

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NICARAGUA, MANAGUA
UNAN- MANAGUA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
DEPARTAMENTO DE CONTADURÍA PÚBLICA Y FINANZA
RECINTO “CARLOS FONSECA AMADOR”
RUCFA**



**SEMINARIO DE GRADUACIÓN PARA OPTAR AL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN BANCA Y FINANZA**

**Tema de investigación:
FINANZAS CORPORATIVAS**

Subtema:

**RENTABILIDAD FINANCIERA DE LA EMPRESA DE VINAGRE S.A
COMPENDIDO EN EL PERIODO DEL 2011 AL 2013**

**Para obtener el título de:
LICENCIADO EN BANCA Y FINANZA**

Autores:

**Bra. Julissa de los Ángeles Cerda García
Bra. Erika lissette García Pavón**

Tutor

Msc. Engels Gutiérrez Solórzano

Managua, Diciembre del año 2014



i. DEDICATORIA.

Antes que nada le doy gracias a Dios porque es el único que me ha dado las fuerzas necesarias para hacer bien las cosas, porque él es grande, majestuoso y sobre todo poderoso él me ha permitido lograr lo que quería lo cual era poder llegar al final de mi carrera y obtener el título de Licenciada Banca y Finanzas.

Le doy gracias a mis padres, por haberme dado principios morales, su ayuda económica que fue lo más importante para poder estudiar en la universidad, el cual me lo brindaron con mucho amor y con mucho esfuerzo, gracias a ello yo estoy a un solo paso de ser una profesional. También a mi esposo que me ha comprendido, dando ánimo, fuerzas y de igual manera apoyo económico.

Bra. Erika Lissette García Pavón



i. DEDICATORIA.

El presente trabajo lo dedico con mucho amor y orgullo a DIOS ,.por haberme llenado de sabiduría estos 5 años de la carrera “ Banca y Finanzas” y poder concluir exitosamente , gracias Señor por la fuerza y el ánimo que me brindaste ya que por tu misericordia logre mi meta “ concluir mis estudios universitarios”

A mis padres y familiares por el apoyo incondicional psicológicamente y económicamente, por la confianza depositada en mi persona, gracias por los buenos y malos momentos experimentados y a mis seres queridos que me han apoyado arduamente en todos estos 5 años, el cual ha sido de mucho esfuerzo y dedicación de mi parte, que si no fuese por la ayuda de mi padre celestial no se llevara cabo este logro.

Bra. Julissa de los Ángeles Cerda García



ii. AGRADECIMIENTO.

Le doy gracias a Dios por la fuerza, sabiduría y salud que me ha dado, ya que he podido llegar hasta este momento en el que estoy a un solo paso de lograr lo tan anhelado para mí que poder ser titulada como Licenciada en Banca y Finanzas. Gracias te doy mi señor porque solo tú con tus fuerzas me permitiste llegar hasta este momento, solo Dios sabe todos mis esfuerzos y por eso no dejare de darle gracias a ese ser tan maravilloso que es mi Señor.

Gracia les doy a mis padres y a mi esposo por brindarme apoyo cuando me sentí desanimada, sin fuerzas, ya que ellos me apoyaron en todo momento y el granito de arena que ambos pusieron dándome esa ayuda económica, muchas gracias por todo en cuanto me apoyaron.

Bra. Erika Lissette García Pavón.



ii. AGRADECIMIENTO.

Agradezco a todos los maestros que me impartieron clase durante estos 5 años de estudio de la carrera Banca y Finanzas, gracias por inculcarnos todos sus conocimientos, puesto que sin el conocimiento de los docentes no se formarían los futuros profesionales del mañana.

De igual manera mi mayor respeto y agradecimiento a mi tutor Engels Gutiérrez Solórzano quien compartió sus conocimientos para que se llevara a cabo el presente trabajo, gracias a todos el SEÑOR los BENDIGA.

Bra. Julissa de los Ángeles cerda García.



iii. VALORACIÓN DEL DOCENTE



iv. RESUMEN

La empresa Vinagre S.A brinda los servicios de comercialización y distribución de vinagre 100% natural ubicada la fábrica en la ciudad de Rivas en la isla de Ometepe y la sede central está ubicada en Managua colonia Pedro Joaquín de la Semáforo de la Róbelo 5 cuadra al lago 2c.arriba 1l2 al lago media abajo.

Durante el análisis investigativo en del año 2011 al 2013 se pudo constatar que las ventas y utilidad bruta cada año son favorables para la empresa, pero sus gastos operativos anual aumentaron consecutivamente en el año 2013 presento bajo rendimiento en cuanto a la utilidad neta para los accionistas.

Para el debido análisis se utilizaron distintas herramientas como de análisis financiero donde se hizo el debido análisis dinámico y estático de los estados financieros, razones financieras y tomas de decisiones.

