicadores de rentabilidad son una serie de índices que sirven a una empresa para medir la capacidad que tienen de obtener beneficios, principalmente a través de los fondos propios disponibles o del activo total con el que cuenta la empresa” (MytripleA, 2012)

- **Indicador de Rentabilidad Neta del Activo:** “Este indicador de rentabilidad muestra la capacidad que tiene el activo de generar beneficios en la empresa, sin tener en cuenta como ha sido financiado”.
- **Indicador de Rentabilidad Margen Bruto:** “Indicador de rentabilidad que relaciona el beneficio bruto con las ventas totales de la empresa, es decir, la rentabilidad obtenida por las ventas una vez descontados los gastos de su fabricación y los intereses e impuestos correspondientes”.
- **Indicador de Rentabilidad operacional del patrimonio:** “Muestra la rentabilidad que obtienen los propietarios de la empresa por la inversión que han realizado en la misma, sin tener en cuenta los gastos financieros y los impuestos”.

3.3.9. Herramientas Financieras

Permiten organizar los estados financieros para llevar un mejor manejo y tener la seguridad de que se están manejando y aplicando las herramientas financieras correctamente para incrementar las utilidades de la empresa y así tener la seguridad de que se están tomando las mejores decisiones.

Las herramientas financieras que debe considerar una empresa son:

- Los estados financieros
- La toma de decisiones
- Las proyecciones financieras y aplicación de las políticas de capital de trabajo
- Una buena administración (Blog Credito Real, 2019)

3.4. Sostenibilidad

- **Origen de la sostenibilidad**

El actual concepto de sostenibilidad aparece por primera vez en el Informe Brundtland, publicado en 1987. También llamado Nuestro futuro común, este documento elaborado para Naciones Unidas alertó por primera vez sobre las consecuencias medioambientales negativas del desarrollo económico y la globalización, tratando de ofrecer soluciones a los problemas derivados de la industrialización y el crecimiento poblacional.

Décadas después, la sostenibilidad trata de garantizar las necesidades del presente sin comprometer a las futuras generaciones. ¿Cómo? Sin renunciar a ninguno de los tres pilares esenciales: la protección medioambiental, el desarrollo social y el crecimiento económico.

- **Sostenibilidad ambiental, social y económica**

Sostenibilidad es asumir que la naturaleza y el medio ambiente no son una fuente inagotable de recursos, siendo necesario su protección y uso racional.

Sostenibilidad es promover el desarrollo social buscando la cohesión entre comunidades y culturas para alcanzar niveles satisfactorios en la calidad de vida, sanidad y educación.

En tercer lugar, sostenibilidad es promover un crecimiento económico que genere riqueza equitativa para todos sin dañar el medio ambiente.

Por eso, la sostenibilidad ambiental, la sostenibilidad social y la sostenibilidad económica están estrechamente relacionados. (SOSTENIBILIDAD Para todos, 2019)

Aplicando el concepto a una empresa se dice que una empresa Sostenible es: es aquella que crea valor económico, medioambiental y social a corto y largo plazo, contribuyendo de esa forma al aumento del bienestar y al auténtico progreso de las generaciones presentes y futuras, en su entorno general.

La sostenibilidad aplicada a la estrategia empresarial, va más allá del cumplimiento de las obligaciones jurídicas, fiscales o laborales, siendo de vital importancia el aumento en la inversión del capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores.

La experiencia adquirida con la inversión en tecnologías y prácticas comerciales respetuosas con el medio ambiente sugiere, aparte de cumplir con todas las leyes, aumentar la competitividad de las empresas. Por encima de una consideración de la sostenibilidad, las organizaciones que integran este concepto en su estrategia y toma de decisiones discurren que la obtención de beneficios es el principal objetivo de las

empresas, pero no su única razón de ser, y optan por una reflexión a largo plazo sobre las

decisiones y las inversiones estratégicas. Contribuyen, por tanto, a crear un marco donde las empresas puedan gestionar sus operaciones de modo que se fomente el crecimiento económico y la competitividad, al tiempo que se garantice la protección del medio ambiente y se ponga en valor el impacto social de la actividad empresarial.

El Desarrollo Sostenible en la empresa es, esencialmente, la sostenibilidad económica del negocio, a largo y medio plazo, y para mantener la rentabilidad económica de sus actividades productivas, es necesario contemplar nuevos conceptos de riesgo y de oportunidad, asociados a los aspectos medioambientales y al impacto social de la producción o a la calidad de las relaciones laborales.

La dirección de la empresa debe tratar de satisfacer no sólo las expectativas de los inversores, sino que también a todos los agentes implicados (personas y organizaciones que tengan algún tipo de interés en sus actividades). Una empresa que quiera moverse hacia la sostenibilidad debe comenzar con un compromiso de la alta Dirección que deberá asumir determinados valores. Todas las actividades de la empresa respetarán las pautas marcadas por dichos valores.

Para dar el paso hacia la sostenibilidad tiene que tener una base sólida, ya que hacia lo que nos encaminamos es un proceso de diferenciación y distinción. Una empresa antes de embarcarse en este proceso tiene que tener cubiertos otros requerimientos básicos, como es el cumplimiento de la legislación.

A partir de este punto con la incorporación de sistemas de gestión que nos impliquen un ánimo de superación a través de la mejora continua y de planificación de actividades, estableciendo objetivos de mejora medioambiental. También es importante la evaluación de la situación de la empresa, sus puntos fuertes y sus puntos débiles. La preocupación por el medio ambiente está influenciando y condicionando los procesos de toma de decisiones financieras de empresas, inversores e instituciones financieras.

Los mercados valoran positivamente enfoques de gobierno corporativo, empresas en las que la gestión se lleve a cabo de una manera solidaria y comprometida con el medio ambiente. Aunque tradicionalmente la respuesta empresarial a las nuevas exigencias de responsabilidad ambiental se ha caracterizado por considerarlas como gastos, se empieza a poner de manifiesto la posibilidad de que una gestión ambiental responsable puede derivar en impactos financieros positivos y, por tanto, encerrar oportunidades de generación de valor. Se pueden considerar dos medios, fundamentalmente, en los que se reflejan estas nuevas oportunidades: una mayor facilidad para encontrar financiación externa y el mercado bursátil.

La sostenibilidad se identifica como una fuente de reducción de costes y aumento de ingresos. Además, muchas compañías consideran la sostenibilidad como un factor clave

para fomentar el crecimiento en nuevos mercados con la vista puesta en la recuperación económica. (Rojas, 2012)

El desarrollo sostenible resulta ser uno de los retos más complejos de la gestión empresarial a los que se puede enfrentar los negocios en la actualidad, sin embargo todos los esfuerzos que realice una empresa para incluir estos temas en la agenda cotidiana, estableciéndolos no solo como parte de sus políticas y normas sino como los lineamientos para llevar a cabo las actividades diarias de cada empleado directo o indirecto, se verán reflejados en la generación de valor a clientes, a proveedores, empleados, socios, entidades financieras y a la comunidad, entre otros.

3.4.1. Ventajas de las MIPYMES al Gestionar los temas de sostenibilidad.

Según (Patiño, 2014) las ventajas de las pequeñas y medianas empresas al gestionar la sostenibilidad se pueden resumir en tres y son las siguientes:

- **Reducción de costos operativos:** esto puede lograrse si se comienza con implementación de buenas prácticas, desde las más sencillas hasta más adelante las que requieren mayor inversión, algunas de ellas pueden ser la renovación de las instalaciones de iluminación por unas más eficientes y de menor precio, la implementación de un sistema de eficiencia energético que permite una reducción del gasto total importante en este rubro, comenzar a transformar la flota vehicular de gas natural en lugar de gasolina que permite ahorrar hasta un 40% de combustible, e identificar mejoras en los procesos productivos para disminuir y reutilizar los residuos de materiales que permiten procesos más limpios y ahorros considerables.
- **Mejoramiento de la imagen:** incluir en el portafolio productos y servicios verdes afecta positivamente la imagen de una empresa, y demuestra el compromiso con la sociedad, sus colaboradores y sus clientes. Hoy en día nosotros como consumidores exigimos más conocer las condiciones en las cuáles se está desarrollando un negocio, y las implicaciones y responsabilidades que asumimos al comprar a una marca.

Cuando una empresa cuenta dentro de su sistema de gestión con temas éticos y de responsabilidad también permite disminuir la probabilidad de verse afectado por incumplimientos o por un mal proceso que puede terminar posiblemente en una sanción o un desprestigio en los medios o las redes sociales.

Sin embargo no basta solo con tener en cuenta lo anterior, también se vuelve indispensable que la empresa comunique adecuadamente estos resultados para

que cada día se consolide como una empresa sostenible, socialmente responsable y con buena reputación.

- **Diferenciación en el mercado:** Gestionar el desarrollo sostenible en una empresa puede convertirse en una ventaja competitiva, como se mencionó puede ser un diferencial para los clientes pero también para las grandes empresas, a las que cualquier PYME le quisiera venderle sus productos, ya exigen el cumplimiento de ciertos criterios, la mayoría de ellos relacionados con las buenas prácticas. Adicionalmente, a largo plazo la gestión empresarial adecuada estos temas puede ser un diferencial en la internacionalización de los productos.

3.4.2. Principales retos a los que se enfrenta una MIPYME para comenzar a gestionar los temas de sostenibilidad

Por otro lado las PYMES tienen muchos retos a la hora de implementar Estrategias y Políticas de Sostenibilidad. (Patiño, 2014), las resume de la siguiente manera:

- **La inclusión de la sostenibilidad dentro de la estrategia de la empresa,** es una tarea difícil si la alta dirección no ha contemplado estos temas dentro de sus políticas y objetivos estratégicos. Para ello se requiere que la dirección de la empresa esté a cargo de personal con conciencia de responsabilidad social, ambiental y ética.
- **La participación y el apoyo de todos los niveles jerárquicos de la organización,** puesto que para implementar buenas prácticas se requiere además de una gran concientización al interior de la organización respecto al compromiso que supone incluir estos temas en las decisiones del día a día de los empleados.
- **El presupuesto** destinado para estos temas tiende a ser muy bajo e incluso a ser nulo, sin embargo es posible identificar buenas prácticas que no requieran una gran inversión de dinero pero que ayuden a construir un camino para la implementación de mejores prácticas en un mediano plazo.
- **La implementación de todos los mecanismos de control** para los diferentes procesos con el fin de monitorear el cumplimiento en estos temas, pues difícilmente se cuenta con una planificación de procesos y un seguimiento que garantice el cumplimiento de estas buenas prácticas dentro de toda la organización.

3.5. Decisiones Financieras

Para tomar una decisión es necesario disponer de toda la información posible sobre cada una de las alternativas entre las que es posible escoger y las consecuencias que cada una podría conllevar respecto a los objetivos marcados. Con los datos recopilados como materia prima, el tratamiento correcto de la información permite discernir mejor qué acción es más conveniente ejecutar.

Los resultados de la acción elegida generarán nuevos datos que se integrarán a la materia prima de información recopilada para ser tratados y traducirse en una nueva decisión en un ciclo que se retroalimenta.

El proceso de seleccionar entre las diferentes alternativas para llevar a cabo acciones relacionadas con cualquiera de las funciones administrativas puede segmentarse en ocho etapas:

3.5.1. Proceso de toma de decisiones

La identificación de un problema: el primer paso del proceso de toma de decisiones es haber detectado que hay una diferencia entre el estado actual de la situación y el estado deseado. Esta discrepancia o problema ejerce una presión sobre el administrador que le obliga a actuar, ya sea por políticas de la organización, fechas límite, crisis financieros, futuras evaluaciones del desempeño, entre otros ejemplos. Para que una situación se pueda considerar un problema, el administrador debe disponer de la autoridad, el dinero, la información y cuantos recursos sean necesarios para actuar. Si no es así, nos encontramos delante de unas expectativas que no son realistas.

La identificación de los criterios para la toma de decisiones: señalar la pauta o los métodos que resultarán relevantes para solucionar el problema. Cada individuo responsable de tomar decisiones en la empresa posee un abanico de criterios que lo guían en su cometido, y es importante conocer cuáles se tienen en cuenta y cuáles se omiten, ya que estos últimos resultarán irrelevantes para el encargado de tomar la decisión.

La asignación de ponderaciones a los criterios: priorizar de forma correcta los criterios seleccionados en la etapa anterior, puesto que no todos van a tener la misma relevancia en la toma de la decisión final. Normalmente existe un criterio preferente, y el resto se pueden ponderar comparándolos entre ellos y valorándolos en relación al preferente.

El desarrollo de alternativas: consiste en ser capaz de obtener y presentar todas las alternativas factibles que podrían resolver el problema con éxito.

El análisis de las alternativas: el responsable de la toma de decisiones en la empresa debe estudiar minuciosamente las alternativas que se han propuesto. Las fortalezas y las debilidades de cada una deberían ponerse de manifiesto de forma clara una vez comparadas con los criterios seleccionados y ordenados en la segunda y la tercera etapa. Aunque es cierto que algunas evaluaciones pueden acercarse a la objetividad, hay que tener claro que la mayoría de ellas son subjetivas a causa de su carácter de juicio de valor.

La selección de una alternativa: una vez establecidas y presentadas todas las alternativas, y una vez evaluadas por el responsable de la toma de decisiones según los criterios establecidos y jerarquizados, es el momento de elegir una sola alternativa: la mejor de las presentadas según el procedimiento establecido.

La implantación de la alternativa: una vez completado el proceso de selección de la decisión a ejecutar, cobra una importancia también vital la aplicación de la misma. Lo primero que hay que hacer para llevar a cabo la decisión es comunicarla a las personas afectadas y conseguir que se comprometan con ella. Es más fácil conseguirlo si las personas responsables de ejecutar una decisión participan en el proceso. Estas decisiones se llevan a cabo desde una planificación, organización y dirección efectivas.

La evaluación de la efectividad de la decisión: por último, hay que evaluar el resultado conseguido a raíz de la decisión tomada y la solución adoptada y comprobar si se ha corregido el problema. Si éste todavía persiste, tendrá que estudiarse cuál de las fases anteriores resultó errónea y afrontar una nueva decisión respecto a la decisión inicial: desestimarla por completo o retomarla de forma distinta desde alguno de los pasos anteriores.

Para tomar según qué tipo de decisiones se pueden utilizar modelos para simplificar una realidad demasiado compleja. El objetivo es destacar los aspectos de la realidad más relevantes para el análisis y, gracias, al modelo, lograr una mejor comprensión y descripción de esa realidad que representa. Los modelos se pueden clasificar en:

- **Objetivos y subjetivos:** cuando los sucesos no pueden expresarse objetivamente y no existen modelos formales para su estudio, éstos deben ser informales y basarse en la subjetividad y la intuición.
- **Analíticos y de simulación:** los analíticos sirven para obtener soluciones y deben ser resueltos, y los de simulación son representaciones simplificadas de la realidad para estudiar en ellas los efectos de las distintas alternativas.
- **Estáticos y dinámicos:** los estáticos no utilizan la variable tiempo, mientras que en los dinámicos es un parámetro fundamental.

- **Deterministas y probabilísticos:** en los deterministas se conocen con certeza todos los datos. Si no, se trata de un modelo probabilístico, aleatorio o estocástico. (Teruel, 2019)

3.5.2. Tipos de decisiones financieras

Son múltiples las cuestiones que pueden surgir y a las que debes dar respuesta, tanto a largo como a corto plazo. Desde cómo adquirir el capital necesario, cómo financiar una inversión o qué estrategia financiera es la mejor para tu empresa.

Los principales dilemas de carácter financiero a los que tendrás que hacer frente están relacionados con decisiones sobre la inversión del capital, la política de dividendos y la financiación empresarial. Éstas variarán en función de los objetivos de tu organización.

- **Decisiones sobre la inversión.** Para crecer hay que invertir. La finalidad de toda inversión es percibir futuros beneficios. Sin embargo, hay que saber buscar las oportunidades y valorar la rentabilidad de los proyectos para destinar el capital y acertar en tu toma de decisiones.
- **Decisiones sobre los dividendos.** Deberás encontrar la política de dividendos que mejor se adapte a las características de tu entidad. Además, tendrás que determinar qué volumen y de qué forma vas a distribuir los beneficios o si, por el contrario, vas a reinvertirlos en la empresa.
- **Decisiones sobre la financiación.** Otra de los dilemas a los que tendrás que dar respuesta es qué medios se van a utilizar para financiar la inversión, si se van a utilizar fondos propios o ajenos o el coste de capital que supone la inversión.

En un mercado globalizado y cambiante como el nuestro, es necesario estar preparado para dar respuesta a las nuevas necesidades y demandas de manera creativa, eficaz y rápidamente.

En la toma de decisiones empresariales intervienen una serie de elementos que deberás considerar para acertar en tu elección.

La información y el conocimiento son los principales elementos que intervienen en la toma acertada de decisiones. La información es poder, y saber cómo manejarla puede suponer la diferencia entre tomar decisiones beneficiosas para tu negocio o no.

Dominar las matemáticas financieras, conocer el mercado y hacia dónde se dirige, o conocer y controlar determinadas estrategias y métodos, te ayudará a elegir las mejores opciones para tu empresa.

Rodéate de un buen equipo multidisciplinar que pueda asesorarte y ayudarte en la toma de decisiones financieras.

También deberás tener presente todas las variables que intervengan en el proceso y valorar sus repercusiones para la empresa. Debes evitar tomar decisiones precipitadas y poco meditadas, especialmente si son de carácter financiero y pueden repercutir en la supervivencia de la empresa.

Analiza todas las alternativas que tengas antes de tomar una decisión y estudia todas las opciones. Valora los pros y contras y evalúa el riesgo que conlleva cada decisión que puedas tomar. (EAE, 2014)

3.5.3. Estrategias para la toma de decisiones.

La toma de decisiones financieras es un aspecto muy importante dentro de la empresa, y también en la vida. Acertar en este tipo de decisiones es muy importante para alcanzar nuestros objetivos y minimizar los peligros y riesgos en nuestra inversión. A continuación, te mostramos una serie de consejos básicos imprescindibles para la toma de decisiones financieras.

- **Conocer los datos contables**

Para que una empresa pueda tomar una decisión financiera adecuada o, al menos, contar con las herramientas necesarias para la toma de decisiones, es imprescindible conocer los datos contables de la empresa, y que estos datos contables sean fiables, es decir, que exista una total transparencia en las cuentas de la empresa.

- **Establecer objetivos claros**

Las decisiones financieras siempre deben ir encaminadas a la consecución de los objetivos y metas de la empresa. Estos objetivos deben ser delimitados antes de la toma de decisiones y deben ser realistas, esto es, deben estar dentro de las posibilidades financieras de la empresa. Para ello, ya se ha realizado un análisis de los datos contables.

- **Acopio de información**

Para poder tomar una decisión y establecer unos objetivos, es básico tener la máxima información acerca de las diferentes alternativas existentes. Por ejemplo ¿qué ventajas e inconvenientes tiene invertir en este o aquel sector de negocio? Cuanto más completa y veraz sea la información que poseemos sobre las alternativas, más eficaces seremos en la toma de decisiones.

- **Evitar la precipitación**

La toma de decisiones financieras es muy importante en la empresa ya que determina en gran medida el camino que toma la compañía y la forma en la que pretende alcanzar sus objetivos. Asimismo, una decisión financiera equivocada puede tener graves repercusiones sobre las cuentas de la empresa. Por ello, es imprescindible evitar la precipitación y analizar todos los datos contables, valorar las diferentes opciones y establecer los pros y contras de invertir en uno u otro campo.

- **Ser racional**

A veces al tomar una decisión en la vida nos dejamos llevar por la emoción del momento, por la ilusión o, simplemente, por la intuición o nuestro estado de ánimo. A la hora de tomar una decisión financiera hay que evitar dejarse llevar por estas emociones y tratar de ser racional. Eso sí, un punto de riesgo nunca viene mal, pero siempre con un apoyo racional.

- **Olvidar lo que hacen otros**

Nuestras decisiones financieras y empresariales no deben estar marcadas ni influenciadas por lo que haga la competencia. Ellos habrán hecho su propio análisis de situación y habrán actuado en consecuencia, pero cada empresa tiene sus propias características, posibilidades y objetivos. Por tanto, nuestras inversiones financieras solo deben tener en cuenta las características, posibilidades y objetivos de nuestra empresa.

- **Aprender de los errores**

Todo lo anterior serviría de poco si no aceptamos nuestra responsabilidad ante las repercusiones negativas de nuestras decisiones y no hacemos nada para aprender de los errores. El fracaso es necesario para el éxito, pero solo si analizamos las razones del fracaso y trabajamos para mejorar nuestras decisiones de futuro. (EAE, 2016)

- **Estados Financieros comparativos**

Los estados financieros comparativos son el conjunto completo de estados financieros que la entidad emite, donde no sólo se recoge la información de ese año, sino que también muestran la misma información para uno o más períodos anteriores.

Son todos aquellos documentos que muestran la situación financiera de una empresa, la capacidad de pago de la misma a una fecha determinada, o bien el resultado de operaciones obtenidas durante un periodo o ejercicio pasado, comparados con el periodo actual en situaciones normales.

La utilidad de los estados financieros comparativos, radica en presentar los principales cambios sufridos en las cifras presentadas, facilitando de esta manera la selección de

aquellos cambios en los cuales se juzgue recomendable realizar un análisis posterior. (Peralta, 2019)

3.5.4. Importancia de la Toma de decisiones

En la actualidad las empresas se ven regidas por el ambiente global en el que se desempeñan, el cual es altamente competitivo y exige una constante toma de decisiones estratégicas si se busca permanecer en el mercado de manera exitosa y rentable. Esta situación lleva a las organizaciones a enfrentar los mercados con cautela al optimizar sus recursos.

Al hablar de una eficiente gestión de la organización es imprescindible tomar en cuenta un factor clave que es la toma de decisiones. Éste proceso puede considerarse como la base del éxito de los negocios.

Una de los cimientos más esenciales en las que se fundamenta la toma de decisiones en cualquier empresa es el aprovechamiento del conocimiento, éste proviene directamente de la persona encargada de realizarla y tenemos como supuesto que cuenta con la información del contexto, de la industria y tiene la capacidad de seleccionar el curso de acción más favorable a la organización.

Cuando se toman decisiones en las empresas éstas deben de cumplir con ciertas características, ya que de esto depende en muchas ocasiones el éxito o fracaso de la organización, podemos mencionar entre otras:

- Oportunas
- Rápidas
- Informadas
- Efectivas
- Eficientes (en uso de recursos)

La importancia de la información para las organizaciones radica en que es un recurso esencial, éstas la utilizan al desempeñar sus operaciones diarias y de manera estratégica para la búsqueda de un alto nivel competitivo y crecimiento. En este sentido una opción muy válida para hacer crecer el valor de este recurso tan importante es integrarla y tenerla disponible en el momento adecuado para que pueda ser analizada por los tomadores de decisiones. Es en este momento que las herramientas tecnológicas juegan un papel muy importante al integrar los datos y aumentar el valor que aportan los mismos para la empresa.

3.6. Información Financiera y los Estados Financieros

La información financiera es la respuesta a una necesidad: Como ya se sabe la Administración Financiera busca la rentabilidad del negocio o empresa, su liquidez, un financiamiento óptimo, inversión eficiente entre otras; todo esto con el fin de obtener: la maximización de la riqueza de los propietarios o socios de la empresa, lo cual se puede traducir en un aumento de valor o aumento en el precio de las acciones de la misma. Esto es razón suficiente para que los propietarios y/o los directivos tomen decisiones acertadas y adecuadas. Para ello, se requiere de información financiera, para escoger las medidas más efectivas.

Es en este sentido que la información financiera representa una necesidad que la contabilidad satisface por medio del proceso contable, y resultando en los estados financieros. (CURSOS AIU)

3.6.1. Concepto de Estados Financieros:

“Los estados financieros constituyen una representación estructurada de la situación financiera y del rendimiento financiero de una entidad. El objetivo de los estados financieros es suministrar información acerca de la situación financiera, del rendimiento financiero y de los flujos de efectivo de una entidad, que sea útil a una amplia variedad de usuarios a la hora de tomar sus decisiones económicas. Los estados financieros también muestran los resultados de la gestión realizada por los administradores con los recursos que les han sido confiados. Para cumplir este objetivo, los estados financieros suministrarán información acerca de los siguientes elementos de una entidad:

- Activos;
- Pasivos;
- Patrimonio;
- Ingresos y gastos, en los que se incluyen las ganancias y pérdidas.
- Aportaciones de los propietarios y distribuciones a los mismos en su condición de tales;
- Flujos de efectivo.

Esta información, junto con la contenida en las notas, ayuda a los usuarios a predecir los flujos de efectivo futuros de la entidad y, en particular, su distribución temporal y su grado de certidumbre de los mismos.” (IASB)

En otras palabras, los estados financieros son documentos que muestran la situación económica de una empresa, la capacidad de pago de la misma, a una fecha determinada, pasada, presente o futura; o bien, el resultado de operaciones

obtenidas en un periodo o ejercicio pasado, presente o futuro, en situaciones normales o especiales. (CURSOS AIU)

3.6.2. Componentes de los estados financieros

Un conjunto completo de estados financieros incluirá los siguientes componentes:

- Balance;
- Cuenta de resultados;
- Un estado de cambios en el patrimonio neto que muestre:
- Todos los cambios habidos en el patrimonio neto; o bien
- Los cambios en el patrimonio neto distintos de los procedentes de las transacciones con los propietarios del mismo, cuando actúen como tales;
- Estado de flujos de efectivo; y
- Notas en las que se incluirá un resumen de las políticas contables más significativas y otras notas explicativas.

Muchas entidades presentan, aparte de los estados financieros, un análisis financiero elaborado por la dirección que describe y explica las características principales del rendimiento y la situación financiera de la entidad, así como las incertidumbres más importantes a las que se enfrenta. Este informe puede incluir un examen de:

- los principales factores e influencias que han determinado el rendimiento financiero, incluyendo los cambios en el entorno en que opera la entidad, la respuesta que la entidad ha dado a tales cambios y su efecto, así como la política de inversiones que sigue para mantener y mejorar el mismo, incluyendo su política de dividendos;
- las fuentes de financiación de la entidad, así como su objetivo respecto al coeficiente de deudas sobre patrimonio neto; y
- los recursos de la entidad cuyo valor no quede reflejado en el balance que se ha confeccionado de acuerdo con las NIIF. (IASB)

3.6.3. Balance General

El balance general es un documento que muestra la situación financiera de la entidad en una fecha determinada. La información se debe tomar en cuenta para el día en que éste se realiza ya que, después la situación financiera habrá cambiado. Este estado financiero es de gran importancia para dar a conocer a los propietarios, socios y accionistas si la operación de la empresa se ha llevado de la manera correcta, si los recursos se han administrado eficientemente y si los resultados de estos procesos son óptimos o son deficientes.

3.6.3.1. Objetivos del Balance General

El principal propósito para el que se prepara un balance general es conocer la posición financiera de la empresa en un periodo determinado

Al realizar este reporte obtendremos a su vez información relevante para tomar decisiones de negocio como por ejemplo:

- Naturaleza y valor de los activos
- Naturaleza y alcance de las obligaciones
- Capacidad actual de capital
- Solvencia del negocio

De igual manera a través del balance general podrás detectar entre otros:

- a) Excedente o insuficiencia de fondos en efectivo, bancos o inversiones.
- b) Sobrante o faltante de inventarios debido a una planeación errónea de compras. (Castro, 2015)

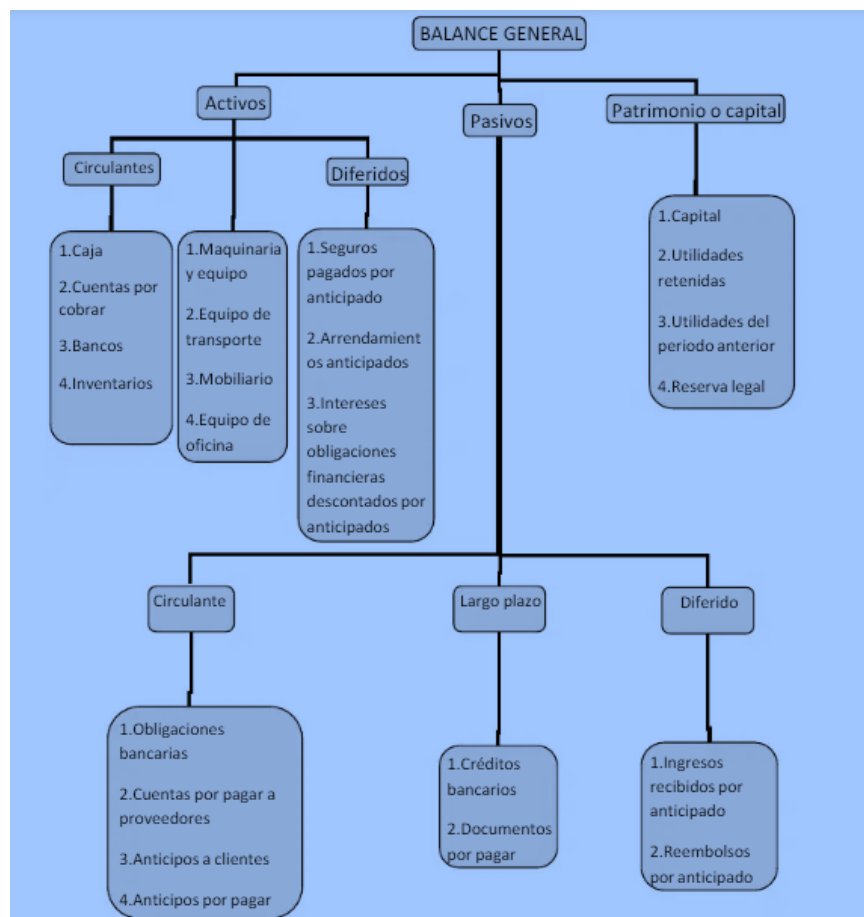


Figura 1. Estructura del Balance General
Fuente (Becerra, 2018)

3.6.4. Estado de Resultados

Es un estado financiero plasmado en un documento en el cual se muestran de manera detallada todos los ingresos, gastos, así como el beneficio o pérdida que se genera en una empresa durante un período de tiempo determinado. Es una gran herramienta de gestión que permite a cualquier empresa, tener una mejor visión de su situación financiera: los recursos con los que cuenta, las entradas y salidas de dinero, la rentabilidad generada, así como otros aspectos de gran relevancia para las operaciones financieras diarias. En el estado de resultados se detallan los ingresos, gastos, así como el beneficio o pérdida generado en una empresa durante un período de tiempo concreto. Puede de manera anual, trimestral o mensual.

3.6.4.1. Objetivos del Estado de Resultados

Algunos de los objetivos que posee la realización de estado de resultados son:

- Determinar la rentabilidad de la empresa
- Ver cuánto se está consiguiendo por cada euro invertido en cada parte del proceso
- Definir el reparto de dividendos
- Conocer los bienes de las empresas y cómo se han conseguido.
- Concluir dónde se están destinando más recursos y si se pueden abaratar costes



Figura 2. Estructura del Estado de Resultados

Fuente: (Becerra, 2018)

3.6.5. Análisis e interpretación de estados financieros

- **Análisis financiero**

El análisis financiero consiste en la separación de los elementos de un estado financiero, con el fin de examinarlos críticamente y conocer la influencia que cada uno de ellos ejerce sobre los fenómenos que el estado financiero expresa.

El análisis no consiste únicamente en la aplicación de fórmulas o porcentajes, con los cuales se obtiene un índice dado. Lo importante es la interpretación del valor de dicho índice. Con el fin de estar en posibilidad de identificar si el indicador es adecuado, es alto o bajo u óptimo, se requiere una base o un parámetro de comparación.

En este sentido, toma gran importancia el concepto de interpretación, el cual podemos definir como la explicación, deducción o conclusión que se obtiene como consecuencia del análisis y estudio de los estados financieros de una entidad económica. Sin la interpretación, el conocimiento que se obtenga de las deficiencias o aciertos de la organización será únicamente descriptivo, señalando en su caso sólo la situación problemática, mas no definirá las posibles relaciones causales que nos permiten identificar y corregir las desviaciones que impiden alcanzar mayores niveles de rendimiento. (INETELABS, 2012)

3.6.6. Objetivos del análisis financiero

El análisis financiero tiene como propósito fundamental obtener elementos de juicio para interpretar correctamente la situación financiera y los resultados de operación de la entidad analizada, para evaluarla de manera objetiva.

Los principales aspectos financieros sujetos a evaluación, son:

- Capacidad de la entidad económica para pagar sus pasivos a corto plazo (liquidez y solvencia). Este aspecto es de gran importancia para los acreedores, pues sus indicadores determinarán la factibilidad para el otorgamiento de créditos a la empresa. Asimismo, la organización, al conocer sus índices de actividad o ciclo económico, podrá evaluar el potencial que tiene para convertir sus ventas en efectivo. Consecuentemente, estará en posibilidad de definir sus políticas de ventas, de crédito y de control de inventarios, entre otras, permitiéndole tomar decisiones que incrementen sus niveles de eficiencia productiva y se generen flujos de fondos adecuados.

- Capacidad de la entidad económica para sostener un equilibrio favorable entre su patrimonio y sus obligaciones (estabilidad financiera). Al respecto, la empresa deberá conocer su nivel óptimo de endeudamiento, que le permita incrementar la rentabilidad del accionista sin poner en riesgo la estabilidad de la empresa, garantizando el cumplimiento oportuno de sus obligaciones o deudas (intereses, pagos de capital, dividendos).
- Capacidad de la entidad económica para destinar su patrimonio a la inversión en activos permanentes (ciclo económico o actividad). Sobre el particular, podemos señalar que el potencial de inversión en activos fijos que realice la empresa, es de gran relevancia puesto que redundará en su nivel de apalancamiento operativo, es decir, en la posibilidad de que la utilidad de operación se incremente en la medida que se empleen los costos fijos de dichos activos en la generación de ventas y utilidades.
- Capacidad de la entidad económica para generar ventas y utilidades razonables (rentabilidad), en función de la inversión. Estas medidas permitirán evaluar los ingresos de la entidad en relación con las ventas, los activos o inversiones de los accionistas. Sin utilidades la empresa no podrá atraer más capital interno o externo. Además, los propietarios y los acreedores se preocuparán por el futuro de la compañía e intentarán recuperar sus fondos o créditos ante lo incierto de la situación. (INETELABS, 2012)

3.7. Métodos de análisis (Vertical/horizontal)

Los métodos de análisis financiero son técnicas específicas para conocer el impacto de las transacciones de la entidad sobre su situación financiera y resultados. Los métodos de análisis se fundamentan en la comparación de valores, que pueden ser verticales u horizontales. Los verticales son aquellos que se efectúan entre un grupo de estados financieros de una entidad económica pertenecientes a un mismo ejercicio contable. En tanto que, los horizontales son los que se efectúan entre varios estados financieros, correspondientes a diversos ejercicios contables.

Cada uno de estos tipos de comparaciones da origen a los métodos de análisis financiero, que se presentan a continuación:

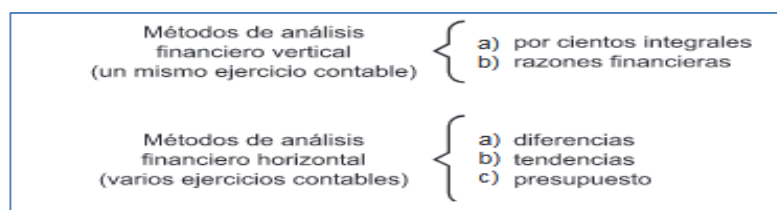


Figura 3. Métodos de Análisis Financieros

Fuente: (INETELABS, 2012)

3.7.1. Métodos de análisis vertical

Análisis vertical

Este tipo de análisis está basado en la información proporcionada por los estados financieros correspondientes a un mismo periodo.

- **Método de por cientos integrales**

Permite hacer comparaciones, observando la proporción, entre las partes de un estado financiero respecto del todo, convirtiendo los valores absolutos en relativos. Consiste en dividir cada una de las partes entre el total o universo correspondiente, multiplicando el cociente por cien.

3.7.1.1. Método de razones financieras

El método de razones financieras consiste en comparar cifras de conceptos significativos de los estados financieros para obtener, de sus resultados, consideraciones que sirvan para hacer una interpretación acerca de la solvencia, estabilidad y productividad de la empresa, obteniendo, por tanto, razones estáticas, dinámicas y mixtas, simples y estándar.

El análisis de razones involucra los métodos de cálculo e interpretación de índices financieros con el fin de evaluar el desempeño y posición de la empresa. Los elementos fundamentales para este análisis son el estado de resultados y el balance general de la empresa de los periodos bajo consideración. No obstante, antes de avanzar, es necesario examinar las partes interesadas y los tipos de comparaciones que implican el análisis de razones. (INETELABS, 2012).

3.7.2. Métodos de análisis horizontal

Los métodos de análisis financiero horizontal son aquellos que comparan valores de estados financieros de una entidad económica que comprenden varios ejercicios contables.

Los principales métodos de análisis horizontal son: diferencias, tendencias y presupuesto.

- **Método de diferencias**

El método de análisis denominado de diferencias o de aumentos y disminuciones, es aquel en el que se comparan valores homogéneos de dos o más estados financieros.

Las comparaciones mencionadas se efectúan por medio de estados financieros comparativos, los cuales presentan los cambios experimentados en sus valores de un ejercicio a otro, permitiendo interpretar posteriormente las causas de dichos cambios, así como prever sus consecuencias. Los estados financieros comparativos deben consignar los valores de los diferentes ejercicios sujetos a comparación, así como las diferencias resultantes.

En relación con los estados de resultados sujetos a comparación, en lo particular, es necesario que se refieran a ejercicios contables de la misma duración.

- **Método de tendencias**

El método de tendencias estudia la trayectoria de la empresa durante un periodo determinado, infiriendo su proyección futura. Este método se aplica considerando un determinado ejercicio contable como base, el cual representará un universo de 100%. Posteriormente se determinan los números relativos o porcentajes de los demás periodos en relación con el primero (año objetivo/año base) restando uno.

La importancia del método de tendencias estriba en la posibilidad de estimar sobre bases adecuadas la trayectoria financiera de la entidad económica, estando en posibilidad de recomendar con oportunidad las medidas que se estimen convenientes.

- **Método del presupuesto**

Los presupuestos son algo más que un método de análisis y constituyen un tema por demás amplio, que rebasa las fronteras de esta obra. Sin embargo, el analista financiero puede utilizarlos como instrumento adecuado para la realización de su trabajo.

El presupuesto es un plan de acción que valúa estimativamente las transacciones financieras futuras de una entidad económica para un determinado periodo, estableciéndose el programa adecuado para su logro.

Al término del periodo programado, que normalmente coincide con el ejercicio contable, se establece una comparación entre los logros (valores reales) y los valores estimados (presupuestos), cuyas diferencias se interpretan posteriormente, con el fin de recomendar en su oportunidad las medidas pertinentes.

De esta manera, el presupuesto se convierte en un instrumento de planeación y control, en virtud de que sus objetivos son:

- Establece una meta.
- Coordina las actividades de la entidad económica.
- Las diferencias entre valores reales y presupuestos permiten conocer los aciertos y las deficiencias de la administración.

Para concluir, debe enfatizarse que ningún método de análisis será suficiente si el analista no antepone su juicio personal, criterio profesional y experiencia, para desentrañar con plenitud el contenido de los estados financieros. (INETELABS, 2012)

3.8. Tipos de razones financieras

Las razones financieras están clasificadas por grupos según su utilidad.

Grupos de razones financieras:

- **Estáticas.** Indican la relación cuantitativa que hay entre partidas del estado de situación financiera.
- **Dinámicas.** Expresan la relación cuantitativa entre partidas del estado de resultados. Mixtas. Muestran la relación entre el estado de situación financiera y el de resultados.
- **Simple.** Establecen relaciones entre los elementos que integran un estado financiero.
- **Estándar.** Predeterminan relaciones ideales o parámetros entre los diversos elementos de los estados financieros.