Al desarrollar el caso práctico mediante la utilización de las herramientas antes mencionada, se encontró un alto índice de gastos operativos, debido a que los gastos de ventas y administración aumentaron, esto se debió a gastos excesivos que se realizaron en ambos departamentos, tales como aumento en los salarios para el departamento de administración, al igual que para el área de producción, la empresa Vinagre S.A. posee mucho personal para el área de empaque, entre otros gastos que se presentaron. Todo esto afecto las utilidades netas de la empresa en el año 2012 y 2013, por ende su rentabilidad financiera es afectado específicamente los dos últimos años.

El cual con esta investigación se pretende dar sugerencias a la gerencia de la empresa vinagre S.A para que le permita tomar mejores decisiones administrativas y así evitar este tipo de problemáticas en un futuro.

Palabras claves: finanzas, razones financieras, herramientas financieras, análisis financiera



v. ÍNDICE

i. DEDICATORIA.....	i
ii. AGRADECIMIENTO.....	iii
iii. VALORACIÓN DEL DOCENTE	v
iv. RESUMEN	vi
v. ÍNDICE.....	vii
I.INTRODUCCIÓN.....	1
II.JUSTIFICACION.....	3
III. OBJETIVOS.....	4
IV. DESARROLLO DEL SUBTEMA.....	5
4.1 Finanzas corporativas	5
4.1.1 Concepto de finanza	6
4.1.2 Conceptos clave.....	7
4.1.3 Razones Financieras.	10
4.1.4 Indicadores de rentabilidad	10
4.1.5 Rentabilidad y mecanismo para su evolución.....	25
4.1.6Análisis de las razones financieras	26
4.1.7Uso de las Razones Financieras.....	27
4.2. Herramientas del análisis financiero	32
4.2.1Técnicas de análisis de estados financieros	34
4.2.2 Métodos de análisis financiero	37
4.2.3 Método de Análisis Vertical.....	37
4.2.4 Método De Análisis Horizontal.....	39
4.2.5 La toma de decisiones.....	40
4.3 Gastos de operación.....	48
4.3.1 Gestión financiera.....	53
V CASO PRÁCTICO	55
5.1 Introducción del caso practico.....	55
5.2 Objetivos del caso práctico:.....	55
5.3 Conocimientos generales de la empresa	55
5.4 Análisis de las razones financieras de la empresa Vinagre S.A	64



5.5 Análisis estático del balance general.....	73
5.6 Análisis dinámico del balance general.....	76
5.7 Análisis estático del estado de pérdida y ganancia	79
5.8 Análisis dinámico del estado de pérdida y ganancia	81
5.9 Gastos Operativos para periodos 2011 al 2013 de la empresa Vinagre S.A.....	84
5.10 Tabla de distribución de los gastos operativos de la empresa Vinagre S.A.	84
5.11 Análisis de los gastos operativos	85
5.12 Conclusiones de las razones financieras utilizadas para el análisis de la empresa Vinagre S.A comprendida en el periodo 2011 al 2013.	86
VI. CONCLUSIÓN	88
VII. BIBLIOGRAFIA	90
VII. ANEXOS	91



I. INTRODUCCIÓN

La Empresa Comercial Vinagre S.A fue fundada en 15 de marzo del 2008 en la ciudad de Rivas, “isla de Ometepe” fue en ese lugar el inicio de la fermentación y producción de la empresa, puesto que es una de las ciudades con mayor producción de plátano, facilitándole de esta manera la debida materia prima para su debida elaboración, el cual el plátano es su ingrediente fundamental de dicha elaboración del producto.

El producto es producido por la empresa para satisfacer las necesidades de los clientes de la clase media por todo el país, ser líder como una empresa de vinagre 100% natural con una buena organización con un alto nivel de calidad es el objetivo de dicha empresa. Este producto será clasificado como producto de conveniencia que se podrá encontrar en la pulpería, distribuidora y supermercados más cercanos.

Este vinagre de platino castilla cuyo nombre de marca será vinagre S.A 100% natural será distribuido por la misma empresa este producto de buena calidad para clase media y a un bajo costo siendo un producto accesible para los hogares.

La oficina principal y distribución estará ubicada en Managua colonia Pedro Joaquín de la Semáforo de la Róbelo 5 cuadra al lago 2c.arriba 112 al lago media abajo. Teléfono 22511133 primer anden M izquierda.

Una zona de fácil acceso para hacer llegar la materia prima y la mano de obra, pero por sobre todo haga factible una distribución del producto para que este llegue rápido al cliente o que el cliente tenga acceso a la microempresa.