Las razones financieras pueden, por conveniencia, ser divididas en cuatro grupos fundamentales o categorías: índices de liquidez, de estabilidad, de actividad y de rentabilidad.

De la misma forma pudiera suceder que se utilizaran algunas otras razones para llevar a cabo estudios financieros más específicos, como es el caso de la estructura de capital y la tasa de crecimiento de una empresa:

- Con los índices de liquidez, de actividad y de endeudamiento, se estima el riesgo financiero y empresarial, entendiendo por riesgo financiero la posibilidad de que la entidad no pueda cubrir sus costos financieros por concepto de deuda e

intereses y por riesgo empresarial, el que no pueda cubrir sus costos de operación, debido a un bajo volumen de ventas e ingresos.

- El índice de rentabilidad mide las utilidades.
- Los elementos importantes son liquidez, actividad y rentabilidad, pues éstos proporcionan la información relacionada con la operación a corto plazo de la empresa.
- Los índices de endeudamiento son útiles principalmente cuando el analista está seguro que la empresa ha enfrentado con éxito el corto plazo. (INETELABS, 2012)

3.8.1. Grupo I Razones de liquidez

- **Razón circulante**

Esta razón es uno de los índices de uso más generalizado y mide la capacidad de la empresa para cumplir con sus adeudos a corto plazo.

$$\text{razón circulante} = \frac{\text{activo circulante}}{\text{pasivo a corto plazo}} = 2 \text{ a } 1$$

Esta razón es la más antigua y exige una relación numérica (estándar) de 2 a 1, es decir, que por cada 1 córdoba de pasivo a corto plazo, la empresa debería disponer de 2 córdobas para cubrir sus deudas. En la actualidad, debido al uso del crédito como auxiliar económico de las empresas, su relación puede y debe ser menor, de acuerdo con el giro de la empresa, para que tenga una solvencia adecuada.

El análisis de la solvencia mide la capacidad de la empresa para cumplir con sus adeudos a corto plazo.

- **Liquidez o prueba del ácido**

$$\text{liquidez o prueba del ácido} = \frac{\text{activo circulante} - \text{inventarios}}{\text{pasivo circulante}} = 1 \text{ a } 1$$

Esta razón es semejante a la razón circulante, con la diferencia de que se excluyen los inventarios, los cuales son los menos líquidos del grupo de recursos del activo circulante.

El valor obtenido indica que, por cada córdoba de deudas a corto plazo, la entidad dispone de X unidades de recursos de pronta realización (activo circulante) para hacerle

frente a sus obligaciones o adeudos. En esta razón puede considerarse que se tiene una adecuada liquidez, incluso superior al índice estándar.

- **Liquidez inmediata**

El índice de liquidez inmediata es una prueba muy estricta, por considerar la utilización de valores fácilmente realizables como efectivo e inversiones en valores, bonos y acciones de pronta realización. Para esta razón se exige un índice de 1 a 1, pero en la práctica se reconoce que tener efectivo ocioso es tan perjudicial como tener una relación inferior de 0.40. La fórmula para calcularla es la siguiente:

$$\text{liquidez inmediata} = \frac{\text{activo disponible (efectivo, valores)}}{\text{pasivo circulante}} = 1 \text{ a } 1$$

o

$$\text{liquidez inmediata} = \frac{\text{activo disponible (efectivo, valores)}}{\text{pasivo circulante}} = 0.40 \text{ a } 1$$

Esta razón nos indica que, por cada córdoba de deuda que tiene la empresa, se dispone de X unidades monetarias de manera inmediata para hacer frente a sus obligaciones a corto plazo.

3.8.2. Grupo II Estabilidad o Endeudamiento

La finalidad de este grupo de razones es conocer la proporción que existe en el origen de la inversión de la empresa, ya sea de capital proveniente de fuentes ajenas y de capital obtenido de sus propios recursos.

- **Grado de endeudamiento**

El grado de endeudamiento señala la proporción de activos totales financiados por los acreedores de la empresa. Cuanto más alto sea este índice, tanto mayor será el monto de dinero de terceras partes que se usa para generar utilidades, es decir, su grado de apalancamiento¹ se incrementará, propiciando mayores riesgos y generación de utilidades por acción, siempre y cuando el grado de endeudamiento no sea excesivo. Se calcula de la siguiente manera:

$$\text{grado de endeudamiento} = \frac{\text{pasivo total}}{\text{activo total}} = X \quad (\text{depende del riesgo y rentabilidad que establezca la empresa})$$

El efecto en las utilidades dependerá del comportamiento de las tasas de interés en los mercados financieros, por lo que podría darse el caso de que en determinadas circunstancias el efecto fuese negativo debido al nivel de apalancamiento.

El valor obtenido se interpreta de la siguiente manera: por cada córdoba invertido en la empresa, X unidades monetarias pertenecen a los acreedores. En esta situación se observa que la empresa aprovecha el uso del crédito y le permite generar cierto volumen de utilidad, con un mínimo de riesgo financiero.

- **Estabilidad financiera**

Además del grado de endeudamiento medido por medio de los activos, el origen de los recursos puede calcularse también mediante la relación con el capital contable. Por regla general, puede aceptarse como relación máxima la de 1 a 1, es decir, que el capital ajeno sea igual al propio, debido a que una razón superior provocaría un desequilibrio y habría peligro de que la empresa pasara a ser propiedad de terceras personas en el supuesto de que la organización no obtuviera las utilidades necesarias para cubrir los costos financieros por concepto de intereses y pagos de deuda. Consecuentemente, la razón de endeudamiento sobre el capital se calcula como sigue:

$$\text{estabilidad financiera} = \frac{\text{pasivo total}}{\text{capital contable}}$$

Por cada córdoba de capital invertido por los socios de la empresa se ha obtenido financiamiento externo de los acreedores por X unidades monetarias.

- **Inversión de capital**

La relación que debe existir entre las inversiones en inmuebles, planta y equipo (activo fijo) y el capital propio es estrecha, ya que debe representar el grado de inversión del capital en activo fijo, sobre todo que no es prudente ni usual que al iniciarse la empresa las inversiones en estos activos provengan de capital ajeno.

Resulta difícil generalizar, para todas las empresas, la validez del cociente que se obtenga de razón, ya que depende del tipo de negocio de que se trate, sin embargo, un resultado entre 0.65 y 0.80 puede ser satisfactorio para ejercicios iniciales, ya que el

remanente es de suponer que haya sido utilizado para valores circulantes (inventarios y bancos). La fórmula para calcular esta razón se determina así:

$$\text{inversión del capital} = \frac{\text{activo fijo}}{\text{capital contable}}$$

Lo anterior significa que, por cada córdoba de capital contable que tiene la empresa, X unidades monetarias se invertirán en activos fijos para la compañía.

- **Valor contable del capital**

El valor contable del capital es una razón que se determina comparando el capital contable con la inversión pagada por los accionistas (capital social pagado) tales valores, durante el ejercicio de la empresa, pueden presentar montos diferentes a los iniciales debido a la política de reinversión o distribución de utilidades.

Sin embargo, al final del ejercicio conviene saber qué tanto excede el capital contable al social, pues constituye un dato interesante para conocer el margen de utilidad o pérdida que ha experimentado la inversión inicial, es decir, cuál ha sido el rendimiento obtenido por el capital social. Es necesario que los accionistas de la empresa conozcan, por medio de esta razón, los excedentes que existen en ella y que aumentan el capital social.

Aplicando un ejemplo a la fórmula:

$$\text{valor contable del capital} = \frac{\text{capital contable}}{\text{capital social}} = \frac{1'046,724}{1'000,000} = 1.046$$

En el caso que se utiliza de ejemplo, la razón de 1.046 significa que por cada peso que tiene la empresa trabajando como capital inicial existen además 46 centavos de utilidad. Un resultado inferior a uno significará pérdida del capital social pagado y la empresa deberá ser objeto de análisis para determinar las causas.

3.8.3. Grupo III Actividad del ciclo económico

- **Rotación de cuentas por cobrar**

Esta razón indica el número de veces en el periodo que las cuentas por cobrar se recuperan. Su fórmula es la siguiente:

$$\text{rotación de cuentas por cobrar} = \frac{\text{ventas netas a crédito}}{\text{promedio de cuentas por cobrar}^2} = \text{número de veces}$$

Promedio de cuentas por cobrar. Se obtiene dividiendo entre dos la suma del saldo de las cuentas por cobrar al inicio y fin de un periodo

Como se indica en la razón, es necesario analizar las ventas y tomar sólo aquellas que son a crédito, después de deducir las devoluciones, rebajas, bonificaciones y descuentos de este tipo de operaciones, para que al compararlas con el promedio de los saldos mensuales de clientes (mínimo el saldo de tres fechas distintas), nos dé el número de veces que este promedio se desplaza a través de las ventas.

El total de las ventas netas a crédito, dividido entre el promedio de cuentas por cobrar, permite conocer las veces en que los créditos otorgados por ventas de mercancía son recuperados. Esta razón es imposible de generalizar ya que varía notablemente de una empresa a otra; obviamente no tiene aplicación en aquellas que no venden a crédito.

Esta razón permite conocer el grado de eficiencia en el cobro de las cuentas y lo atinado de la política en el otorgamiento de créditos, además de orientar la elaboración de programas de pagos y flujo de efectivo.

- **Rotación de cuentas por pagar**

La rotación de cuentas por pagar indicará, como en la primera rotación señalada, el número de veces que se desplazan las deudas a corto plazo por la adquisición de mercancías o de materia prima en relación con su total, adquirido en el ejercicio que se analiza. Su índice se obtiene relacionando las siguientes cuentas:

$$\text{rotación de cuentas por pagar} = \frac{\text{compras netas a crédito}}{\text{promedio de cuentas por pagar}^3}$$

³ Promedio de cuentas por pagar. Se obtiene dividiendo entre dos la suma del saldo de las cuentas por pagar al inicio y fin de un periodo.

- **Rotación de inventarios**

Los índices de rotación de inventarios representan las veces que se desplaza la materia prima, los productos en proceso y los productos terminados durante el proceso productivo y las ventas. Estas razones manifestarán el resultado de una buena o mala política de administración, por lo que, en forma general, puede decirse que mientras se obtenga un desplazamiento superior, mayor será la eficiencia de la empresa.

Las rotaciones de inventarios se calculan de la siguiente manera:

a) Rotación de materia prima = $\frac{\text{costo de materia prima}}{\text{promedio de inventarios de materia prima}}$

convertibilidad = $\frac{\text{número de días}}{\text{índice de rotación de materia prima}}$

b) Rotación de producción en proceso = $\frac{\text{costo de manufactura}}{\text{promedio de inventarios de producción en proceso}}$

convertibilidad = $\frac{\text{número de días}}{\text{índice de rotación de producción en proceso}}$

c) Rotación de inventarios de productos terminados = $\frac{\text{costo de venta}}{\text{promedio de inventarios de productos terminados}}$

convertibilidad = $\frac{\text{número de días}}{\text{índice de rotación de inventario de productos terminados}}$

3.8.4. Grupo IV Rentabilidad

Las razones que a continuación se señalan, mostrarán el rendimiento obtenido de acuerdo con diferentes factores y, por tanto, se deducirá la eficiencia de la administración:

$$\begin{aligned} \text{a) Rentabilidad del capital} &= \frac{\text{utilidad neta}}{\text{capital contable}} = \text{porcentaje de rendimiento} \\ & \hspace{15em} \text{por cada peso de capital} \\ \text{b) Rentabilidad de la inversión} &= \frac{\text{utilidad neta}}{\text{activo total}} = \text{porcentaje de rendimiento por cada} \\ & \hspace{15em} \text{peso invertido en la empresa} \\ \text{c) Rentabilidad de las ventas} &= \frac{\text{utilidad neta}}{\text{ventas}} = \text{porcentaje de rendimiento por cada} \\ \text{o margen de utilidad neta} & \hspace{15em} \text{peso de ventas} \end{aligned}$$

Con el empleo de estas razones se determinará la productividad de la Empresa. En la primera de ellas en relación con el capital propio; en la segunda, la correspondiente al total de lo invertido por la empresa, y la última determina la utilidad neta por cada córdoba de ventas.

3.8.5. Precauciones para el uso del Análisis de Razones Financieras.

Antes de analizar las razones específicas, debemos considerar las siguientes precauciones sobre su uso:

- Las razones que revelan importantes desviaciones de la norma simplemente indican síntomas de un problema. Por lo regular se requiere un análisis adicional para aislar las causas del problema. El punto fundamental es éste: el análisis de razones dirige la atención hacia posibles áreas de interés; no proporciona una evidencia concluyente de que exista un problema.
- Por lo general, una sola razón no proporciona suficiente información para evaluar el rendimiento general de la empresa. Sólo cuando se utiliza un conjunto de razones es posible hacer evaluaciones razonables. Sin embargo, cuando un análisis se centra sólo en ciertos aspectos específicos de la posición financiera de una empresa, son suficientes una o dos razones.

- Las razones que se comparan deben calcularse usando estados financieros fecha-dos en el mismo periodo del año. Si no lo están, los efectos de la estacionalidad pueden generar conclusiones y decisiones erróneas. Por ejemplo, la comparación de la rotación de los inventarios de una empresa fabricante de juguetes a fines de junio con su valor de finales de diciembre puede ser errónea. Evidentemente, el impacto estacional de la temporada de ventas de diciembre sesgaría cualquier comparación de la administración de los inventarios de la empresa.
- Es preferible usar estados financieros auditados para el análisis de razones. Si los estados no se han auditado, los datos contenidos en ellos pueden no reflejar la verdadera condición financiera de la empresa.
- Los datos financieros que se comparan deben desarrollarse en la misma forma. El uso de tratamientos contables diferentes, sobre todo con relación al inventario y la depreciación, puede distorsionar los resultados de las comparaciones de razones, a pesar de haber usado el análisis de una muestra representativa y el análisis de series temporales.
- La inflación puede distorsionar los resultados, ocasionando que los valores en libros del inventario y los activos depreciables difieran considerablemente de sus valores verdaderos (reemplazo). Además los costos de inventario y las amortizaciones de la depreciación difieren de sus valores verdaderos, distorsionando así la utilidad. 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 empresas más antiguas con empresas más recientes o una empresa consigo misma durante un largo periodo.

IV. SUPUESTO

4.1. Supuesto

La evaluación financiera de Tipografía El Maitro Boquín determinará de manera acertada la situación de la empresa para la toma de decisiones enfocadas en la rentabilidad y sostenibilidad.

4.2. Matriz de Categorías y Subcategorías

Cuestiones de Investigación	Propósitos Específicos	Categoría	Definición Conceptual	Subcategoría	Fuente de Información	Técnica de Recolección de la Información	Ejes de Análisis
¿Cuáles son los factores financieros en la rentabilidad y sostenibilidad de la MIPYME? Tipografía el Maitro Boquín?	Identificar los factores de rentabilidad y sostenibilidad de la MIPYME Tipografía el Maitro Boquín.	<ul style="list-style-type: none"> MIPYME 	Son todas aquellas micro, pequeñas y medianas empresas, que operan como persona natural o jurídica, en los diversos sectores de la economía, siendo en general empresas manufactureras, industriales, agroindustriales, agrícolas, pecuarias, comerciales, de exportación, turísticas, artesanales y de servicios, entre otras. (Ley 645)	<ul style="list-style-type: none"> Clasificación de MIPYME Características Ventajas y desventajas 	Primaria: <ul style="list-style-type: none"> Revisión documental Medios electrónicos Secundaria: <ul style="list-style-type: none"> Contador Propietario Gerente General 	<ul style="list-style-type: none"> Revisión documental. Entrevistas dirigidas al Contador Propietario y Gerente General. 	<ul style="list-style-type: none"> Microempresas

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua / UNAN-Managua

Cuestiones de Investigación	Propósitos Específicos	Categoría	Definición Conceptual	Subcategoría	Fuente de Información	Técnica de Recolección de la Información	Ejes de Análisis
		<ul style="list-style-type: none"> Rentabilidad y Sostenibilidad. 	<p>Rentabilidad: Se denomina rentabilidad a la medida del rendimiento que en un determinado periodo de tiempo producen los capitales utilizados en el mismo. (Ballesta, 2002)</p> <p>Sostenibilidad Proceso mediante el cual una empresa es capaz de aprovechar sus recursos a fin de satisfacer necesidades actuales sin comprometer las capacidades de las generaciones futuras. (Sumelso, 2012)</p>	<ul style="list-style-type: none"> Factores de rentabilidad y sostenibilidad empresarial 	<p>Primaria:</p> <ul style="list-style-type: none"> Revisión documental Medios electrónicos <p>Secundaria:</p> <ul style="list-style-type: none"> Contador propietario Gerente general 	<ul style="list-style-type: none"> Revisión documental. Entrevistas dirigidas al Contador propietario y Gerente general 	<ul style="list-style-type: none"> Indicadores Financieros de rentabilidad.

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua / UNAN-Managua

Cuestiones de Investigación	Propósitos Específicos	Categoría	Definición Conceptual	Subcategoría	Fuente de Información	Técnica de Recolección de la Información	Ejes de Análisis
¿Cómo la MIPYME Tipografía el Maitro Boquín, examina los estados financieros para conocer acerca de la rentabilidad y sostenibilidad del negocio?	Analizar los estados financieros en función de la rentabilidad de la empresa para la toma de decisiones.	<ul style="list-style-type: none"> Análisis a Estados Financieros 	<p>El análisis de los estados financieros es un proceso necesario y vital en la vida de las empresas, por cuanto permite a las directivas diagnosticar la situación económica y financiera de la empresa, brindando información de utilidad para la toma de decisiones.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Clasificación de los EE.FF. Balance General Estado de Resultado Herramientas de análisis financiero. <p>Los tipos de análisis financiero:</p> <ul style="list-style-type: none"> Interno Externo, 	<p>Primaria:</p> <ul style="list-style-type: none"> Revisión documental Medios electrónicos <p>Secundaria:</p> <ul style="list-style-type: none"> Contador propietario Gerente general 	<ul style="list-style-type: none"> Revisión documental. Entrevistas dirigidas al Contador propietario y Gerente general 	<ul style="list-style-type: none"> Datos financieros que se obtienen del sistema contable de la empresa. Objetivos de la elaboración de estados financieros
		<ul style="list-style-type: none"> Razones financieras 	<ul style="list-style-type: none"> Razones financieras: Las razones financieras son indicadores utilizados en el mundo de las finanzas para 	<ul style="list-style-type: none"> Tipos de razones financieras Grupos de razones financieras 	<p>Primaria:</p> <ul style="list-style-type: none"> Revisión documental Medios electrónicos <p>Secundaria:</p> <ul style="list-style-type: none"> Contador propietario 	<ul style="list-style-type: none"> Revisión documental. Entrevistas dirigidas al Contador Propietario y Gerente General. 	<ul style="list-style-type: none"> Razones de rentabilidad

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua / UNAN-Managua

Cuestiones de Investigación	Propósitos Específicos	Categoría	Definición Conceptual	Subcategoría	Fuente de Información	Técnica de Recolección de la Información	Ejes de Análisis
		<ul style="list-style-type: none"> Decisiones Financieras 	<p>medir o cuantificar la realidad económica y financiera de una empresa o unidad evaluada, y su capacidad para asumir las diferentes obligaciones a que se haga cargo para poder desarrollar su objeto social. (GERENCIE.COM, 2019)</p> <ul style="list-style-type: none"> Decisiones Financieras: Son múltiples las cuestiones que pueden surgir y a las que debes dar respuesta, tanto a largo 	<p>Estrategias para la toma de decisiones</p> <p>Tipos de Decisiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> De inversión 	<p>Gerente general</p> <p>Primaria:</p> <ul style="list-style-type: none"> Revisión documental Medios electrónicos <p>Secundaria:</p> <ul style="list-style-type: none"> Contador propietario Gerente general 	<ul style="list-style-type: none"> Revisión documental. Entrevistas dirigidas al Contador propietario y Gerente general 	<ul style="list-style-type: none"> Análisis de los Estados Financieros. Proceso de toma de decisiones.