Las tomas de decisiones financieras son basadas en ciertas proyecciones y análisis de rentabilidad financiera, como argumenta Gitman que la rentabilidad financiera es el producto de la buena administración y toma de decisiones , como consecuencia la investigación se enfoca en el análisis de la rentabilidad financiera de la empresa de Vinagre S.A comprendido al periodo 2011- 2013 lo que llevo a la toma de diversos procesos para su debido análisis, en donde se encontró un aumento en los gastos operativo en los periodos 2012 al 2013 debido a tomas de decisiones erróneas por parte del administrador financiero afectando las operaciones de la empresa(gastos de ventas y gastos de administración), contando actualmente con demasiado personal en el área de producción y aumento de salario para el departamento de administración.

Como posibles soluciones le se le recomienda a la gerencia de la empresa realizar un recorte de personal para el área de producción y realizar ajustes en los pagos del departamento de administración, de esta manera los gastos de operación se reducirían y la rentabilidad de la empresa mejoraría en los próximos años siendo más rentable en cuanto a sus utilidades generadas.

La investigación está estructurada de la siguiente manera:
En el capítulo I está Compuesta por la introducción de la investigación, en el capítulo II se justifica el trabajo investigativo, capítulo III describe el objetivo general y específicos de la investigación, como IV capitulo se presenta el desarrollo del subtema donde se describe la teoría aplicada a la investigación, como capítulo V se presenta, el caso práctico y en VI Capitulo se presenta la conclusión de dicho trabajo y por ultimo VII capitulo la bibliografía que sirvió de apoyo para la investigación de la tesis.

II.JUSTIFICACION

La presente investigación está basada en el análisis de la rentabilidad de la Empresa Comercial Vinagre S.A., en donde según los análisis realizados a la misma; se encontraron factores que están inadecuados en la rentabilidad financiera, el cual está afectando a la empresa en cuanto a sus utilidades en el periodo del 2012 al 2013.

Según el proceso de esta investigación se basa en el determinar la rentabilidad financiera de la empresa Comercial Vinagre S.A., se alcanza como primer objetivo, exponer las distintas herramientas de análisis financiero, esto nos llevara al segundo objetivo; que es sistematizar información sobre gastos operativos mediante el uso de los estados financieros, y como tercer objetivo se pretende desarrollar mediante un caso práctico el análisis de los gastos operativos a los estados financieros de la empresa vinagre S.A comprendido al periodo 2011 al 2013 el cual permitirá identificar la rentabilidad financiera de la empresa para obtener una conclusión sustentada de la investigación de dicho trabajo.

El seminario de grado servirá de apoyo para la toma de decisiones a la empresa y para nosotros será ventajoso mediante el cual a través de esta investigación ampliamos nuestros conocimientos, poniendo en práctica todo lo aprendido durante estos cinco años de estudio, de igual manera será escenario de consulta para las generaciones universitarias futuras, puesto que es un documento investigativo y práctico que permitirán la evaluación de diferentes situaciones que pueden presentarse en una empresa, referente a lo que es un estudio de rentabilidad financiera.



III. OBJETIVOS

3.1 Objetivo general:

3.1.1 Analizar la rentabilidad financiera de la Empresa Comercial Vinagre S.A. comprendido en el periodo del 2011 al 2013

3.2 Objetivos específicos:

3.2.1 expresar las distintas herramientas de razones financieras para las empresas comerciales.

3.2.2 Exponer las distintas herramientas de análisis financiero que ayuden a la toma de decisiones de las empresas comerciales.

3.2.3 Sistematizar información sobre gastos operativos mediante el uso de estados financieros.

3.2.4 Desarrollar mediante un caso práctico el análisis Rentable de la empresa Vinagre S.A comprendido en el periodo del 2011 al 2013.

IV. DESARROLLO DEL SUBTEMA

4.1 Finanzas corporativas

Según Brigham, Eugene. (2007) argumenta que las finanzas corporativas son un área de las finanzas que se centra en las decisiones monetarias que hacen las empresas y en las herramientas y análisis utilizados para tomar esas decisiones. El principal objetivo de las finanzas corporativas es maximizar el valor del accionista. Aunque en principio es un campo diferente de la gestión financiera, la cual estudia las decisiones financieras de todas las empresas, y no sólo de las corporaciones, los principales conceptos de estudio en las finanzas corporativas son aplicables a los problemas financieros de cualquier tipo de empresa.

La disciplina puede dividirse en decisiones y técnicas de largo plazo, y corto plazo. Las decisiones de inversión en capital son elecciones de largo plazo sobre qué proyectos deben recibir financiación, sobre si financiar una inversión con fondos propios o deuda, y sobre si pagar dividendos a los accionistas. Por otra parte, las decisiones de corto plazo se centran en el equilibrio a corto plazo de activos y pasivos. El objetivo aquí se acerca a la gestión del efectivo, existencias y la financiación de corto plazo.

El término finanzas corporativas suele asociarse con frecuencia a banca de inversión. El rol típico de un banquero de inversión es evaluar las necesidades financieras de una empresa y levantar el tipo de capital apropiado para satisfacer esas necesidades en sí. Así, las finanzas corporativas pueden asociarse con transacciones en las cuales se levanta capital para crear, desarrollar, hacer crecer y adquirir negocios.

4.1.1 Concepto de finanza

De acuerdo al diccionario real academia española (RAE) el termino finanza proviene del francés france finance y se refiere a la obligación que un sujeto asume para responder de la obligación de otras persona

En el lenguaje cotidiana el termino hace referencia al estudio de la circulación de dinero entre los individuos , las empresas , o los distintos estados así, las finanzas aparecen como una rama de la economía que se dedica a analizar como obtiene y gestionan los fondos, en otras palabras, las finanzas se encargan de la administración del dinero.

Según la autora Yibetza Thais Romero Contreras, se entiende por finanzas el conjunto de actividades y decisiones administrativas que conducen a una empresa a la adquisición y financiamiento de sus activos fijos (terreno, edificio, mobiliario, etc.) y circulante (efectivo, cuentas y efectos por pagar, etc.) el análisis de esta decisión se basa en el flujo de sus ingresos y gastos y en sus efectos sobre sus objetivos administrativos que la empresa se proponga alcanzar.

Otros autores, Badie y Merton, definen que las finanzas “estudian la manera en que los recursos escasos se asignan a través del tiempo “las finanzas tratan por lo tanto de la condiciones y oportunidad con que se consigue el capital de los uso de este, y los retornos que un inversionista obtiene de sus inversiones.

De lo anterior expuesto se resalta por tanto que las finanzas es una rama de la economía que se encarga de las actividades y decisiones que permiten la obtención y uso eficaz del dinero a través del tiempo por parte de un individuo organización o estado.

4.1.2 Conceptos clave

➤ **El dilema entre el riesgo y el beneficio**

Según Orosco, Mirla Yolanda (1998) argumenta que mientras más rentabilidad espera un inversionista, más riesgo está dispuesto a correr. Los inversores son adversos al riesgo, es decir para un nivel dado de riesgo buscan maximizar el rendimiento, lo que se puede entender también que para un nivel dado de retorno buscan minimizar el riesgo.

➤ **El valor del dinero en el tiempo**

Es preferible tener una cantidad de dinero ahora que la misma en el futuro. Al dueño de un recurso financiero se le tiene que pagar algo para que prescindiera de ese recurso, en el caso del ahorrador, es la tasa de interés, en el caso del inversionista la tasa de rendimiento o de retorno.

➤ **El dilema entre la liquidez y la necesidad de invertir**

El dinero en efectivo es necesario para el trabajo diario (capital de trabajo) pero a costa de sacrificar mayores inversiones.

➤ **Costos de oportunidad**

Considerar que siempre hay varias opciones de inversión. El costo de oportunidad es la tasa de rendimiento sobre la mejor alternativa de inversión disponible. Es el rendimiento más elevado que no se ganará si los fondos se invierten en un proyecto en particular no se obtiene. También se puede considerar como la pérdida que estamos dispuestos a asumir, por no escoger la opción que representa el mejor uso alternativo del dinero.

➤ **Apalancamiento (uso de deuda)**

Según Gitman (2007) argumenta que el buen empleo de fondos adquiridos por deuda sirve para aumentar las utilidades de una empresa o del inversionista. Un inversionista que recibe fondos prestados al 15%, por ejemplo, y los aporta a un negocio que rinde 20% en teoría, está aumentando sus propias ganancias con el buen uso de recursos de otro, sin embargo también aumenta el nivel de riesgo de la inversión, propio de un ejercicio de simulación financiera o proyecciones financieras,

➤ **Diversificación eficiente**

El inversionista prudente diversifica su inversión total, repartiendo sus recursos entre varias inversiones distintas. El efecto de diversificar es distribuir el riesgo y así reducir el riesgo total.

➤ **Principales áreas**

El ámbito de estudio de las finanzas abarca tanto la valoración de activos como el análisis de las decisiones financieras tendentes a crear valor. El objetivo del equipo directivo de una empresa debe ser la máxima creación de valor posible, es decir, maximizar las ganancias para los accionistas o propietarios, maximizando el valor de los proyectos de inversión que la empresa está tomando y sacarle la mayor rentabilidad posible.

Las empresas crean valor cuando el capital invertido genera una tasa de rendimiento superior al coste del mismo.

El valor de la empresa viene representado por el valor de mercado de su activo; como es lógico, éste debe ser igual al valor de mercado de su pasivo que, a su vez, es igual a la suma del valor de mercado de sus acciones más el valor de mercado de sus deudas.