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua / UNAN-Managua

Cuestiones de Investigación	Propósitos Específicos	Categoría	Definición Conceptual	Subcategoría	Fuente de Información	Técnica de Recolección de la Información	Ejes de Análisis
			como a corto plazo. Desde cómo adquirir el capital necesario, cómo financiar una inversión o qué estrategia financiera es la mejor para tu empresa. (EAE, 2014)	<ul style="list-style-type: none"> De financiamiento. 			

V. DISEÑO METODOLÓGICO

5.1. Tipo de investigación

El tipo de investigación que se utiliza en el desarrollo del tema objeto de estudio, se ubica dentro de los parámetros de una investigación aplicada, con enfoque cualitativo a fin de evaluar financieramente a la MIPYME Tipografía el Maitro Boquín a través de la aplicación de ratios de rentabilidad y factores cualitativos de sostenibilidad.

La Investigación Aplicada tiene por objetivo resolver un determinado problema o planteamiento específico, enfocándose en la búsqueda y consolidación del conocimiento para su aplicación y, por ende, para el enriquecimiento del desarrollo cultural y científico. (Johnson R. , 2013)

5.2. Tipo de estudio

5.2.1. Según el tiempo de ocurrencia de los hechos y registros de la información

Según el tiempo de ocurrencia de los hechos, es un estudio de tipo retrospectivo, debido a que la información necesaria para la Evaluación Financiera de la MIPYME Tipografía El Maitro Boquín, ya ha sido registrada.

5.2.2. Según periodo y secuencia del estudio

Según el periodo y secuencia, la investigación realizada en la MIPYME Tipografía El Maitro Boquín es de carácter transversal, porque es un estudio de diferentes variables simultáneas como los factores que determinan la rentabilidad y la sostenibilidad de la empresa y la aplicación de las razones financieras para la toma de decisiones.

5.2.3. Según el análisis y alcance de los resultados

Es un estudio descriptivo, ya que está dirigido a responder cual es la situación financiera de la MIPYME Tipografía El Maitro Boquín durante el año 2018.

5.3. Población y muestra

5.3.1. Población

Es el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado. Cuando se vaya a

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua / UNAN-Managua

llevar a cabo alguna investigación debe de tenerse en cuenta algunas características esenciales al seleccionarse la población bajo estudio. (Jwigodski, 2010)

Para la realización de este estudio se tomó como población la MIPYME Tipografía El Maitro Boquín, puesto que es la empresa que se evaluará financieramente como objeto de esta investigación.

5.3.1 Muestra

La muestra es un subconjunto fielmente representativo de la población. Hay diferentes tipos de muestreo. El tipo de muestra que se seleccione dependerá de la calidad y cuán representativo se quiera sea el estudio de la población. (Jwigodski, 2010)

La muestra tomada para la investigación ha sido seleccionada en virtud de las áreas de interés para la debida evaluación financiera de la Tipografía El Maitro Boquín. Se seleccionó el Área de Gerencia y el Área Contable. Se ha elegido tal muestra para determinar si la empresa posee los recursos necesarios para una correcta evaluación financiera.

5.4. Tipo de muestreo

5.4.1 Muestreo No Probabilístico

En la muestra no probabilística, los elementos se selecciona a través de procesos que no brindan a todos los individuos de la población las mismas oportunidades de ser elegidos para la muestra, los criterios que se consideró para seleccionar la muestra fue causal e incidental debido a que se seleccionó directa e intencionalmente considerando el fácil acceso a la información.

5.4.2 Criterio de selección de la muestra

Para la selección de la muestra se hizo una selección incidental, debido a que las personas fueron seleccionadas porque están directamente involucradas con el tema de estudio, eligiéndose de esta manera el Área de Gerencia y Contable.

5.5. Unidad de análisis

La unidad de análisis son los informantes claves para la investigación, quienes darán información real y adecuada para el desarrollo y aplicación de los instrumentos diseñados.

Entre ellos se mencionan:

- Propietario Contador
- Gerente General.

5.6. Técnicas de recolección de datos

5.6.1. La entrevista

Dirigida al Contador de la empresa y Gerente donde se obtendrá la información necesaria acerca de la problemática que se quiere investigar, puesto que con este instrumento se espera conocer los aspectos más importantes para la Evaluación Financiera de la Tipografía El Maitro Boquín.

5.6.2. Revisión documental

Dicha técnica se aplicara con la finalidad de reunir y revisar la documentación importante que contemplen las herramientas para evaluar financieramente una empresa así como para la gestión de la misma en pro de la rentabilidad y la sostenibilidad.

5.7. Etapas de investigación

5.7.1. Investigación documental

Para llevar a cabo esta investigación se realizaron visitas a la Tipografía El Maitro Boquín, también se indago información acerca del tema en internet, libros, tesis de años anteriores en la biblioteca Urania Zelaya y en la Biblioteca Virtual de la UNAN para poder abordar todos los puntos plasmados en el bosquejo; por consiguiente se planteó una serie de objetivos y todo lo relacionado con el planteamiento del problema.

En esta etapa se buscó la existencia de documentos similares o que abordaran la temática a investigar acerca de empresas o estudios similares.

5.7.2. Elaboración de instrumentos

Esta etapa comienza con el diseño metodológico aquí se presentan las técnicas que se utilizan para la recolección de datos en el trabajo de campo que se lleva a cabo a través de visitas directas a la Tipografía El Maitro Boquín, aplicando entrevistas y revisión documental para reunir la información necesaria para el desarrollo del tema de investigación.

5.7.3. Trabajo de campo

En el trabajo de campo se aplicaron los instrumentos diseñados, a las personas seleccionadas en la muestra, en este caso las entrevistas; posteriormente se procesa la información obtenida de manera que se le dé respuesta a cada uno de los objetivos específicos propuestos para la Evaluación Financiera de la Tipografía El Maitro Boquín.

5.7.4. Elaboración del documento final

Finalizado el documento donde se llevó a cabo el trabajo de campo aplicando los diferentes instrumentos metodológicos; y posteriormente con la información obtenida se procede a la redacción de los resultados y principales conclusiones de la investigación y este culmina con la presentación del documento final ante un jurado para su respectiva calificación.

VI. RESULTADOS

Los resultados finales de este estudio investigativo provienen de la aplicación de entrevistas al Contador Propietario de Tipografía El Maitro Boquín, Don Guillermo Rafael Boquín Ramírez y a su hijo, el Gerente General Luis Guillermo Boquín Rocha. Dichas entrevistas se realizaron encausadas a dar respuesta a los objetivos específicos de esta investigación y por consiguiente al objetivo general que es Evaluar financieramente la rentabilidad y sostenibilidad de la MIPYME Tipografía el Maitro Boquín durante el año 2018.

A continuación se detallan los resultados obtenidos por objetivo.

6.1. Objetivo Especifico N°1: Identificación de los Factores de rentabilidad y sostenibilidad.

Los factores de rentabilidad y sostenibilidad de una empresa están determinados tanto por la calidad de la gestión empresarial de la misma como del nivel de inversión y la creación de oportunidades para la generación de valor y utilidades para sus accionistas, de manera amigable con el medio ambiente lo cual conlleva responsabilidad social, un rasgo clave para lograr una diferenciación importante respecto a la competencia.

Para la identificación de los factores de la rentabilidad y sostenibilidad de la empresa objeto de este estudio se realizó un análisis de su naturaleza constitutiva, operacional y comercial, para esto se consideró el tamaño de la empresa y su clasificación, su administración y la gestión operacional así como sus políticas o estrategias de venta y por último sus implicaciones ambientales.

Para lograr esto el análisis se divide en tres ejes clave:

- La Tipografía El Maitro Boquín como MIPYME considerando su tamaño y organización.
- Administración de una MIPYME: como es la administración de la Tipografía El Maitro Boquín como MIPYME.
- Factores que inciden en la rentabilidad y sostenibilidad de la Tipografía El Maitro Boquín como MIPYME, teniendo en cuenta los análisis que ellos realizan, las estrategias de ventas y marketing, fuentes de financiamiento, medidas de cuidado con el medio ambiente, tratamientos de desechos y políticas de bienestar social.

- **Tipografía El Maitro Boquín es una MIPYME**

En Nicaragua, la Ley N° 645 en el artículo 4 define a las MIPYMES como aquellas micro, pequeñas y medianas empresas, que operan como persona natural o jurídica, en los diversos sectores de la economía y se clasifican dependiendo del número total de trabajadores permanentes, activos totales y ventas totales anuales. (Asamblea Nacional de Nicaragua, 2008)

En el caso de Tipografía El Maitro Boquín de la ciudad de Estelí se encuentra clasificada como una microempresa al contar con un total de cuatro colaboradores incluyendo a su propietario.

Al realizar la entrevista al Contador Propietario Lic. Guillermo Rafael Boquín Ramírez acerca de este término, expresó lo siguiente:

“Sí, conozco el término MIPYME, es una abreviatura de Micro, pequeñas y medianas empresas.”

“Sé que mi negocio está clasificado como microempresa, al contar con apenas un total de cuatro colaboradores incluyéndome a mí.”
(Ramírez, 2019)

El término MIPYME no es del todo desconocido no obstante aun los mismos empresarios muchas veces no saben que están clasificados como tal. De la misma manera desconocen la Ley existente que las regula y les ofrece herramientas para su crecimiento como incentivos, capacitaciones, organismos y programas de financiamiento.

En la ciudad de Estelí existen 9 MIPYMES registradas como Imprentas incluyendo Tipografía El Maitro Boquín, en este contexto la actividad tipográfica es fuerte en el departamento y es de gran importancia al ser los proveedores de servicios, sobre todo de facturas, recibos y publicidad, a las demás empresas que operan en la ciudad.

Cabe destacar que Tipografía El Maitro Boquín es una microempresa familia, donde el Propietario es el padre del Gerente y hermano del operario. Solamente el Diseñador Gráfico no forma parte de la familia. El nombre de la Tipografía se debe al apodo cariñoso que recibía el padre del dueño a quién le decían “El Maitro”, él se dedicó a la actividad tipográfica durante toda su vida y sus hijos Don Guillermo y Don Concepción le siguieron los pasos en la profesión.

Organigrama de Tipografía El MAITRO BOQUÍN

Esta empresa está organizada de la siguiente manera:

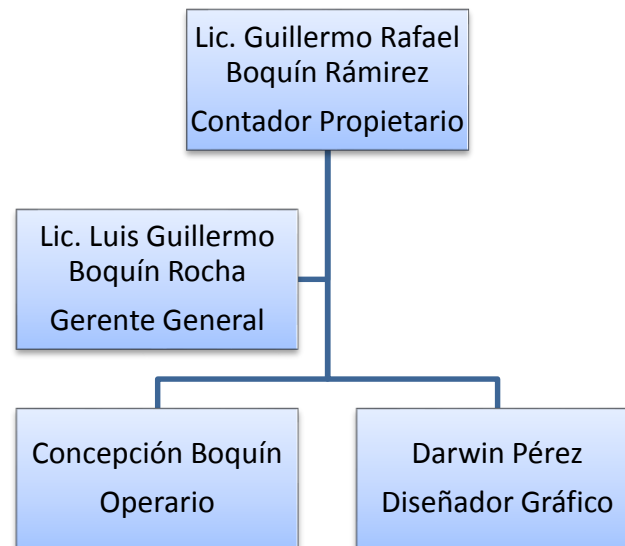


Figura 4 Organigrama Tipografía El Maitro Boquín
 Fuente: Elaboración propia

Donde:

- Don Guillermo Boquín ejerce las funciones de Contador y Propietario. Él toma las decisiones de mayor importancia como las de inversión y el volumen de compra de materias primas así como el contacto con los proveedores.
 - Luis Guillermo Boquín, además de ser Gerente ejerce como administrador y como operario asistente de Don Concepción. También se encarga de conseguir nuevos clientes, de la publicidad y de la entrega a domicilio de los pedidos de los clientes más importantes.
 - Don Concepción Boquín, es el operario de las máquinas tipográficas. Se encarga de imprimir, cortar, contar, numerar y empacar los productos.
 - Darwin Pérez, es el encargado de diseñar todos los productos que ofrece la tipografía.
- **Administración de las Finanzas en las MIPYMES**

La administración financiera es 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.

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua / UNAN-Managua

Por lo antes expresado, una de las interrogantes que se le realizó al Contador Propietario de la microempresa objeto de este estudio fue acerca de la facilidad de administrar una MIPYME, a lo que el alegó que no por ser más pequeña es más fácil.

“Considero que no, porque sin importar el tamaño es el mismo trabajo”
(Ramírez, 2019)

Esto contrasta con diversas teorías que afirman que al ser más pequeña una MIPYME es más fácil de gestionar, no obstante no importa el tamaño de la empresa para administrarla correctamente debe de ejecutar un Plan Administrativo que conste de: Planeación, Organización, Dirección y Control.

La administración de las finanzas en toda empresa es muy importante porque independientemente de su tamaño, el objetivo de su existencia es generar algún tipo de rendimiento y utilidades, por lo cual contar con una gestión que facilite el conocimiento y control de información oportuna que permita visualizar el futuro de la empresa es clave para lograr un crecimiento económico sostenible de la misma.

Para Tipografía El Maitro Boquín la administración supone un proceso difícil puesto que a pesar de que es una empresa familiar y muy pequeña, no existe buena comunicación entre las partes relacionadas y no cuentan con una administración formal que cuente con procesos o técnicas que conlleven a una gestión correcta de la misma.

Cabe mencionar que tanto el Propietario como el Gerente cuentan con educación superior en Contaduría Pública y Finanzas y Administración de Empresas respectivamente, lo cual sería un elemento que supondría una ventaja para la gestión de esta microempresa, no obstante ninguno hace uso eficiente de los conocimientos de su profesión para conducir a la empresa a un nivel de rentabilidad aceptable que conlleve a un crecimiento continuo y sostenible de la misma, esta es la principal razón por la cual la empresa se encuentra estancada.

- **Factores que inciden en la Rentabilidad y Sostenibilidad de la microempresa Tipografía El Maitro Boquín.**

Los factores que determinan la rentabilidad de las empresas pueden ser internos: indicadores bursátiles, ratios financieros y planes de marketing; o externas tales como las políticas económicas del país y condiciones de mercado. Para identificar estos factores es necesario hacer un análisis de la existencia de dichos factores en la empresa, y para esto se decidió hacer un análisis interno es decir evaluar a través de ratios financieros la rentabilidad lo cual está contemplado en el objetivo número dos de esta investigación y a través de indicadores ambientales y sociales la sostenibilidad.

En el caso de **los Factores de Rentabilidad** y para objeto de esta investigación tanto el propietario como el gerente expresaron: **“no hacer uso** de todos los indicadores financieros” para gestionar la empresa ni para la toma de decisiones. Solamente hacen

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua / UNAN-Managua

el cálculo de la “**Rentabilidad sobre ventas**”. También expresaron que elaboran los Estados Financieros de la empresa de manera mensual como parte de una obligación fiscal y para uso personal del propietario, pero no como una herramienta de gestión empresarial para la toma de decisiones que rentabilicen la empresa contribuyendo a su desarrollo.

Como factores de **rentabilidad** de la MIPYME protagonista de esta investigación partiendo de una observación analítica de las operaciones de la misma, podríamos mencionar cinco elementos:

- **Rentabilidad sobre ventas:** Este indicador es muy importante, porque muestra si el nivel de ventas de la empresa es el adecuado y si las utilidades que está generando rentabilizan la empresa.

El Contador Propietario de la tipografía dijo que este era el único indicador financiero que calculaba para saber si la empresa era rentable o no.

“El único indicador que cálculo es de Rentabilidad sobre ventas porque es el que me permite conocer si mis ventas están arrojando el rendimiento que yo espero obtener” (Ramírez, 2019)

Lo anterior es un grave error, puesto que no se puede evaluar correctamente la rentabilidad de una empresa solo a través de las ventas; es necesario ejecutar un análisis completo y detallado que permita conocer la situación real de la empresa. Por esta razón se aplicaron todas las razones financieras posibles implicadas con los datos de la empresa objeto de este estudio para poder evaluarla de manera completa. (El cálculo de dichas razones se detalla como parte del objetivo dos.)

- **Financiación:** Para hacerle frente a la demanda de servicios las empresas suelen recurrir a métodos de financiación externa para ampliar sus operaciones. En el caso de Tipografía El Maitro Boquín no recurre a ningún tipo de financiamiento externo formal según las palabras del Contador Propietario:

“No trabajamos con créditos bancarios ni de terceros. Cuando hay necesidad de capital por ejemplo para la compra de materia prima para algún trabajo grande yo presto de mi dinero y luego la Tipografía me lo paga con las ganancias del mes.” (Ramírez, 2019)

La Financiación no resulta ser un indicador de rentabilidad de esta empresa, por el contrario el método o la forma con la que la empresa se financia denota el porqué de su falta de rentabilidad, es decir no se trata de la retención o reinversión integral de utilidades sino más bien de préstamos que hace el Propietario de su dinero propio a la empresa, a modo de préstamos personales que luego “recupera” al final del mes de las utilidades producto de las ventas. El propietario dice que se niega a hacer uso de los

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua / UNAN-Managua

préstamos bancarios por el costo de dicho financiamiento y que además el posee un trabajo formal que le da los recursos suficientes para cubrir “deficiencias de capital”. Esta situación se da muy seguido en la empresa debido a que muchas de las ventas son al crédito sin plazos que garanticen la recuperación del dinero en un tiempo determinado lo cual deja a la empresa con márgenes de efectivo realmente escasos.

Lo anterior es comprensible para una empresa con una economía de supervivencia y sin conocimientos básicos de administración, pero no así para este caso, por lo cual resulta inexplicable tan mala gestión.

El Contador Propietario aduce que sabe lo que hace y le ha funcionado hasta ahora, no obstante reconoce que no es lo correcto y que gran parte de los problemas que tiene para seguir adelante con la empresa se deben a la falta de trabajo y a los altos costos de la actividad.

- **Estrategias de ventas:** las estrategias de ventas son clave para cualquier empresa, pues las ventas son su fuente de obtención de utilidades, así que contar con una estrategia de ventas tiene que ser parte medular de cualquier negocio. Dicha estrategia tiene que tomar en cuenta las tendencias y particularidades de cada mercado, es decir obedece a la naturaleza de la actividad de la empresa y los consumidores de su producto.

Según el Gerente de Tipografía el Maitro Boquín Luis Guillermo Boquín Rocha, las estrategias de ventas no están contempladas de manera formal como parte de las políticas de la empresa sino que se hacen de manera empírica y con clientes específicos.

“No tenemos políticas de ventas pero si implementamos estrategias para aumentar las ventas pero solo con los clientes grandes porque al final ellos son los clientes fijos y si los perdemos presentaríamos pérdidas. (Rocha, 2019)

Entre las Estrategias de ventas “Empíricas” de las que Tipografía El Maitro Boquín hace uso, se observaron tres, las cuales se detallan a continuación:

- **Fidelización de clientes:** No existe una política de fidelización de clientes como tal, el Gerente General explica que se basan en la calidad de la atención y en conceder descuentos y regalías a los clientes más antiguos con volúmenes de compra considerablemente altos.

“Siempre se ha tratado de ofrecer una excelente atención como estrategia para fidelizar a los clientes, sin embargo se le da un trato especial a los clientes grandes como regalías y descuentos, además que se le hace entrega de los trabajos de manera gratuita a su

domicilio. Se procura darles una atención especial porque ellos son clave para nuestras ganancias” (Rocha, 2019)

- **Calidad del servicio:** Según afirma el Gerente la calidad del servicio es la mejor, porque así se los han expresado sus clientes.

“La calidad de nuestros servicios es la mejor, así lo han expresado nuestros clientes y es por lo que nos buscan. No tenemos competencia en esto. Además hacemos trabajos en menor tiempo, cosa que los demás no hacen.” (Rocha, 2019)

- **Precios competitivos:** Respecto a los precios, el Gerente está convencido que son los mejores y que son competitivos porque son más bajos que los de la competencia.