Estructura legal de una corporación

- estructura de capital. Modelos financieros y de inversión
- ▶ capital riesgo
- ▶ costo de capital y el apalancamiento financiero (WACC)
- ▶ fusiones y adquisiciones
- ▶ banca de inversión
- ▶ técnicas de emisión de acciones y deuda: política de dividendos
- ▶ dificultades financieras: reestructuraciones empresariales
- ▶ ética y responsabilidad social corporativa

Riesgo

Es la posibilidad de que los resultados reales difieran de los esperados o posibilidad de que algún evento desfavorable ocurra.

Riesgo total: Riesgo sistemático + Riesgo no sistemático

Riesgo sistemático (no diversificable o inevitable): Afecta a los rendimientos de todos los valores de la misma forma. No existe forma alguna para proteger los portafolios de inversiones de tal riesgo, y es muy útil conocer el grado en que los rendimientos de un activo se ven afectados por tales factores comunes, por ejemplo una decisión política afecta a todos los títulos por igual.

Riesgo no sistemático (diversificable o evitable o idiosincrático): Este riesgo se deriva de la variabilidad de los rendimientos de los valores no relacionados con movimientos del mercado como un conjunto. Es posible reducirlo mediante la diversificación.

De la categoría de riesgo, las finanzas corporativas han incorporado la probabilidad del fracaso sobre modelos de gestión actuales. Al respecto existen varios modelos predictivos, puede servir el documento de Mosqueda (2010) como un referente del tema.

4.1.3 Razones Financieras.

Conceptos

Gitman, Laurence (2007) argumenta que las razones financieras son indicadores utilizados en el mundo de las finanzas para 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.

La información que genera la contabilidad y que se resume en los estados financieros, debe ser interpretada y analizada para poder comprender el estado de la empresa al momento de generar dicha información, y una forma de hacerlo es mediante una serie de indicadores que permiten analizar las partes que componen la estructura financiera de la empresa.

Las razones financieras permiten hacer comparativas entre los diferentes periodos contables o económicos de la empresa para conocer cuál ha sido el comportamiento de esta durante el tiempo y así poder hacer por ejemplo proyecciones a corto, mediano y largo plazo, simplemente hacer evaluaciones sobre resultados pasados para tomar correctivos si a ello hubiere lugar.

4.1.4 Indicadores de rentabilidad

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

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

➤ **Rentabilidad neta del activo (Dupont)**

Según Gitman, Laurence J. (2006) Los indicadores de rendimiento, denominados también de rentabilidad o lucrativita, sirven para medir la efectividad de la administración de la empresa para controlar los costos y gastos y, de esta manera, convertir las ventas en utilidades.

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

Razón muestra la capacidad del activo para producir utilidades, independientemente de la forma como haya sido financiado, ya sea con deuda o patrimonio.

$$\text{lucratividad del activo} = \frac{\text{Utilidad nta.}}{\text{Vtas.}} \times \frac{\text{Vtas.}}{\text{Act. Totales}}$$

Si bien la rentabilidad neta del activo se puede obtener dividiendo la utilidad neta para el activo total, la variación presentada en su fórmula, conocida como “Sistema Dupont”¹, permite relacionar la rentabilidad de ventas y la rotación del activo total, con lo que se puede identificar las áreas responsables del desempeño de la rentabilidad del activo.

En algunos casos este indicador puede ser negativo debido a que para obtener las utilidades netas, las utilidades del ejercicio se ven afectadas por la conciliación tributaria, en la cual, si existe un monto muy alto de gastos no deducibles, el impuesto a la renta tendrá un valor elevado, el mismo que, al

sumarse con la participación de trabajadores puede ser incluso superior a la utilidad del ejercicio.

Categorías de las razones financieras

Según Gitman (2007), nos dice que las razones financieras se dividen por conveniencia en cinco categorías básicas: razones de liquidez, actividad, deuda, rentabilidad y mercado. Las razones de liquidez, actividad y deuda miden principalmente el riesgo, las razones de rentabilidad miden el retorno, las razones de mercado determinan tanto el riesgo como el retorno.

Como regla, las entradas necesarias para un análisis financiero eficaz incluyen como mínimo, el estado de pérdidas y ganancias y el balance general.

Ejemplo de aplicación de razones financieras según el libro de Gitman Laurence J Fundamentos de administración financiera (10ma edición)

➤ Razones de Liquidez

La liquidez de una empresa se mide según su capacidad para cumplir con sus obligaciones de corto plazo a medida que estas llegan a su vencimiento. La liquidez se refiere a la solvencia de la posición financiera general de la empresa, es decir la facilidad con la que esta puede pagar sus cuentas. Debido a que una influencia común de los problemas financieros y la bancarrota en una liquidez baja o decreciente, estas razones proporcionan señales tempranas de problemas de flujo de efectivo y fracasos empresariales inminentes. Las dos medidas básicas de liquidez son la liquidez corriente y la razón rápida (prueba acida).

➤ Liquidez Corriente

La liquidez corriente, una de las razones financieras citadas con mayor frecuencia, mide la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones de corto plazo, se expresa de la manera siguiente:

$$\text{Liquidez corriente} = \frac{\text{Activos ctes.}}{\text{Pasivos ctes.}}$$

Ejemplo:

$$\text{Liquidez corriente} = \frac{\$1,223,000.00}{\$620,000.00}$$

Por lo general, cuanto mayor es la liquidez corriente, más líquida es la empresa. En ocasiones, una liquidez corriente de 2.0 se considera aceptable, aunque la aceptabilidad de un valor depende de la industria en la que opera la empresa. Por ejemplo, una liquidez corriente de 1.0 se consideraría aceptable para una empresa pública de servicios generales, pero sería inaceptable para una empresa de manufactura. Cuanto más previsible son los flujos de efectivo de una empresa, menor será la liquidez corriente aceptable. Puesto que Bartlett Company está en un negocio con flujo de efectivo anual relativamente previsible, su liquidez corriente de 1.97 es bastante aceptable.

➤ **Razón rápida (prueba ácida)**

La razón rápida (prueba ácida) es similar a la liquidez corriente, con la excepción de que este excluye el inventario, que es comúnmente el activo corriente menos líquido. La liquidez generalmente baja del inventario se debe a dos factores principales:

- 1) muchos tipos de inventario no se pueden vender fácilmente porque son productos parcialmente terminados, artículos con un propósito especial y situaciones semejantes.
- 2) el inventario se vende generalmente a crédito, lo que significa que se convierte en una cuenta por cobrar antes de convertirse en efectivo. La razón rápida se calcula de la manera siguiente:

$$\text{Razón Rápida} = \frac{\text{Activos ctes. – inventarios}}{\text{Pasivos ctes.}}$$

Ejemplo:

$$\text{Liquidez corriente} = \frac{\$1,223,000.00 - \$289,000.00}{\$620,000.00}$$

$$\text{Liquidez corriente} = \$1.51$$

En ocasiones, se recomienda una razón rápida de 1.0 o más aunque, como sucede con la liquidez corriente, este valor aceptable depende en gran medida de la industria. La razón rápida proporciona una mejor medida de la liquidez general, solo cuando el inventario de una empresa no puede convertirse fácilmente en efectivo. Si el inventario es líquido, la liquidez corriente es una medida preferible para la liquidez general

➤ **Índices de Actividad**

Los índices de actividad miden que 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 por que las diferencias en la composición de los activos y pasivos corrientes de una empresa pueden afectar de manera significativa su “ verdadera ” liquidez. Por lo tanto, es para medir la actividad de las cuentas corrientes más importantes, entre las que se encuentran en el inventario, las cuentas por cobrar y las por pagar. También es posible evaluar la eficiencia con la que se usan los activos totales.

➤ **Rotación de Inventario**

La rotación de inventarios mide comúnmente la actividad o número de veces se usan los inventarios de una empresa. Se calcula de la manera siguiente:

$$\text{Rotación de invt.} = \frac{\text{Cost. de bienes vend.}}{\text{Inventario}}$$

Ejemplo:

$$\text{Rotación de Inv.} = \frac{\$2,088,000.00}{\$289,000.00}$$

$$\text{Rotación de Inv.} = 7.2 \text{ veces}$$

La rotación resultante es significativa solo cuando se compara con la de otras empresas de la misma industria o con la rotación pasada de los inventarios de la empresa. Una rotación de inventarios de 20.0 no sería rara para una tienda de abarrotes, en tanto que una rotación de inventarios común para una empresa fabricante de aviones sería 4.0.

La rotación de los inventarios se puede convertir fácilmente en edad promedio de inventario al dividir 365, el número supuesto de días que tiene un año, entre la rotación de los inventarios. Para Bartlett Company, la edad promedio de inventario en 2006 es de 50.7 días (365/7.2). Este es un valor también es visto como el número promedio de días que se requieren para vender el inventario. También se puede calcular la rotación de materia prima y de productos en proceso.

➤ **Periodo Promedio de cobro**

El periodo promedio de cobro, o edad promedio de las cuentas por cobrar, es útil para evaluar las políticas de crédito y cobro. Se calcula al dividir el saldo de las cuentas por cobrar entre las ventas diarias promedio.

$$\begin{aligned} \text{Periodo promedio de cobro} &= \frac{\text{Ctas. x Cob.}}{\text{Vtas. diarias prom.}} \\ &= \frac{\text{Ctas. x Cob.}}{\text{Vtas anuales}/365} \end{aligned}$$

Ejemplo:

$$\begin{aligned} P. \textit{Promedio de cob.} &= \frac{\$503,000.00}{\$3,074,000.00/365} \\ &= \frac{\$503,000.00}{\$8,422.00} = 59.7 \text{ días.} \end{aligned}$$

En este promedio, la empresa requiere 59.7 días para cobrar una cuenta.