“Los precios de nuestros trabajos varían de acuerdo al volumen y el tiempo que nos dan para hacerlo. A mayor volumen menor precio, a menos tiempo más alto el precio, sin embargo nuestros precios siguen siendo los mejores porque son más bajos que el resto y la calidad es la mejor. Por eso nuestros clientes nos prefieren” (Rocha, 2019)

Es considerable señalar que lo anterior no se trata de una estrategia de venta eficiente para rentabilizar la empresa; es decir son procesos que además de empíricos son selectivos, es decir no es con todos los clientes. Por ejemplo: puede ser que dar “privilegios o incentivos a ciertos clientes por el volumen de las compras sea una estrategia” pero debe de ser del conocimiento de todos los clientes para incentivarlos a comprar más.

Este tipo de trato diferenciado quizás fideliza al que lo recibe pero no retiene al cliente nuevo o al potencial. Es necesario revisar estas políticas o procedimientos y adecuarlos para generar una Estrategia de Ventas, real, completa y efectiva que sí rentabilice la empresa.

Marketing: El marketing es una herramienta muy importante para las empresas hoy en día, no solo para publicitar sus productos sino para formar una imagen en el mercado, es decir para ganarse un lugar en la vida y los gustos o preferencias del consumidor.

El marketing es clave para crear una percepción entre los consumidores ya sea del producto como de la empresa, dicha percepción es la que hace la diferencia para las ventas de la empresa porque es lo que va a determinar la demanda del producto, en otras palabras el marketing marca las pautas para que la oferta sea recibida correctamente y esto crea el efecto de la demanda. Si se hace un buen uso del marketing se puede lograr rentabilizar una empresa con toda seguridad.

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua / UNAN-Managua

En el caso de este estudio, la empresa no tiene un Plan de Marketing definido ni contemplado en sus operaciones; actualmente no está haciendo uso de ninguna herramienta de publicidad a excepción de Facebook, no obstante el perfil de la empresa en esta red social es incipiente y poco gestionado. Esta gestión la hace el Gerente cuando sus obligaciones se lo permiten, razón por la cual la red social no está siendo aprovechada al máximo.

La falta de un Plan de Marketing o al menos una herramienta publicitaria gestionada eficientemente limita el mercado de la empresa, la cual está trabajando prácticamente en las sombras.

El contador propietario alega que lo intentaron y que en un principio se anunciaban por una radio local pero que no funcionó y más bien perdió dinero. Por esta razón la empresa ya no invierte en publicidad, lo cual es un error, porque se está limitando al público que puede llegar por una red social como Facebook y no está aprovechando otras herramientas de difusión masiva que aunque tienen un costo lograr llegar al mercado en menor tiempo.

Productividad: La rentabilidad de un determinado negocio o producto aumentará cuando se promueva una mejora en la productividad de todas sus operaciones. Por esta razón se le preguntó al gerente de la Tipografía acerca de este factor de rentabilidad, a lo cual él respondió lo siguiente:

“La productividad de la empresa es buena porque el personal está capacitado y tiene amplia experiencia. Además cuando hay mucho trabajo se buscan ayudantes que ya han trabajado con nosotros y conocen las bien las operaciones y el funcionamiento de las máquinas, y se trabajan horas extras” (Rocha, 2019)

La productividad como factor fue un punto muy difícil de medir o cuantificar debido a que la empresa trabaja con un sistema de órdenes específicas y cuenta con muy poco personal para ejecutar el trabajo, además en el momento de aceptar un pedido pactan también el tiempo en el que será entregado. Así pues un trabajo puede tardar de 2 a 10 días, dependiendo del volumen y de lo acordado con el cliente. Además la empresa no resultó un factor que la empresa tenga presente como estrategia de gestión y / o diferenciación empresarial. Así que la productividad resultó ser un factor muy difícil de medir en esta microempresa por lo tanto no se considera un factor de rentabilidad y/o sostenibilidad de la misma.

En cuanto a **Factores de Sostenibilidad empresarial** de la Tipografía el Maitro Boquín no se encontraron resultados positivos, ya que para que una empresa sea sostenible tiene que ser primero rentable y segundo su producción o su funcionamiento debe de estar en armonía con el ambiente que le rodea en todos los aspectos pero sobre todo el

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua / UNAN-Managua

social y el ecológico. En el primer caso, la empresa no presenta factores determinantes de rentabilidad. Por su parte la sostenibilidad aplicada a la estrategia empresarial, va más allá del cumplimiento de las obligaciones jurídicas, fiscales o laborales, siendo de vital importancia el aumento en la inversión del capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores.

La experiencia adquirida con la inversión en tecnologías y prácticas comerciales respetuosas con el medio ambiente sugiere, aparte de cumplir con todas las leyes, aumentar la competitividad de las empresas.

Cuando se abordó a los entrevistados (Ramírez, 2019) y (Rocha, 2019) acerca de la sostenibilidad empresarial ambos expresaron no conocer a cabalidad las implicaciones del término.

En palabras del Licenciado Boquín Ramírez:

“en mi opinión mi negocio es sostenible porque me está siendo rentable, pero no sé si ese sea el significado de ser una empresa sostenible. Es decir para que una empresa sea sostenible tiene que ser rentable pero creo que sostenibilidad es algo más, pero ahora mismo desconozco que sea” (Ramírez, 2019)

Y para el Gerente Boquín Rocha la sostenibilidad es:

“para mí la sostenibilidad se trata de que una empresa sea capaz de mantenerse en operación generando ganancias a lo largo del tiempo, pero no estoy seguro de que eso signifique. En el caso de la tipografía si considero que es sostenible porque hemos logrado mantenernos en el mercado generando utilidades aceptables. (Rocha, 2019)

Una empresa sostenible no es solo una empresa rentable sino también una empresa comprometida con desarrollo de la comunidad y la protección del medio ambiente. La sostenibilidad es un tema de valores, es decir se trata de fomentar condiciones de vida y de trabajo de la mano de mejoras sociales y medioambientales en las cuales tanto trabajadores como consumidores se vean beneficiados. Más que una política operativa es también una estrategia pues ofrece una ventaja competitiva en un mundo actual donde cada vez es más grande el movimiento global de comprar productos social o medioambientalmente responsables esto te ayudará a construir relaciones y no meros clientes.

En el caso de Tipografía El Maitro Boquín no existen procesos empresariales formales que apunten a la Sostenibilidad pues no toman medidas para proteger el medio ambiente, tampoco tienen un sistema de tratamiento de desechos, ni tratan de reducir costes de energía eléctrica, por ejemplo. De igual forma no cuentan con políticas de bienestar social para sus colaboradores, de hecho solamente tienen a un colaborador

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua / UNAN-Managua

inscrito en el Seguro Social, así mismo tampoco los capacitan ni los incentivan o motivan para un mejor desempeño laboral, y por último el ambiente de trabajo no es el mejor.

Como parte de los indicadores de sostenibilidad de la Tipografía El Maitro Boquín se considerarán tres ejes que se detallan a continuación:

- **Medidas para proteger el medio ambiente:** Una empresa sostenible es también una empresa comprometida con la protección del medio ambiente en el que se encuentra su radio de operaciones y como se puede disminuir el impacto de estas en el mismo. Por esta razón se le preguntó al Gerente General que medidas toma para proteger el medio ambiente.

“No tomamos ninguna medida de protección al medio ambiente a excepción del reciclaje. Considero que no somos una empresa que causamos problemas ambientales, pues no generamos residuos peligrosos” (Rocha, 2019)

La toma de medidas de protección del medio ambiente en una empresa, no solo se trata de Sostenibilidad sino también de una estrategia, siendo que en la actualidad la conservación del medio ambiente es parte de la preocupación de grandes masas y el hecho de que una empresa sea responsable con el medio ambiente que la rodea la hace más atractiva para el mercado cada vez más consciente de los desafíos ambientales que presenta el desarrollo industrial de las economías alrededor del mundo.

En el caso de la empresa objeto de este estudio se pudo constatar que no tienen ninguna preocupación por el medio ambiente siendo que no consideran el papel como un desecho peligroso y con respecto a los retazos de tela con gasolina que usan para limpiar las máquinas piensan que la única manera de deshacerse de ellos es tirándolos a la basura. También expresaron que respecto al olor fuerte a gasolina que expelen las máquinas no pueden hacer nada, puesto que la única manera de eliminarlo es cambiando toda la maquinaria por máquinas eléctricas y no tienen presupuesto para eso, pues las máquinas eléctricas son más caras y también elevarían los costos de producción por el alto costo de la energía eléctrica que supondría su funcionamiento todo el día.

- **Tratamiento de desechos:** El tratamiento de los residuos de materia prima es otro detalle relativo al compromiso de protección del medio ambiente que no se puede dejar de mencionar porque es clave en este proceso, respecto a esto el Gerente expresó lo siguiente:

“El papel que sobra lo reciclamos a través de personas que se dedican a recolectar el papel y llevarlo a las plantas de reciclaje. Sabemos que venden el papel y que eso forma parte de sus ingresos entonces se los regalamos por ayudarlos y porque es

algo que a nosotros ya no nos sirve; pero si ellos no vienen muchas veces se termina sacando a la calle para que se lo lleve el camión de la basura. Y con respecto a los trapos con gasolina que usamos para limpiar las máquinas siempre se tiran en la basura” (Rocha, 2019)

El Gerente (Rocha, 2019) también expresó que reciclar el papel no es parte de sus políticas, es decir si los recolectores no pasaran por el papel ellos lo desecharían de manera habitual como parte de la basura que se lleva el camión al igual que hacen con los limpiones de tela con gasolina. Esto demuestra que la empresa no está comprometida con el medio ambiente ni con que el manejo del desecho de papel y la tela con gasolina sean tratados correctamente. De esta manera se deduce que esto no es factor de sostenibilidad para esta empresa.

- **Bienestar social de los colaboradores:** El bienestar social de los colaboradores de una empresa así como el ambiente laboral en el que desempeñan sus labores es clave para conseguir una empresa sostenible porque *“¿qué trabajador no hace bien su trabajo si el espacio en el que lo desempeña lo hace sentir cómodo y a gusto?”* además de que las empresas que consiguen estas condiciones son referentes sociales de los mejores espacios para trabajar, esto deriva en una mejor productividad laboral. También en este aspecto la empresa tiene que ofrecer a sus colaboradores todas las prestaciones sociales así como la protección ante cualquier riesgo laboral.

“procuramos que el ambiente de trabajo sea sano, agradable y llevadero para que nuestros trabajadores se desempeñen de la mejor manera y se sientan bien. Pero en materia de bienestar social nos falta mucho camino. Por el momento solo el Operario de máquinas está cubierto por el Seguro Social porque consideramos que es el que está más expuesto a un accidente laboral” (Rocha, 2019)

En el caso de Tipografía El Maitro Boquín no cumple con los requisitos de bienestar social por las siguientes razones:

- Al tratarse de una empresa familiar el ambiente laboral se ve condicionado por problemas de relación y autoridad familiar, esto dificulta que las líneas de autoridad laboral y de comunicación entre las áreas sea la adecuada tanto para mantener el ambiente laboral como para que la producción se lleve a cabo de la mejor manera posible.
- No todos los colaboradores se encuentran registrados en el INSS, es decir no todos están cubiertos por un seguro para enfermedad o por un accidente laboral.

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua / UNAN-Managua

- Los trabajadores del área de producción no usan equipo de protección. Se encuentran expuestos directamente tanto a la gasolina como a los químicos del papel y la tinta.
- Ninguna área recibe capacitaciones de ningún tipo, esto sería clave para el incremento de la productividad, la calidad de los productos y el trato al cliente.

Para concluir no se encontraron factores ambientales ni sociales que indiquen sostenibilidad en esta microempresa; no tienen ninguna política de protección al medio ambiente ni muestran interés en ser o convertirse en una empresa socialmente responsable, razón por la cual se ve limitada su rentabilidad, ya que de implementar estas medidas se convertiría en una empresa atractiva, dinámica y un buen lugar de trabajo derivando en una empresa más productiva y competitiva en el mercado.

6.2. Objetivo Específico N°2: Análisis de los estados financieros en función de la rentabilidad y sostenibilidad de la Tipografía El Maitro Boquín.

El análisis financiero consiste en la separación de los elementos de un estado financiero, con el fin de examinarlos críticamente y conocer la influencia que cada uno de ellos ejerce sobre los fenómenos que el estado financiero expresa. Dicho esto un análisis financiero consiste en el desglose de cada una de las cuentas de los estados financieros y el estudio minucioso de las implicaciones en la situación económica de la empresa.

Los datos que se obtienen de los Estados Financieros son de gran importancia porque proporcionan diversa información que permiten evaluar el desempeño económico de la empresa, además de reportar resultados operativos tales como ventas, gastos y ganancias o pérdidas.

Al realizar la entrevista al Lic. Guillermo Rafael Boquín Ramírez afirmó:

“En el caso del balance general me muestra los datos específicos de la posición financiera de la empresa para indicar los recursos con los que cuento, y el monto de capital que he invertido en este negocio y el estado de resultados datos de relevancia como son las ventas y el costo de estas que me indican la rentabilidad del negocio y de cuanto está siendo el margen de utilidades que estamos obteniendo.”
(Ramírez, 2019)

La respuesta del señor Ramírez demuestra que la elaboración de los Estados financieros básicos de una empresa son clave para conocer la situación económica y posicionamiento de la empresa respecto a los costos y utilidades, no obstante también es necesario hacer un análisis meticuloso que permita conocer a detalle cómo está realmente la empresa, esto conllevará a la toma de decisiones más acertadas y por consiguiente una gestión administrativa eficiente

Calculo de Razones Financieras a los Estados Financieros de Tipografía El Maitro Boquín.

Con el propósito de realizar un análisis completo de la situación financiera de la empresa y poder evaluarla correctamente, se procedió al cálculo de todos los ratios financieros (liquidez, endeudamiento, actividad y rentabilidad) con la información proporcionada por la misma en sus Estados Financieros. Antes de proceder con el análisis cabe señalar que se encontraron algunas discrepancias en los estados financieros brindados por la tipografía y que por esta razón dicho análisis está limitado a la información proporcionada por las cuentas y sus valores correspondientes existentes en dichos estados.

Algunas de estas discrepancias a tener en consideración son las siguientes:

En el Balance General:

- La cuenta de Terreno en activo fijo tiene un valor de C\$ 0.00, lo cual dificultará el cálculo real del activo fijo de la empresa.
- La empresa no cuenta con créditos en Instituciones financieras, razón por la cual se verá limitado el cálculo de las ratios financieras que requieren esta información.
- Las utilidades acumuladas están en negativo, lo cual denota que la empresa ha tenido pérdidas.
- Y por último la utilidad reflejada en el BB.GG es la utilidad antes de impuestos por lo que no cuadra con el EE.RR.

En el Estado de Resultados:

- La cuenta de Ventas al crédito no existe.
- El EERR, no refleja los Gastos de Venta, y las cuentas de Otros Ingresos y Otros gastos no tienen información.
- La utilidad reflejada en el EE.RR, no cuadra con la reflejada en el BB.GG.

A continuación, se presentan los análisis de los resultados de la aplicación de las ratios financieros de liquidez, actividad, endeudamiento, y rentabilidad a los estados contables de Tipografía El Maitro Boquín durante el año 2018, no sin antes mencionar que para efectos de lectura y fácil comprensión de este análisis tanto los Estados Financieros como las Memorias de Cálculo de los Ratios están en los Anexos.

6.2.1. Razones de Liquidez

Para analizar el índice de liquidez de la Tipografía El Maitro Boquín se calculó: Razón Circulante, Prueba ácida y Liquidez inmediata con el fin de conocer los niveles de liquidez con los que cuenta la empresa para hacerle frente a sus obligaciones a corto plazo.

Razón circulante

Al momento de la aplicación de este indicador financiero se utilizaron las cuentas del balance general **activo circulante** y **pasivo circulante** obteniendo como resultado un cociente de 2.29, el cual se mide en **veces**. Dicho valor excede por 1.29 al nivel óptimo que es 1. Lo que indica que el activo corriente es 2.29 veces más grande que el pasivo corriente; es decir que la empresa cuenta con 2.29 unidades monetarias de activo por cada una de pasivo con lo que puede cancelar sus obligaciones a corto plazo.

Este resultado ubica a la empresa en un nivel financiero sólido lo que permite que pueda posicionarse de manera estable en el mercado, no obstante una de las observaciones importantes de resaltar es que cuenta con activos ociosos en las **cuentas de caja y bancos** representando un 87.30% del activo circulante frente al importe reflejado en Cuentas por cobrar e Inventario el cual es aproximadamente un 3.36% y 9.32% respectivamente. La excesiva liquidez reflejada en el BBGG contrasta con la práctica del peculiar “financiamiento” del que hace uso la Tipografía donde el Contador Propietario expresaba que en ocasiones cuando no tenían dinero para la compra de materia prima, él prestaba dinero a la empresa.

Es importante señalar también el hecho de que las cuentas por cobrar aunque representan un porcentaje mínimo constituyen ventas al crédito, y estas no están expresadas en el EE.RR, por otro lado el importe de la Cuenta de Inventario es muy bajo, esto denota que la empresa no está invirtiendo sus utilidades, se encuentran en un estancamiento por decisión propia, trabajan con los recursos mínimos y solo se están dedicando a acumular sin ningún objetivo aparente a menos que lo use como “colchón” para imprevistos pero aun así es muy alto.

Al consultarle al Contador propietario por esta situación expresó que se reservaba el derecho de contestar dicha interrogante. En este punto la empresa debería plantearse algún tipo de inversión para rentabilizar esos recursos que no le están reportando ningún beneficio.

Liquidez o prueba ácida

Para la aplicación de este indicador financiero se utilizó la cuenta de **activos corrientes** excluyendo la cuenta de **inventario** entre los **pasivos corrientes**, obteniendo un resultado 2.08, lo que indica que la empresa cuenta con 2.08 unidades monetarias para

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua / UNAN-Managua

hacerle frente a sus obligaciones a corto plazo sin tocar el inventario. En otras palabras el activo de disponibilidad inmediata cubre 2.08 veces al pasivo corriente o a corto plazo, sin tener que recurrir a la venta del inventario.

Como se mencionó anteriormente la empresa presentó sobre liquidez, este exceso puede ser bien visto a la hora de que solicite un financiamiento y demuestre que puede cubrir dicha obligación, no obstante también puede ser indicio de que no sabe cómo invertir lo cual se deriva de una mala administración, es decir contar con tanto dinero estancado en una cuenta en otras palabras sin remuneración puede constituir una importante pérdida de oportunidades de obtención de rentabilidades y esta situación es inadmisibles para cualquier empresario, es decir todo el que tiene una empresa persigue la maximización de sus utilidades.

Liquidez inmediata

Para calcular el ratio de prueba defensiva o de liquidez inmediata de la empresa se divide el total de los saldos de caja y bancos entre el pasivo circulante o corriente, operación de la cual se obtuvo un cociente de 200%, esto significa que la empresa presenta un 200% de liquidez inmediata, rebasando en más de 150% el nivel óptimo de este ratio que es 30%. Este cálculo permitió medir la capacidad efectiva de la empresa en el corto plazo para operar con sus activos más líquidos. Es decir que la empresa cuenta con el 200% de liquidez para operar y/o hacerle frente a sus obligaciones inmediatas sin necesidad de vender.

Este exceso como ya se mencionó anteriormente es capital ocioso. En este punto es necesario señalar que la empresa no hace uso de créditos financieros de ninguna índole y que por tanto su capacidad de hacerle frente a obligaciones de corto plazo no incluye el pago de ningún crédito.

6.2.2. Razones de Endeudamiento o Apalancamiento Financiero

Las razones de endeudamiento o apalancamiento financiero analizan la estructura de capital de la empresa, y busca medir que porcentaje de sus activos es financiado con capital de deuda así como su capacidad para hacerle frente a estas obligaciones.

En el caso particular de la Tipografía El Maitro Boquín, como se mencionó anteriormente no trabaja con créditos financieros, lo que presenta en su pasivo son cuentas con proveedores, retenciones por pagar y gastos acumulados por pagar, con respecto a estos últimos se desconoce su detalle. Así que el cálculo de estos ratios en particular no se evaluará la capacidad de la empresa para pagar gastos financieros sino solo gastos con proveedores y otros acreedores no financieros.