El periodo promedio de cobro es significativo solo con relación a las condiciones de crédito de la empresa. Si Bartlett Company extiende a sus clientes condiciones de crédito a 30 días, un periodo promedio de cobro de 59.7 días indica un crédito o un departamento de cobros mal administrados o ambos. También es posible que el periodo de cobro prolongado se deba a una relajación intencional de la supervisión de las condiciones de crédito en respuesta a las presiones competitivas. Si la empresa amplió las condiciones de crédito a 60 días, el periodo promedio de cobro de 59.7 días sería bastante aceptable. Obviamente, se requiere información adicional para evaluar la eficacia de las políticas de crédito y cobro de la empresa.

➤ **Periodo promedio de pago**

El periodo promedio de pago, o de edad promedio de las cuentas por pagar, se calcula de las mismas maneras que el periodo promedio de cobro:

$$\begin{aligned} \textit{Periodo promedio de pago} &= \frac{\text{Ctas. x pagar}}{\text{Cpras. diarias prom.}} \\ &= \frac{\text{Ctas. x Pag.}}{\text{Cpras anuales}/365} \end{aligned}$$

Ejemplo

$$\begin{aligned} P. \textit{Promedio de Pag.} &= \frac{\$382,000.00}{\$0.70 \times 2,088,000.00/365} \\ &= 95.4 \text{ días.} \end{aligned}$$

Esta cifra es significativa solo con relación a las condiciones de crédito extendidas a la empresa. Si los proveedores de Bartlett Company extendieron ,30 días de crédito, un analista daría a Bartlett Company una calificación de crédito baja. Los posibles prestamistas y proveedores de crédito comercial se interesaban más en el periodo promedio de pago por que este índice proporciona información sobre los patrones de pago de las cuentas de la empresa.

➤ **Rotación de los Activos Totales**

La rotación de los activos totales indica la eficiencia con la empresa utiliza sus activos para generar ventas. La rotación de los activos totales se calcula de la manera siguiente:

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

Ejemplo:

$$= \frac{\$3,074,000.00}{\$3,597,000.00} = 0.85$$

Esto significa que la empresa vuelve a cambiar sus activos 0.85 veces al año. Generalmente, cuanto mayor es la rotación de los activos totales d una empresa mayor es la eficiencia con la que se han usado sus activos. Es probable que esta medida sea muy importante para la administración por indica si las operaciones financieras han sido eficientes financieramente.

➤ **Razones de Endeudamiento**

La posición de deuda de una empresa indica el monto del dinero de otras personas que se usa para generar utilidades. En general, un analista financiero se interesa más en las deudas a largo plazo porque estas comprometen a la empresa con un flujo de pagos contractuales a largo plazo. Cuanto mayor es la

deuda de una empresa, mayores el riesgo de que no cumpla con los pagos contractuales de sus pasivos y llegue a la quiebra. Debido a que los compromisos con los acreedores se deben cumplir antes de distribuir las ganancias a los accionistas, los accionistas presentes y futuros deben prestar mucha atención a la capacidad de la empresa de saldar sus deudas. Los prestamistas también se interesan en el endeudamiento de la empresa y, obviamente, la administración debe preocuparse por este.

En general, cuanto más deuda utiliza una empresa con relación a sus activos totales, mayor es su apalancamiento financiero. El apalancamiento financiero es el aumento del riesgo y retorno introducido a través del uso del financiamiento de costo fijo, como la deuda y acciones preferentes. Cuanto mayor es la deuda de costo fijo que utiliza la empresa, mayor será su riesgo y retorno esperado.

Existen dos tipos generales de medidas de deuda del grado de endeudamiento y medidas de la capacidad de pago de deudas. De acuerdo con lo que mencionaba Gitman (2007) en uno de sus libros, el cual nos dice que el grado de endeudamiento mide el monto de deuda con relación a otros montos significativos del balance general. Una medida popular del grado del endeudamiento es el índice de endeudamiento. El segundo tipo de medida de deuda, la capacidad de pagos de deudas, refleja la capacidad de una empresa para realizar para realizar los pagos requeridos de acuerdo con lo programado durante la vida de una deuda.