Grado de endeudamiento o Razón de deuda

En el cálculo de este ratio se dividió el total de pasivos entre el total de activos obteniendo como resultado que la empresa cuenta con un porcentaje de 21.31% de los activos totales financiados por los acreedores; esto significa que de liquidarse la empresa al precio en libros quedaría un saldo de 78.69% de su valor después del pago de las obligaciones con sus acreedores. En otras palabras el pasivo total de la empresa representa un 21.31% del total del activo, es decir por cada córdoba de deuda tiene 4.69 córdobas para pagar sus deudas.

Este valor indica que la empresa se ha financiado con una deuda menor a la mitad de sus activos, lo cual es alentador puesto que no existe riesgo de impago para los acreedores.

Estabilidad financiera o endeudamiento sobre patrimonio

Al aplicar esta razón financiera el cociente del pasivo total dividido entre el capital contable es de 0.27, lo que indica que la empresa tiene financiado por acreedores el 27.08% por cada córdoba de patrimonio. En otras palabras por cada unidad monetaria aportada por el propietario se obtiene un 27.08% de financiamiento extra, por terceros. Lo que indica que la empresa cuenta con el 72.92% de financiación propia.

En términos generales contar con 0.27 córdobas de deuda es bueno pero un ratio de endeudamiento inferior a 0,40 supone que la entidad cuenta con recursos propios insuficientemente aprovechados; el nivel de deuda apropiado se encuentra entre el 40% y el 60%, en este caso particular se obtuvo un resultado de apenas un 27%, el cual es demasiado bajo pero como ya se ha mencionado antes se debe a que la empresa cuenta con suficiente liquidez para hacerle frente a sus obligaciones sin tener que recurrir a la financiación externa, ya sea por acreedores financieros o no financieros.

Como se puede observar en la estructura del pasivo la cuenta de gastos acumulados representan un 95% del total de las deudas y el otro 5% se dividen en 3.44% y el 1.53% para Cuentas por pagar y Retenciones respectivamente, es decir no cuenta con una estructura de pasivos a largo plazo que demanden búsqueda externa de recursos, pues la totalidad del pasivo es fácilmente cubierta por el activo circulante.

Inversión de capital

Para la aplicación de este ratio se divide el Activo Fijo entre el Capital Contable lo que generó como resultado 0.54. Es decir que por cada córdoba de capital contable que tiene la empresa, 0.54 unidades monetarias están invertidos en activos fijos para la compañía. Este valor está por debajo del nivel óptimo que sería entre un 0.65 y 0.80, sin embargo no representa un nivel crítico sino más bien que a la empresa le hace falta invertir en activo fijo y al tratarse de una Tipografía le deja un margen a la misma para invertir en maquinaria o en activos intangibles como tecnología.

6.2.3. Razones de Actividad

Los ratios de actividad buscan medir la calidad de la gestión administrativa del capital de trabajo y la utilización de sus fondos. Es decir miden la capacidad que tiene la gerencia para administrar en forma adecuada los recursos invertidos en activos y convertirlos en utilidades.

Para analizar las actividades de la empresa se calcularon tres razones: Rotación de Inventarios, Rotación de Cuentas por Pagar y Rotación de Activos Totales.

Rotación de Inventarios

Para calcular este ratio financiero se utiliza el cociente del Costo de Ventas entre la cuenta de Inventarios, el cual dio como resultado 12.37. Este valor se mide en “veces” es decir la inversión en inventarios se ha transformado 12.37 veces en efectivo o en cuentas por cobrar, en otras palabras el inventario se ha rotado 12.37 veces durante el año 2018. Este valor es muy bueno para una empresa de industria tipográfica no obstante en este caso es excelente debido al tamaño de esta empresa y a su volumen de operaciones considerando que es una MIPYME muy pequeña y poco conocida.

Rotación de Cuentas por Pagar

El resultado de la aplicación de este ratio financiero se mide en “veces” y se obtiene de dividir el Costo de Ventas entre las Cuentas por pagar, en este caso el resultado es 76.86 veces, e indica el número de veces al año que se pagan las cuentas que estaban pendientes de pagar; en otras palabras se pagan 76.86 veces al año las deudas que se adquieren. Este resultado es muy alto y se debe a que el importe de las Cuentas por pagar representan el 3.44% del total de pasivo, es decir la empresa presenta un porcentaje insignificante de deuda, lo que denota que Tipografía El Maitro Boquín no trabaja con créditos.

Rotación de Activos Totales

Este ratio mide el número de veces al año que la empresa realiza ventas por un importe igual al total de sus activos, además de proporcionar una idea general sobre la actividad en ventas de la empresa, para lo cual se dividen las Ventas entre el Total de activos. Es decir que la Tipografía puede colocar entre sus clientes un valor igual a la inversión realizada 0.73 veces al año lo que representa un valor crítico para la empresa ya que significa que las operaciones de esta no están siendo eficientes financieramente.

6.2.4. Razones de Rentabilidad

Con el empleo de estas razones se determinará la productividad de la Empresa. En la primera de ellas en relación con el capital propio; en la segunda, la correspondiente al total de lo invertido por la empresa, y la última determina la utilidad neta por cada córdoba de ventas. Estas razones miden el nivel de eficiencia en la utilización de los activos de la empresa en relación a la gestión de sus operaciones.

Rentabilidad del capital

Para el cálculo de este ratio se divide el importe de Utilidad neta entre el Capital Contable. El resultado es un cociente de 0.0265 lo que significa que cada unidad monetaria de capital genera 0.0265 unidades monetarias de utilidad. Expresado en porcentaje el 100 % del capital contable genera el 2.65% de utilidades netas para la empresa, este porcentaje es demasiado bajo, es decir se posee abundancia de capital que no está generando el rendimiento mínimo aceptable que es el 30%. Este indicador es fundamental porque determina la medida en que la empresa está generando rentabilidad sobre los fondos invertidos.

En este caso que está por debajo del nivel aceptable, es importante que la empresa ponga especial atención puesto que según el Contador Propietario solo calculan rendimiento sobre ventas y que considera que según ese indicador están siendo rentables, pero no tienen Rentabilidad sobre el Capital.

Rentabilidad de la inversión

El ratio de Rentabilidad de la Inversión o Rendimiento sobre Activos se calcula dividiendo la Utilidad Neta entre el Total de Activos obteniendo un resultado de 0.034 que multiplicado por 100 da como porcentaje 3.43% es decir el Total de Activos está generando 3.43% de rendimiento, lo cual constituye un nivel crítico de rentabilidad para la empresa, pues al igual que el Rendimiento del capital, está por debajo del mínimo aceptable.

Margen de Utilidad Bruta

Para medir el porcentaje de utilidad de cada córdoba de ventas que queda después de que la empresa ha pagado todos sus productos se toma en cuenta la Utilidad Bruta y se divide entre las ventas totales, en este caso dio como resultado un cociente de 0.2325 es decir las Ventas están generando un 23.25% de utilidades brutas.

En este punto es importante recalcar que el costo de ventas de esta empresa es muy alto constituyendo un 76.75% del total de las ventas, aun así esto deja un margen aceptable no obstante el hecho de que sus costos sean tan elevados indica que la empresa no los administra de la manera adecuada y si lo hiciera el margen de utilidad bruta se acercaría más al nivel óptimo.

Rentabilidad de las ventas o margen de utilidad neta

Al aplicar este ratio se obtuvo como resultado un 4.67% producto de la división de la Utilidad Neta entre las Ventas, este valor también se encuentra por debajo del Nivel de rentabilidad mínimo aceptable, es decir por cada córdoba de ventas el margen de utilidad después de impuestos es de 0.046 unidades monetarias. Para efectos de este análisis las ventas no son un factor de rentabilidad de esta empresa, no obstante el Contador Propietario de la misma aduce que sí; es importante señalar que esta rentabilidad es anual es decir si se calculara la rentabilidad mensual de las ventas de la Tipografía el porcentaje es sumamente bajo.

En otras palabras, la empresa obtiene por cada córdoba de ventas una utilidad del 4.67% después que esta ha cubierto el costo de los bienes que produce, este ratio nos permite medir la eficiencia de la elaboración y distribución que alcanza la empresa durante sus operaciones el cual representa un porcentaje de utilidad muy bajo debido a que las ventas varían, lo que indica que se debe trabajar en función del crecimiento del negocio y por ende de las ventas y de esta manera alcanzar el nivel de ventas deseado, el cual se puede lograr mediante una adecuada toma de decisiones.

6.2.5. Toma de decisiones.

- **Decisiones financieras**

Análisis de Estados Financieros durante el periodo.

El análisis financiero durante el periodo, tiene como propósito fundamental obtener elementos de juicio para interpretar correctamente la situación financiera y los resultados de operación de la entidad analizada, para evaluarla de manera objetiva. Por esta razón es importante realizarlos de manera periódica como un elemento clave a tomar en cuenta en el **Proceso de toma de decisiones**. Al preguntarle al Lic. (Ramírez, 2019), acerca de este procedimiento expreso lo siguiente:

“No realizo ningún tipo de análisis financiero más que calcular la razón de liquidez. Tampoco comparo los resultados obtenidos con años anteriores. Como ya les dije anteriormente solo uso la razón de liquidez y en eso me baso para tomar decisiones. Si tengo efectivo puedo seguir invirtiendo” (Ramírez, 2019)

Para tomar decisiones competentes al funcionamiento global de toda la empresa no basta con calcular solamente un ratio para darte cuenta si se tiene liquidez o no; toda la información que se encuentra en los estados financieros básicos es muy importante para todas las partes interesadas en la toma de decisiones, ya que permite tener medidas relativas de la eficiencia operativa de la empresa, las razones financieras consisten en el cálculo e interpretación para analizar y observar la rentabilidad que la empresa está

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua / UNAN-Managua

teniendo y el nivel de utilidades que está generando, siempre que se haga uso de cada una de las razones financieras.

Proceso de toma de decisiones

Para tomar una decisión es necesario disponer de toda la información posible sobre cada una de las alternativas entre las que es posible escoger y las consecuencias que cada una podría conllevar respecto a los objetivos marcados. El proceso de seleccionar entre las diferentes alternativas para llevar a cabo acciones relacionadas con cualquiera de las funciones administrativas puede segmentarse en ocho etapas:

La identificación de un problema, la identificación de los criterios para la toma de decisiones, la asignación de ponderaciones a los criterios, el desarrollo de alternativas, el análisis de las alternativas, la selección de una alternativa, la implantación de la alternativa y la evaluación de la efectividad de la decisión.

No obstante tanto el Contador Propietario como el Gerente comentaron no hacer uso de ningún proceso de toma de decisiones, tampoco se hacen reuniones ni se presentan propuestas esto provoca que las decisiones sean tomadas mediante el juicio único del Contador propietario, esta situación limita la objetividad de la toma de decisiones porque no toma en cuenta los puntos de vista de los demás colaboradores que pueden ofrecer una perspectiva más aterrizada de las situaciones o problemas sobre los cuales hay que tomar decisiones.

Decisiones financieras

Son múltiples las cuestiones que pueden surgir y a las que se debe dar respuesta, tanto a largo como a corto plazo. Desde cómo adquirir el capital necesario, cómo financiar una inversión o qué estrategia financiera es la mejor para la empresa.

Los principales dilemas de carácter financiero a los que tendrá que hacer frente la empresa están relacionados con decisiones sobre la inversión del capital, la política de dividendos y la financiación empresarial. Éstas variarán en función de los objetivos de cada organización. (EAE, 2014)

Cuando se interrogó al Lic. Boquín Ramírez acerca del tipo de decisiones financieras que tomaba con su empresa expresó lo siguiente:

“La mayoría de las decisiones tomadas en la empresa son sobre inversión, siempre buscando el bienestar y crecimiento de la misma según la información que obtenemos al elaborar los estados financieros. (Ramírez, 2019)

La adecuada toma de decisiones en la empresa es relevante para su crecimiento y competitividad, además de asegurar el buen funcionamiento de la misma. Una buena

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua / UNAN-Managua

decisión se traduce en ganancia y beneficios, mientras que una mala decisión mayormente trae consecuencias o pérdidas de diferentes índoles.

En este punto la respuesta del Contador Propietario, merece plantearse lo siguiente:

- Las decisiones tomadas en la empresa son de inversión y en vías del crecimiento de la empresa es decir de su rentabilización, sin embargo la empresa tiene exceso de capital ocioso que no está siendo invertido, lo que provoca que la empresa esté en un estancamiento cíclico en el cual solo sobrevive y produce para seguir aumentando la liquidez. Esta situación deriva en la no rentabilidad de los activos, el capital y las ventas, es decir de toda la empresa.
- No existe evidencia que se tomen decisiones basadas en la información completa que proveen los estados financieros, puesto que se ha expresado que solo utilizan el Ratio de Liquidez, es decir solo toman en cuenta la existencia de efectivo, de la misma manera no es posible tomar decisiones correctas y aterrizadas si no se elabora un análisis minucioso y detallado de la situación económica de la empresa en su totalidad.

Lo antes expresado constituye la principal causa de la falta de rentabilidad de la empresa, no se están tomando las decisiones de manera correcta porque se desconoce la verdadera situación financiera de la empresa o bien no hay interés de que la empresa crezca, no tienen planes de desarrollo sostenible ni ampliación de mercado, esto hace que se plantee el objetivo de la existencia de dicha empresa.

6.3. Objetivo Especifico N°3: Propuesta de estrategias para aumentar la rentabilidad de Tipografía El Maitro Boquín.

La presente propuesta es para mejorar la rentabilidad y sostenibilidad, la productividad e innovación de la MIPYME Tipografía el Maitro Boquín. Antes de presentar dichas estrategias se consideró necesario elaborar un análisis de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de la empresa esto con el fin de crear propuestas más adecuadas a la situación de la tipografía.

FODA

El análisis FODA es una herramienta de diagnóstico muy utilizada como base de decisiones acerca el futuro de un negocio. Propone revisar aspectos internos y del contexto para identificar cursos de acción que se apoyen en las variables favorables, sin dejar de tener en cuenta aquellos aspectos que pueden resultar adversos. (Buenos Negocios, Noviembre)

Para definir una estrategia empresarial que contribuya al crecimiento de la Tipografía, lo primero comprender en qué situación se encuentra la empresa mediante el estudio

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua / UNAN-Managua

de componentes externos (Amenazas y Oportunidades) y componentes internos (Debilidades y Fortalezas), para que posteriormente se adopte una estrategia para el futuro.

Los componentes internos (fortalezas y debilidades) son aquellos factores que permiten conseguir o no una ventaja competitiva respecto a los competidores del sector, mientras que los componentes externos (amenazas y oportunidades) se basan en situaciones del entorno que depende de cómo se afronten se podrá o no mejorar la situación competitiva.

En base al estudio que se realizó en Tipografía el Maitro Boquín se encontraron algunos aspectos de relevancia de la empresa, los cuales se verán reflejados a través del análisis FODA, donde se miden las destrezas y factores adversos que la Tipografía posee.

Conocer las fortalezas y debilidades de Tipografía el Maitro Boquín, es un paso para planificar la posición de la misma, creando (estrategias o acciones, u otras) competitivas sustentándolas en un punto fuerte, fundamental para mantener la productividad de la empresa a través de una adecuada aplicación de estas.

Tabla 5. FODA Tipografía el Maitro Boquín

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Conocimiento y experiencia en el negocio. 2. Elevada maquinaria técnica. 3. Precios competitivos. 4. Autonomía a la hora de actuar tanto en la toma de decisiones como a nivel financiero. 5. Preocupación por la calidad de sus productos y la satisfacción de sus clientes. 6. Capacidad productiva. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Renuencia al cambio. 2. Bajo número de clientes. 3. Publicidad ineficiente tanto en lo físico como en lo digital. 4. Poco personal. 5. Falta de innovación empresarial y tecnológica. 6. Productos no diversificados. 7. Falta de comunicación.

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua / UNAN-Managua

OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS-FO	ESTRATEGIAS-DO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Diferenciación y especialización del servicio 2. Mejorar la atención al cliente. 3. Ampliar el número de clientes. 4. Ampliar el número de trabajadores. 5. Desarrollo de la Tipografía tanto económicamente como de tamaño. 	<p>(F1, 04) Impulsar un plan de mejora de mercadeo.</p> <p>(F2,F3,F5,F6,F7 O3,O5) crear un plan de mejora organizativo para establecer un sistema de registro financiero que permitan guiar el proceso de toma de decisiones.</p>	<p>(D2,D4, O3,O4) Invertir en el desarrollo tecnológico que aumente la productividad de Tipografía el Maitro Boquín.</p> <p>(D1,D5,D6 ,O5) Implementar estándares de calidad de los productos y servicios que ofrece la Tipografía y promover reuso y reciclaje de materiales e insumos en la Tipografía.</p>
AMENAZAS	ESTRATEGIAS-FA	ESTRATEGIAS-DA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Mercado cerrado. 2. Aparición de nuevos competidores. 3. Principalmente competencia(directa o indirecta) 4. Mayor exigencia de los clientes. 	<p>(F1,F2,F4,A1,A2,A3,A4) Diseñar una política atractiva e inclusiva de alianza con clientes claves que permitan a la Tipografía obtener un mayor nivel rentabilidad</p>	<p>(D5,D6, A1,A3,A4) Gestionar de manera eficiente las operaciones que lleve a cabo la Tipografía enfocándose en el crecimiento de la misma.</p> <p>(D1, A2) Diseñar un modelo financiero con información e indicadores económicos, productivos y de rentabilidad.</p>

A partir del FODA elaborado, se conocieron todos aquellos factores que afectan negativamente a la empresa y que limitan que tenga el crecimiento empresarial

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua / UNAN-Managua

deseado, por lo cual es necesario crear un plan de acción dirigido a reducir las debilidades encontradas, proponiendo una estrategia y una serie de actividades que contribuyan a alcanzar el éxito empresarial.

Además, proporciona información sobre el plan de actuación a seguir para aprovechar las oportunidades y prevenir las amenazas detectadas, conociendo las debilidades y fortalezas de la Tipografía.

Dentro del análisis interno podemos encontrar la fortaleza de máquinas industriales consideradas como las mejores en el mercado dirigidas para el ámbito de actuación de la Tipografía, gracias a sus numerosas prestaciones y novedosas funcionalidades. El conocimiento del sector permite conocer las demandas y exigencias de los consumidores para poder ofrecer aquello que necesitan. Como debilidades se puede observar el bajo número de clientes fijos con los que cuenta la Tipografía, la escasa publicidad de sus servicios, así mismo renuencia al cambio por parte del propietario y poco personal, aunque se cuenta con un operario y el gerente apoya con el trabajo de las máquinas a menudo es insuficiente cuando demandan pedidos de grandes dimensiones. Finalmente, en las amenazas producidas por el entorno cabe destacar mayor exigencia de los consumidores ocasionada por su nueva mentalidad y la necesidad de innovar tecnológicamente para no quedarse obsoleto.

Estrategias para la Toma de Decisiones en función de la Rentabilidad y Sostenibilidad de Tipografía el Maitro Boquín

A continuación se presentan las estrategias planteadas para que la Tipografía las implemente

✓ Estrategias para la rentabilidad

Estrategia 1: Gestión Financiera

1. Realizar análisis de las inversiones y del nivel de beneficios reportado por los estados de situación financiera así mismo elaborar análisis del equilibrio económico financiero.
2. Analizar la estructura de costos y gastos de la empresa: Registrar y conocer los gastos, clasificación adecuada de costos fijos y variables.
3. Reducción de costos variables y costos fijos u operativos sin afectar la calidad del producto y la capacidad instalada de la empresa.
4. Analizar la relación precio-calidad sin perder la competitividad en el mercado.
5. Implementar estrategias financieras para largo plazo concernientes a la inversión del capital ocioso presentado en los estados financieros actuales e inversiones a corto plazo referentes al capital de trabajo y a la gestión del efectivo e inventario.
6. Implementar estándares de calidad de los productos y servicios.

7. Diagnosticar la empresa, conocer sus principales debilidades y fortalezas para un elaborar Plan Operativo Anual que le permita plasmar las metas y objetivo de la empresa a corto plazo.
8. Obtener el compromiso de la alta dirección ya que el plan de mejoramiento debe empezarse desde los puestos más altos puesto que son los encargados de darle fuerza y compromiso a este proceso.
9. Determinar la planeación de la empresa que abarca la misión, visión, políticas, valores, principios, objetivos.
10. Establecer de manera definitiva un sistema de registro financiero, donde se reflejen todas las actividades económicas de la institución.
11. Analizar el riesgo de los créditos concedidos a los clientes y sus efectos en el ejercicio de la empresa.

Estrategia 2: Rentabilización de las ventas e inversión

1. Elaboración e implementación de un plan de marketing completo y adecuado al volumen y naturaleza de las operaciones de la Tipografía dirigido a la captación de clientes potenciales, aumento de ventas y a consolidar la presencia de la empresa en el mercado.
2. Definir estrategias de publicidad a través de las redes sociales a fin de que las personas puedan conocer la Tipografía además de la posibilidad de negociar contratos de publicidad con medios de comunicación para la captación de nuevos clientes.
3. Planificar, dirigir y coordinar estrategias de publicidad y relaciones públicas de la Tipografía
4. Mejorar visibilidad del local y rotulación de los servicios que ofrecen.
5. Efectuar evaluaciones constantes o estudios de percepción del servicio.
6. Hacer campañas publicitarias mediante sitios web importantes y mediante mantas publicitarias en las distintas áreas de la ciudad de Estelí.
7. Profundizar en el mercado actual: Crecer dentro del mismo mercado con los servicios que actualmente ofrece la Tipografía mejorando la calidad de estos y siendo más competitivos.
8. Incrementar la capacidad de producción de la empresa mediante el aumento de personal capacitado, es decir contratar a más colaboradores.
9. Contratar personal especializado en las ventas.
10. Invertir en publicidad asertiva (publicidad dirigida).
11. Efectuar evaluaciones constantes o estudios de percepción del servicio.
12. Adquirir activos intangibles tales como nuevas tecnologías en maquinarias, programas de diseño y herramientas de vanguardia que les permitan ofrecer servicios actualizados.

13. Conozca a sus competidores a través de estudios de mercado realizados anualmente y que le brinden información que permita conocer las formas en que operan, el tipo de producto o servicios y los precios.

Estrategia 3: Política de crédito

1. Establecer los términos de la otorgación de créditos:
2. Elaboración de formatos de solicitud y contratos de crédito.
3. Establecimiento de condiciones de solicitud.
4. Establecer plazo del crédito.
5. Determinar monto de crédito por cliente.
6. Estipular el porcentaje de mora a aplicar en caso de incumpliendo por parte del cliente.
7. Definir la forma de cancelación del crédito.
8. En caso de clientes reincidentes en el incumpliendo del plazo del crédito y el pago decidir las consecuencias para la relación contractual de las partes.

✓ Estrategias para la implementación de la Sostenibilidad Empresarial

Estrategia 1: Responsabilidad Social Empresarial

1. Definir la imagen que la empresa desea proyectar en el mercado para crear una imagen positiva que aumente la confianza y fidelidad de los consumidores.
2. Formar alianzas con otras empresas que promuevan políticas de respeto al entorno natural como ONGS, organismos gubernamentales y los pares de la industria.
3. Preocuparse por el desempeño ecológico de la producción de la empresa.
4. Impulsar la innovación desde una gestión ambiental que promueva el desarrollo de productos y servicios novedosos.
5. Implementar un programa de responsabilidad social corporativa que involucre clientes, proveedores y empleados; proporcionado capacitación, herramientas y objetivos inteligentes vinculados a una recompensa como incentivos, bonos, descuentos.
6. Desarrollar procedimientos de reciclaje para cada uno de los desechos según su naturaleza para proteger el medio ambiente y generar menos impacto ambiental.
7. Crear e implementar un plan de uso y ahorro energético que le permita reducir costos mientras cuida el ambiente.
8. Inscribir a todos sus colaboradores en el seguro social como parte de una política de recursos humanos.
9. Promover la capacitación y la especialización de sus colaboradores en el sector tipográfico en el contexto actual.
10. Proporcionar una plataforma para pasantías académicas con el propósito de contribuir con la formación de nuevos profesionales en el área tipográfica.

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua / UNAN-Managua

11. Fomentar un ambiente laboral propicio, saludable, dinámico, productivo y empático en el que los colaboradores se sientan valorados y respetados con oportunidades de crecimiento laboral y personal.

Es importante recalcar que cada una de las estrategias propuestas contribuirá a mejorar el desempeño de la empresa, para aumentar la rentabilidad, productividad e innovación de la misma, que le permita llevar a cabo una adecuada toma de decisiones en función de las inversiones, crecimiento sostenible de la misma.

VII. CONCLUSIONES

Al finalizar esta investigación se generaron las siguientes conclusiones:

- Tipografía el Maitro Boquín desconoce las ventajas de ser una microempresa, situación que limita su crecimiento pues la falta de conocimiento de todas las oportunidades y programas que brindan el Gobierno y otras Instituciones sin duda la tiene estancada y aislada; además no conocer la naturaleza y el alcance que puede tener una empresa deriva en no tomar las decisiones correctas que permitan explotar el potencial y las oportunidades de crecimiento y/o expansión de la misma.
- Tipografía el Maitro Boquín no está midiendo su rentabilidad a través de un análisis financiero completo que le permita evaluar correctamente su situación, por lo cual la Toma de decisiones se ve afectada y se ejecuta de manera empírica basada únicamente en el Ratio de Liquidez.
- Basados en los análisis realizados a los Estados Financieros de Tipografía el Maitro Boquín en el año 2018 mediante la aplicación de ratios financieros la empresa presenta niveles muy bajos de gestión administrativa de sus recursos y de rentabilidad comparados con todo el capital invertido y su capacidad de producción; lo cual demuestra el efecto negativo de no hacer un análisis completo y no tomar decisiones aunadas al crecimiento de la empresa.
- Según la investigación realizada Tipografía el Maitro Boquín no presenta procesos de gestión administrativa en vías de rentabilidad y sostenibilidad; se encuentran rezagados en procesos de gestión administrativos empíricos y básicos sin implementación de estrategias que potencien su crecimiento y el hecho de no hacer análisis completos de su situación financiera están provocando pérdidas.

VIII. RECOMENDACIONES

De acuerdo con los resultados obtenidos en el tiempo de investigación y tomando en cuenta la necesidad y problemática de la empresa se brindan recomendaciones con el fin de que esta mejore, entre ellas se mencionan:

- Se recomienda a la gerencia y área contable de la empresa, aplicar razones financieras que incluyan indicadores de liquidez, actividad, endeudamiento y rentabilidad que sirva como un instrumento útil para la toma de decisiones financieras y administrativas en función de la rentabilidad y sostenibilidad de Tipografía el Maitro Boquín.
- Crear un plan de mejora organizativo para establecer un sistema de registro financiero que permitan guiar el proceso de toma de decisiones para un obtener un mejor desempeño de la empresa.
- Elaborar una política de gestión de cobro, que garantice el éxito en la recuperación de capital invertido, a su vez elaborar documentos soportes como contratos que obliguen a los clientes a pagar en un determinado tiempo las deudas contraídas con la Tipografía.
- Realizar análisis periódicos sobre la evolución de la situación financiera de la empresa, con el fin de evaluar de manera continua los resultados obtenidos y efectuar exitosamente las operaciones de la empresa.
- Emplear como política interna la aplicación de herramientas financieras con el fin de facilitar el proceso de toma de decisiones y de esta manera administrar eficientemente los recursos financieros de la empresa.
- Realizar estrategias de publicidad con los medios más accesibles que conecten a la Tipografía con la población.
- Elaborar un diagnóstico financiero que permita llevar una adecuada gestión de las finanzas obteniendo información oportuna, útil, clara y relevante para tomar las mejores decisiones que permitan administrar de manera eficiente los recursos de la empresa.
- Invertir en tecnología que permita brindar un mejor servicio y de esta manera optimizar la productividad de la empresa.

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua / UNAN-Managua

- Tomar en consideración las estrategias planteadas en este estudio ya que se basan en el análisis completo de la situación económica de la empresa así como de la evaluación financiera de la misma.

IX. BIBLIOGRAFÍA

- Asamblea Nacional de Nicaragua. (2008). *LEY DE PROMOCIÓN, FOMENTO Y DESARROLLO DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA (LEY MIPYME)*. Managua: Gaceta N ° 28.
- Ballesta, J. P. (2002). Análisis contable. *Análisis de Rentabilidad de la empresa*. 5campus.com. Recuperado el 28 de Noviembre de 2019, de <https://ciberconta.unizar.es/leccion/anarenta/analisisR.pdf>
- Ballesta, J. P. (2002). Análisis de Rentabilidad de la empresa. Recuperado el 26 de Noviembre de 2019, de <https://ciberconta.unizar.es/leccion/anarenta/analisisR.pdf>
- Becerra, L. A. (17 de Abril de 2018). *ACADEMIA*. Recuperado el 23 de Noviembre de 2019, de https://www.academia.edu/36545933/Balance_general_unidad_2_contabilidad_para_ingenieria
- Blog Credito Real. (14 de Octubre de 2019). *Herramientas Financieras, reto para las medianas empresas*. Obtenido de <https://www.creditoreal.com.mx/blog-credito/herramientas-financieras-reto-para-las-medianas-empresas>
- Briones, V. M. (Marzo de 2019). *EVALUACION FINANCIERA DE LA EMPRESA SU ARTE S.A.,*. Managua, Nicaragua. Recuperado el 15 de Junio de 2019, de <http://repositorio.unan.edu.ni/11637/1/19771.pdf>
- Buenos Negocios. (25 de Noviembre de Noviembre). *Buenos Negocios*. Obtenido de <https://www.buenosnegocios.com/notas/gestion/la-herramienta-foda-la-practica-n236>
- Castro, J. (17 de Marzo de 2015). *CORPONET*. Recuperado el 23 de Noviembre de 2019, de <https://blog.corponet.com.mx/que-es-el-balance-general-y-cuales-son-sus-objetivos>
- CURSOS AIU. (s.f.). *Fundamentos de Administración Financiera*. Recuperado el 16 de Noviembre de 2019, de <http://cursos.aiu.edu/Fundamentos%20de%20Administracion%20Financiera/PDF/Tema%204.pdf>
- EAE. (11 de OCTUBRE de 2014). *bussines school*. Recuperado el 15 de noviembre de 2019, de bussines school: <https://retos-directivos.eae.es/acierta-en-la-toma-de-decisiones-financieras-de-tu-empresa/>

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua / UNAN-Managua

EAE. (25 de JUNIO de 2016). *BUSINESS SCHOOL*. Recuperado el 15 de NOVIEMBRE de 2019, de BUSINESS SCHOOL: <https://retos-directivos.eae.es/consejos-basicos-para-la-toma-de-decisiones-financieras/>

Enciclopedia economica. (27 de Julio de 2019). *Enciclopedia economica*. Obtenido de <https://enciclopediaeconomica.com/muestra-estadistica/>

Garcia Flores, C. P., & Raudez Merlo, M. A. (Enero de 2017). Efectos de un análisis financiero en la empresa TUBCELS.A, de Estelí. Esteli, Nicaragua. Obtenido de <http://repositorio.unan.edu.ni/4104/1/17751.pdf>

GERENCIE.COM. (6 de Marzo de 2019). *GERENCIE.COM*. Recuperado el 26 de Noviembre de 2019, de <https://www.gerencie.com/razones-financieras.html>

IASC. (s.f.). *Normas Internacionales de Contabilidad 1 Presentación de Estados Financieros*. Recuperado el 2019 de Noviembre de 2019, de <https://normasinternacionalesdecontabilidad.es/nic/pdf/NIC01.pdf>

INETELABS. (2012). INGENIERIA CONTABILIDAD Y COSTOS. En INETELABS, *INGENIERIA CONTABILIDAD Y COSTOS*. Recuperado el 23 de Noviembre de 2019, de <http://gc.initelabs.com/recursos/files/r157r/w13329w/IngContaycostosU04.pdf>

Johnson, R. (12 de Marzo de 2013). *PRACTICA DOCENTE MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN MIXTO*. Obtenido de <http://practicadocentemexico.blogspot.com/2013/03/metodos-de-investigacion-mixto-un.html>

Jwigodski. (14 de Julio de 2010). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de Población y muestra: <http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/2010/07/poblacion-y-muestra.html>

La Prensa. (2019). *LA PRENSA*.

MAPFRE. (14 de Junio de 2018). *MAPFRE*. Recuperado el 27 de Julio de 2019, de Jubilación Canales Mapfre: <https://www.jubilacionypension.com/economia-domestica/empleo/ventajas-y-desventajas-de-microempresas-y-pymes/>

MIPYMES. (9 de Marzo de 2013). *MIPYMES*. Obtenido de mipymes01.blogspot.com/2013/03/definicion-de-mipymes.html?m=1

Munaylla, E. P. (2019). FINANCIAMIENTO Y RENTABILIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS DEL PERÚ: CASO DE LA EMPRESA "ROMIS" E.I.R.L. - AYACUCHO, 2019. Ayacucho, Perú. Recuperado el 28 de Noviembre de 2019, de

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/13511/FINANCIAMIENTO_Y_RENTABILIDAD_PALOMINO_MUNAYLLA_EBER.pdf?sequence=1&isAllowed=y

MytripleA. (2012). *MytripleA*. Recuperado el 28 de Noviembre de 2019, de Indicadores de rentabilidad: <https://www.mytriplea.com/diccionario-financiero/indicadores-de-rentabilidad/>

MytripleA. (16 de Mayo de 2016). *MytripleA*. Recuperado el 28 de Noviembre de 2019, de Rentabilidad financiera y económica, ¿cuál es la diferencia?: <https://www.mytriplea.com/blog/rentabilidad-economica-financiera-diferencia/>

Obando Montero, J. C., Rojas Molina, L., & Zevallos Vallejos, E. (2008). *Características de las microempresas y sus necesidades de formación en Centroamérica y República Dominicana* (Primera ed.). (C. E. (CECC), Ed.) San José, Costa Rica: Editorama S. A. Recuperado el 23 de Julio de 2019, de https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---sro-san_jose/documents/publication/wcms_206087.pdf

Patiño, C. (21 de Abril de 2014). *Semana SOSTENIBLE*. Recuperado el 2 de Diciembre de 2019, de El desarrollo sostenible también es un asunto de las Pymes: <https://sostenibilidad.semama.com/actualidad/articulo/el-desarrollo-sostenible-tambien-asunto-pymes/31086>

Peralta, M. A. (5 de 10 de 2019). *Estados Financieros Comparativos*. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/141333920/Estados-Financieros-Comparativos>

Ramírez, G. R. (23 de Noviembre de 2019). Entrevista 1. (P. E. Rocha, Entrevistador)

Rocha, L. G. (23 de Noviembre de 2019). Entrevista 2. (E. B. Rocha, Entrevistador) Recuperado el 23 de Noviembre de 2019

Rojas, C. I. (20 de Mayo de 2012). *Escuela de Organización Industrial*. Recuperado el 1 de Diciembre de 2019, de Sostenibilidad en las empresas: <https://www.eoi.es/blogs/carollirenerodriguez/2012/05/20/sostenibilidad-en-las-empresas/>

Rugama, M. J. (2017). *Finanzas I*. Estelí: propio. Recuperado el 14 de noviembre de 2019

Saavedra G, M. L., & Hernández C, Y. (julio de 11 de 2008). Caracterización e importancia de las MIPYMES en Latinoamérica: Un estudio comparativo. *Actualidad Contable Faces*, XI(17), 122-134. Recuperado el 17 de Julio de 2019, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=25711784011>

SCAN. (2015). *MANUAL DE ADMINISTRACIÓN FINANCIERA*. Guatemala: Plataforma Nacional de Café Sostenible - SCAN . Recuperado el 27 de Noviembre de 2019, de <http://scanprogram.org/wp-content/uploads/2012/08/20150914-Conceptos-de-Admininitraci%C3%B3n-Financiera.pdf>

SOSTENIBILIDAD Para todos. (06 de Noviembre de 2019). *SOSTENIBILIDAD Para todos*. Recuperado el 01 de Diciembre de 2019, de ¿Qué es la sostenibilidad?: <https://www.sostenibilidad.com/desarrollo-sostenible/que-es-la-sostenibilidad/>

Sumelso, N. S. (Junio de 2012). *La Sostenibilidad en el Sector Empresarial*. Catalunya. Recuperado el 26 de Noviembre de 2019, de https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099.1/18820/TFM_NSanchez_La%20sostenibilidad%20en%20el%20sector%20empresarial.pdf

Teruel, S. (16 de Mayo de 2019). *Captio*. Recuperado el 5 de Noviembre de 2019, de <https://www.captio.net/blog/las-ocho-etapas-en-el-proceso-de-toma-de-decisiones-de-la-empresa>

X. ANEXOS

Anexo 1. Cuadro de Síntomas y Pronósticos

Síntomas	Causas	Pronóstico	Control de Pronóstico
Disminución de contratos de trabajo y por ende baja producción.	Crisis económica nacional. Materia prima más cara. Disminución de la demanda de servicios tipográficos.	Disminución de las ventas. Disminución de la utilidad respecto al año anterior. Encarecimiento de los productos y servicios.	Buscar maneras de bajar los costos de los productos y adaptarlos al ambiente económico cambiante para poder aumentar la producción.
Disminución del personal.	Falta de presupuesto para salarios. Falta contratos de trabajo o solicitud de servicios por parte de los clientes	Disminución de la producción y de su rendimiento.	Reestructuración del sistema de trabajo, el rediseño organizacional y el establecimiento adecuado de la planta de personal para mantener la competitividad
Maquinaria sin uso.	Poca o nula demanda de los productos que se pueden elaborar con estas máquinas.	Daño y depreciación de las máquinas. Inversión estancada sin generar ganancias.	Venta de la maquinaria sin uso. Búsqueda de clientes que necesiten los servicios de las máquinas sin uso.
Pocos clientes.	Poco o ninguna publicidad. Oferta pobre de servicios	Impacto negativo en las ventas y/o ingresos de la empresa.	Estrategias de captación de nuevos clientes haciendo uso del Marketing Tecnológico.
Aumento de las cuentas por cobrar.	No existen políticas de crédito establecidas ni acuerdos de plazo con los clientes. Mala administración de las cuentas por cobrar.	Falta de liquidez. Disminución del capital de trabajo. Menos rotación de capital. Perdidas monetarias y de clientes.	Administración efectiva de las cuentas por cobrar. Establecimiento de políticas de crédito.

Anexo 2. Ejemplo de Bosquejo

3.1. MIPYME

- 3.1.1. Definición de MIPYME
- 3.1.2. Clasificación y ventajas de las MIPYMES
- 3.1.3. Características Generales

3.2. Finanzas

- 3.2.1. Definición
- 3.2.2. Administración Financiera

3.3. Rentabilidad

- 3.3.1. Indicadores de Rentabilidad

3.4. Sostenibilidad

- 3.4.1. Ventajas de las MIPYMES
- 3.4.2. Principales retos a los que se enfrentan las MIPYMES para gestionar la sostenibilidad.

3.5. Decisiones Financieras

- 3.5.1. Proceso de toma de decisiones
- 3.5.2. Tipos de decisiones
- 3.5.3. Estrategias para la toma de decisiones
- 3.5.4. Importancia de la toma de decisiones

3.6. Información Financiera

- 3.6.1. Concepto de Estados Financieros
- 3.6.2. Componentes de los estados
- 3.6.3. Balance y Estado de Resultados
- 3.6.4. Objetivos del BBGG y EERR
- 3.6.5. Análisis e Interpretación de la información financiera
- 3.6.6. Objetivos del análisis financiero
- 3.6.7. Métodos de análisis (Vertical/horizontal)

3.8. Tipos de razones financieras

- 3.8.1. Razones de liquidez
- 3.8.2. Razones de endeudamiento
- 3.8.3. Razones de Actividad
- 3.8.4. Razones de rentabilidad
- 3.8.5. Precauciones para el uso del análisis de las razones.

Anexo 3. Cronograma de actividades

Etapa	Actividades	Semanas															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
Investigación Documental	Selección del Tema a Investigar																
	Planteamiento del Problema																
	Elaboración de Preguntas del Problema																
	Redacción de la Justificación																
	Planteamiento de los Objetivos																
	Planteamiento del Bosquejo																
	Desarrollo del Marco Teórico: Selección de la Bibliografía, Recopilación de Información y Procesamiento de Información																
	Realización de la Matriz de Categoría																
	Elaboración de Diseño Metodológico de la Investigación																
	Redacción de los resultados																
	Desarrollo de conclusiones																
	Redacción de las recomendaciones																

Anexo 4. Cuadro guía para la elaboración de resultados

Propósitos	Ejes de análisis	Preguntas	Entrevistas 1 y 2		Análisis documental
			Contador	Gerente	Formulario
Objetivo 1: Identificar los factores de rentabilidad y sostenibilidad de la MIPYME Tipografía e l Maitro Boquín.	Categoría 1: MIPYME				
	Microempresas	E1. Pregunta 1	E1. Pregunta 1	E1. Pregunta 3	
		E1. Pregunta 2	E1. Pregunta 2	E1. Pregunta 4	
		E1. Pregunta 3	E1. Pregunta 3	E1. Pregunta 5	
		E1. Pregunta 4	E1. Pregunta 4		
		E1. Pregunta 5	E1. Pregunta 5		
	Categoría 2: Rentabilidad y sostenibilidad				
	Indicadores de rentabilidad	E1. Pregunta 6	E1. Pregunta 6	E2. Pregunta 4	
		E1. Pregunta 7	E1. Pregunta 7	E2. Pregunta 5	
		E1. Pregunta 8	E1. Pregunta 8	E2. Pregunta 6	
		E1. Pregunta 9	E1. Pregunta 9	E2. Pregunta 7	
		E2. Pregunta 4		E2. Pregunta 8	
		E2. Pregunta 5		E2. Pregunta 9	
		E2. Pregunta 6		E2. Pregunta 10	
		E2. Pregunta 7		E2. Pregunta 11	
		E2. Pregunta 8		E2. Pregunta 12	
		E2. Pregunta 9			
		E2. Pregunta 10			
		E2. Pregunta 11			
		E2. Pregunta 12			

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua / UNAN-Managua

Categoría 3: Análisis a Estados Financieros					
Objetivo 2: Analizar los estados financieros en función de la rentabilidad y sostenibilidad de la empresa para la toma de decisiones.	Datos financieros que se obtienen el sistema contable de la empresa	E1. Pregunta 10	E1. Pregunta 10		
	Objetivos de la elaboración de os Estados Financieros	E1. Pregunta 11	E1. Pregunta 11		
	Categoría 4: Razones Financieras				
	Razones de rentabilidad	E1. Pregunta 12	E1. Pregunta 12		
		E1. Pregunta 13	E1. Pregunta 13		
		E1. Pregunta 14	E1. Pregunta 14		
	Categoría 5: Decisiones financieras				
	Análisis de Estados Financieros durante el periodo	E1. Pregunta 15	E1. Pregunta 15	E2. Pregunta 13	
		E1. Pregunta 16	E1. Pregunta 16	E2. Pregunta 14	
		E1. Pregunta 17	E1. Pregunta 17	E2. Pregunta 15	
	Proceso de toma de decisiones	E1. Pregunta 18	E1. Pregunta 18		
		E1. Pregunta 19	E1. Pregunta 19		
		E1. Pregunta 20	E1. Pregunta 20		

Anexo 5. Guía de entrevistas 1

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua
UNAN-Managua
Facultad regional multidisciplinaria, Estelí
FAREM-Estelí.



ENTREVISTA 1

Somos estudiantes del V año de la carrera de Banca y Finanzas de la UNAN-Managua/FAREM-Estelí, estamos realizando la presente entrevista para “Evaluar la rentabilidad y sostenibilidad Financiera de la MIPYME Tipografía El Maitro Boquín durante el año 2018”. Solicitamos su autorización y aprobación para la aplicación de este instrumento de recolección de datos con el propósito de obtener información necesaria y viable para investigar la situación financiera de su empresa.

El objetivo de aplicar esta entrevista es encontrar información sobre el tema de investigación que nos permita dar respuesta a los objetivos planteados.

Objetivo 1: Identificar los factores de rentabilidad y sostenibilidad de la MIPYME Tipografía e l Maitro Boquín.

I. Datos generales

Entrevista dirigida a: Lic. Guillermo Rafael Boquín Ramírez

Cargo: Contador Propietario de la Tipografía El Maitro Boquín.

Fecha de aplicación: 23 Noviembre 2019

II. Preguntas

Categoría 1: MIPYME

- Microempresas

1. ¿Conoce el término MIPYME?
2. ¿Con cuántos colaboradores cuenta su empresa?
3. ¿Sabe que su empresa está clasificada como una microempresa según la Ley N° 645?
4. ¿Conoce usted las ventajas de ser una microempresa?
5. ¿Considera que la administración de las finanzas de la Tipografía es más fácil al ser una microempresa?

Categoría 2: Rentabilidad y Sostenibilidad.

- **Indicadores Financieros de rentabilidad**

6. ¿Cree usted que su empresa es rentable y sostenible? Si o No, ¿por qué?
7. ¿Elabora usted Estados Financieros de su empresa y con qué frecuencia?
8. ¿Mide la rentabilidad de su negocio? ¿Cómo?

- **Rendimiento sobre patrimonio (ROE)**
- **Rendimiento sobre los activos (ROA)**
- **Rentabilidad sobre ventas**

9. ¿Hace uso del financiamiento o del crédito para capital de trabajo?

Objetivo 2: Analizar los estados financieros en función de la rentabilidad y sostenibilidad de la empresa para la toma de decisiones.

Categoría 3: Análisis a Estados Financieros

- **Datos financieros que se obtienen del sistema contable de la empresa.**

10. ¿Qué datos obtiene de los Estados Financieros de su empresa?

- **Objetivos de la Elaboración de los Estados Financieros.**

11. ¿Cuál es el objetivo de la elaboración de los Estados Financieros de su empresa?

Categoría 4: Razones Financieras

- **Razones de rentabilidad.**

12. ¿Cómo mide la rentabilidad de su negocio?

13. ¿aplica razones financieras a sus estados Financieros?
14. ¿Qué razones financieras aplica para evaluar la rentabilidad de su negocio?

Categoría 5: Decisiones financieras

- **Análisis de Estados Financieros durante el periodo.**

15. ¿Realiza algún tipo de análisis de los Estados Financieros de su empresa?
16. ¿Compara los resultados del ejercicio con los años anteriores?
17. ¿Hace uso de algún indicador financiero para la toma de decisiones?

- **Proceso de toma de decisiones**

18. ¿Qué tipo de decisiones financieras toma en su empresa?
19. ¿Cómo es el proceso de la toma de decisiones?
20. ¿Utiliza los datos obtenidos de sus Estados financieros para la toma de decisiones en función del crecimiento de su empresa?

III. Para uso de los autores

- a. ¿Le gustaría implementar medidas para que su empresa sea sostenible y más rentable?
- b. ¿Le gustaría que le brindáramos recomendaciones para efectuar cambios en su empresa en vías de que sea más rentable en el mercado?
- c. ¿Estaría dispuesto a desarrollar las recomendaciones que le brindemos al finalizar este estudio?

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua
UNAN-Managua
Facultad regional multidisciplinaria, Estelí
FAREM-Estelí.



ENTREVISTA 2

Somos estudiantes del V año de la carrera de Banca y Finanzas de la UNAN-Managua/FAREM-Estelí, estamos realizando la presente entrevista para “Evaluar la rentabilidad y sostenibilidad Financiera de la MIPYME Tipografía El Maitro Boquín durante el año 2018”. Solicitamos su autorización y aprobación para la aplicación de este instrumento de recolección de datos con el propósito de obtener información necesaria y viable para investigar la situación financiera de su empresa.

El objetivo de aplicar esta entrevista es encontrar información sobre el tema de investigación que nos permita dar respuesta a los objetivos planteados.

Objetivo 1: Identificar los factores de rentabilidad y sostenibilidad de la MIPYME Tipografía el Maitro Boquín.

II. Datos generales

Entrevista dirigida a: Lic. Luis Guillermo Boquín Rocha.

Cargo: Gerente General de la Tipografía El Maitro Boquín.

Fecha de aplicación: 23 Noviembre 2019

III. Preguntas

Categoría 1: MYPIME

- **Microempresas**

1. ¿Sabe que la empresa está clasificada como una microempresa según la Ley N° 645?
2. ¿Conoce usted las ventajas de ser una microempresa?

3. ¿Considera que la administración de las finanzas de la Tipografía es más fácil al ser una microempresa?

Categoría 2: Rentabilidad y Sostenibilidad.

- **Factores de rentabilidad y sostenibilidad.**

4. ¿Conoce el término de sostenibilidad empresarial? Si su respuesta es afirmativa: ¿Considera que la Tipografía El Maitro Boquín es una empresa sostenible?
5. ¿Implementa estrategias de ventas para aumentar sus utilidades?
6. ¿Utiliza alguna estrategia de fidelización de clientes?
7. ¿Cómo considera que es la calidad de sus productos frente a la competencia?
8. ¿Considera que el precio de sus servicios es competitivo de acuerdo al mercado tipográfico?
9. ¿Cómo es la productividad de su empresa?
10. ¿Cómo empresa toman medidas para proteger el medio ambiente?
11. ¿Qué tratamiento le dan a sus desechos?
12. ¿Procura el bienestar social de sus colaboradores? ¿Están asegurados en el Sistema de Seguro Social nacional?

Objetivo 2: Analizar los estados financieros en función de la rentabilidad y sostenibilidad de la empresa para la toma de decisiones.

Categoría 5: Decisiones Financieras

- **Proceso de toma de decisiones**

13. ¿Forma parte de la toma de decisiones de la empresa?
14. Si la respuesta anterior es afirmativa: ¿Se basa en los resultados de los Estados Financieros para la toma de decisiones concernientes al crecimiento de la empresa?
15. ¿Qué tipo de decisiones se toman para aumentar la rentabilidad del negocio?

IV. Para uso de los autores

- d. ¿Le gustaría implementar medidas para que su empresa sea sostenible y más rentable?
- e. ¿Le gustaría que le brindáramos recomendaciones para efectuar cambios en su empresa en vías de que sea más rentable en el mercado?
- f. ¿Estaría dispuesto a desarrollar las recomendaciones que le brindemos al finalizar este estudio?

Anexo 6. Estado de Resultados de Tipografía El Maitro Boquín

Tipografía		
"El Maitro Boquin"		
ESTADO DE RESULTADOS		
Del 01 de enero de 2018 al 31 diciembre de 2018		
EN CORDOBAS		
VENTAS		C\$ 554,722.04
COSTO DE VENTAS		C\$ 425,736.82
UTILIDAD BRUTA		C\$ 128,985.22
GASTOS DE OPERACIÓN		C\$ 91,970.73
GASTOS DE VENTAS		
GASTOS DE ADMINISTRACION	C\$	91,970.73
GASTOS FINANCIEROS		
PRODUCTOS FINANCIEROS		
UTILIDAD DE OPERACIÓN		C\$ 37,014.49
OTROS INGRESOS		
OTROS GASTOS		
UTILIDAD DEL EJERCICIO ANTES DEL IR		C\$ 37,014.49
IR (PAGO MINIMO)		C\$ 11,104.35
UTILIDAD DEL EJERCICIO DESPUES DEL IR		C\$ 25,910.14
<hr/> ELABORADO POR		
<hr/> REVISADO POR		

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua / UNAN-Managua

Anexo 7. Balance General de Tipografía El Maitro Boquín

TIPOGRAFIA					
"EL MAITRO BOQUIN"					
BALANCE GENERAL					
CORTE AL (31 DE DICIEMBRE DE 2018) MONEDA: CORDOBAS					
ACTIVO			754,530.45	PASIVO	160,803.52
ACTIVO CIRCULANTE		369,170.09		PASIVO CIRCULANTE	160,803.52
EFFECTIVO EN CAJA Y BANCO	322,320.09			CUENTAS POR PAGAR	5,539.07
CUENTAS POR COBRAR	12,439.52			PRESTACIONES POR PAGAR	-
INVENTARIO	34,410.51			RETENCIONES POR PAGAR	2,469.44
ANTICIPO A JUSTIFICAR	-			IMPUESTOS Y APORTES POR PAGAR	-
ACTIVO FIJO		325,824.68		GASTOS ACUMULADOS POR PAGAR	152,795.01
TERRENO	-			PRESTAMOS POR PAGAR	-
EQUIPO RODANTE	-			CAPITAL	593,726.93
MOVILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA	228,696.22			CAPITAL SOCIAL	974,523.82
MAQUINARIA Y EQUIPO	822,863.50			UTILIDADES ACUMULADAS	-417,811.38
HERRAMIENTA Y ENSERES	240.00			UTILIDAD DEL EJERCICIO	37,014.49
PROVISION POR CUENTAS INCOBRABLES	-				
DEPRECIACION ACUMULADA	725,975.04				
ACTIVOS DIFERIDO		59,535.68			
PAGOS ANTICIPADO	59,535.68				
TOTAL DE ACTIVOS			754,530.45	TOTAL ACTIVO + PATRIMONIO	754,530.45

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua / UNAN-Managua

Anexo 8. Criterios de Análisis de los Ratios Financieros

Cuadro N°: Análisis de la variable independiente: Razones Financieras				
Indicadores	Definición Operacional	Razones	Fórmulas	Criterio de análisis
Razones de liquidez	Miden la capacidad de pago que tiene la empresa para hacer frente a sus deudas de corto plazo. Es decir, el dinero en efectivo de que dispone, para cancelar las deudas. Expresan no solo el manejo de las finanzas totales de la empresa, sino la habilidad gerencial para concertar en efectivos determinados activos y pasivos corrientes.	*Ratio de liquidez o razón corriente *Ratio prueba ácida *Ratio prueba defensiva	R.C: Activo Circulante / Pasivo Circulante (VECES) P.A: Activo Circulante – Inventarios / Pasivo Circulante (VECES) P.D: Caja y Bancos / Pasivo Corriente x 100 (%)	*Critico: Menor o igual que 1.5. *Optimo: Mayor o igual que 2. *Critico: Menor o igual que 1. *Optimo: Mayor que 1. *Critico: Menor o igual a 20%. *Optimo: Mayor o igual que 30%.
Razones de endeudamiento	Mide la proporción de activos totales financiados por los acreedores de la empresa. Cuanto más alta es esta razón, mayores la cantidad de dinero de otras personas que se está usando para generar ganancias.	*Razón de deuda *Endeudamiento sobre patrimonio *Inversión de capital *Valor contable de capital	Pasivos Totales / Activos Totales x 100 (%) Pasivos Totales / Patrimonio Neto X 100 (%) Activo fijo / Capital Contable Capital Contable / Capital Social	*Critico: Mayor o igual 60%. *Optimo: Menor o igual a 40%. *Critico: Mayor o igual a 90%. *Optimo: Menor o igual a 45%. *Critico: Mayor que 0.80 o igual a 1. *Optimo: Entre 0.65 y 0.80. *Critico: Menor o igual a 1. *Optimo: Mayor o igual a 2.

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua / UNAN-Managua

<p>Razones de rentabilidad</p>	<p>Permiten medir las utilidades de la empresa respecto a las ventas, los activos o la inversión de los propietarios. Se emplean para medir la eficiencia de la administración de la empresa para controlar los costos y gastos en que debe incurrir y así convertir las ventas en ganancias o utilidades.</p>	<p>*Rentabilidad del capital</p> <p>*Rentabilidad de la inversión</p> <p>*Margen de Utilidad Bruta</p> <p>*Rentabilidad de las ventas o margen de utilidad neta</p>	<p>Utilidad Neta / Capital Contable x 100 (%)</p> <p>Utilidad Neta / Activo Total x 100 (%)</p> <p>Utilidad Bruta/ Ventas x 100 (%)</p> <p>Utilidad Neta / Ventas x 100 (%)</p>	<p>*Crítico: Menor o igual al 10%. *Óptimo: Mayor o igual 25%.</p> <p>*Crítico: Menor o igual al 1% *Óptimo: Mayor o igual al 2%.</p> <p>*Crítico: Menor del 20% *Óptimo: Mayor del 30%</p> <p>*Crítico: Menor o igual al 8%. *Óptimo: Mayor o igual al 15%.</p>
<p>Razones de actividad</p>	<p>Los índices de actividad miden qué tan rápido diversas cuentas se convierten en ventas o efectivo, es decir, entradas o salidas. Con respecto a las cuentas corrientes, las medidas de liquidez son generalmente inadecuadas porque las diferencias en la composición de los activos y pasivos corrientes de una empresa pueden afectar de manera significativa su verdadera liquidez.</p>	<p>*Rotación de inventarios</p> <p>*Rotación de cuentas por pagar</p> <p>*Rotación de activos totales</p>	<p>Costo de ventas / Inventarios (VECES)</p> <p>Costo de mercadería vendida / Cuentas por pagar (VECES)</p> <p>Ventas / Activos Totales (VECES)</p>	<p>*Crítico: Menor o igual a 3. *Óptimo: Mayor o igual a 4.</p> <p>*Crítico: Menor o igual a 1 *Óptimo: Mayor o igual a 5</p> <p>*Crítico: Menor o igual a 1. *Óptimo: Mayor o igual a 2.</p>

Anexo 9. Memoria de Cálculo de las razones Financieras

I. Razones financieras de liquidez

1. Razón circulante.

Razón circulante =	Activo circulante	
	Pasivo a corto plazo	

Razón circulante =	369,170.06	= 2.29
	160,803.62	

2. Liquidez o prueba acida

Prueba ácida =	Activo circulante - inventarios	
	Pasivo circulante	

Prueba ácida =	369170.09-34,410.51	=2.08
	160803.52	

3. Liquidez inmediata.

Liquidez inmediata =	Caja, banco	= 30 %
	Pasivo circulante	

Liquidez inmediata =	322,320.06	= 200%
	160,803.52	

II. Razones de estabilidad o endeudamiento

1. Grado de endeudamiento.

Grado de endeudamiento	Pasivo total	
	Activo total	

Grado de endeudamiento	160,803.52	21.31%
	754,530.45	

2. Estabilidad financiera.

Endeudamiento sobre patrimonio	Pasivo total	
	Capital contable	

Endeudamiento sobre patrimonio	160,803.52	0.2708
	593,726.93	

3. Inversión de capital.

Inversión de capital	Activo fijo	
	Capital contable	

Inversión de capital	325,824.68	0.54
	593,726.93	

III. Razones de actividad

1. Rotación de Inventarios

Rotación de Inventarios	Costo de ventas	Veces
	Inventario	

Rotación de Inventarios	425,736.82	12.37
	34,410.51	

2. Rotación de Cuentas por Pagar

Rotación de Cuentas por Pagar	Costo de mercadería vendida	Veces
	Cuentas por pagar	

Rotación de Cuentas por Pagar	425,736.82	76.86
	5,539.07	

3. Rotación de Activos Totales

	Ventas	Veces
--	--------	-------

Rotación de Activos Totales	Activos Totales	
-----------------------------	-----------------	--

Rotación de Activos Totales	554,722.04	0.73
	754,530.45	

IV. Razones de Rentabilidad

1. Rentabilidad del capital

Rentabilidad del capital	Utilidad neta	%
	Capital contable	

Rentabilidad del capital	25,910.14	2.65%
	974,523.82	

2. Rentabilidad de la inversión

Rentabilidad de la inversión	Utilidad neta	%
	Activo total	

Rentabilidad de la inversión	25,910.14	3.43%
	754,530.45	

3. Margen de utilidad Bruta

Margen de utilidad Bruta.	Utilidad Bruta	%
	Ventas	

Margen de utilidad bruta.	128,985.22	23.25%
	554,722.04	

4. Rentabilidad de las ventas o margen de utilidad neta.

Rentabilidad de las ventas o margen de utilidad neta.	Utilidad neta	%
	Ventas	

Rentabilidad de las ventas o margen de utilidad neta.	25,910.14	4.67%
	554,722.04	

Anexo 10. Fotografías de las Instalaciones de Tipografía el Maitro Boquín