La capacidad de una empresa para pagar ciertos costos fijos se mide usando los índices de cobertura. Por lo general se prefieren índices de cobertura altos, aunque un índice demasiado alto (por arriba de las normas de la industria) puede generar un nivel de riesgo y retorno innecesariamente bajo, en general cuanto menor es el índice de cobertura de la empresa, menos posibilidades tiene de pagar sus obligaciones fijas. Si una empresa no es capaz de pagar

estas obligaciones, sus acreedores solicitan inmediatamente ser reembolsados, lo que en la mayoría de los casos obligará a una empresa declararse en quiebra. Dos índices de cobertura populares son la razón de cargos de interés fijo y el índice de cobertura de pagos de fijos.

➤ **Índice de endeudamiento**

El índice de endeudamiento mide la proporción de los activos totales que financian los acreedores de la empresa. Cuanto mayor es el índice, mayor es el monto de dinero de otras personas que se usa para generar utilidades. El índice se calcula de la manera siguiente:

$$\text{Índice de endeudamiento} = \frac{\text{Total de pasivos}}{\text{Total de activos}}$$

Ejemplo:

$$= \frac{\$1,643,000.00}{\$3,597,000.00} = 45.07\%$$

Este valor indica que la empresa ha financiado cerca de la mitad de sus activos con deuda. Cuanto más alto es este índice, mayor es el grado de endeudamiento de la empresa y mayor su apalancamiento financiero.

➤ **Razón de cargos de interés fijo**

La razón de cargos de interés fijo, denominada en ocasiones razón de cobertura de intereses, mide la capacidad de la empresa para realizar pagos de interés contractuales. Cuanto más alto es su valor, mayor es la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones de intereses. La razón de cargo de interés fijo se calcula de la manera siguiente:

$$\text{Razón de cargos de int. fijo} = \frac{\text{Ganancia antes de int e imp.}}{\text{Intereses}}$$

Ejemplo:

$$= \frac{\$418,000.00}{\$93,000.00} = 4.5$$

La razón de cargo de interés fijo de Bartlett Company parece aceptable. Frecuentemente se sugiere un valor de por lo menos 3.0 (y de presencia cercano a 5.0). Las ganancias ante de intereses e impuestos de la empresa podrían reducirse hasta en 78 por ciento y la empresa aun no tendría la capacidad de pagar los 93,000dolares de intereses que debe. Por lo tanto, tiene un buen margen de seguridad.

➤ **Índice de cobertura de pagos fijos**

El índice de cobertura de pagos fijos mide la capacidad de la empresa para cumplir con todas sus obligaciones de pagos fijos, como los intereses y el principal de préstamos, pagos de arrendamiento y dividendos de acciones preferentes. Tal como sucede con la razón de cargos de interés fijo, cuanto más alto es el valor de este índice, mejor.

➤ **Razones de rentabilidad**

Estas razones permiten analizar y evaluar las ganancias de la empresa con respecto a un nivel dado de ventas, de activos o la inversión de los dueños. Con estas razones se pretende medir el nivel o grado de rentabilidad que obtiene la empresa ya sea con respecto a las ventas, con respecto al monto de los activos de la empresa o respecto al capital aportado por los socios. Los indicadores más comunes son los siguientes:

➤ **El margen de utilidad bruta**

El margen de utilidad bruta mide el porcentaje de cada unidad económica de ventas que queda después de que la empresa pago sus bienes. Cuando más alto es el margen de utilidad bruta, mejor (es decir, es menor el costo relativo de la mercancía vendida) el margen de utilidad bruta se calcula de la siguiente manera:

$$\textit{Margen de utilidad bta.} = \frac{\textit{utilidad bruta}}{\textit{Ventas}}$$

Ejemplo:

$$= \frac{\$986,000.00}{\$3,074,000.00} = 32.21\%$$

Este valor señala de tamaño común para Bartlett Company de 2006, lo cual significa que este margen es aceptable, ya que es menor el costo de la mercancía vendida.

➤ **Margen de utilidad operativa**

El margen de utilidad operativa mide el porcentaje de cada unidad económica de ventas que queda después de que se dedujeron todos los costos y gastos, excluyendo los intereses, impuestos y dividendo de acciones preferentes representa la “utilidades puras” ganadas sobre cada dólar de ventas. La utilidad operativa es “pura” porque mide solo la utilidad ganada en las operaciones e ignora los intereses, los impuestos y los dividendos de las acciones preferentes. Es preferible un margen de utilidad operativo alto.

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

$$\textit{Margen de utilidad oper.} = \frac{\textit{utilidad Oper.}}{\textit{Ventas}}$$

Ejemplo:

$$= \frac{\$418,000.00}{\$3,074,000.00} = 13.6\%$$

Este valor señala de tamaño común para Bartlett Company de 2006, lo cual significa que este margen es aceptable, ya que es menor el costo de la mercancía vendida.

➤ **Margen de utilidad neta**

El margen de utilidad neta mide el porcentaje de cada unidad económica de ventas que queda después de que se dedujeron todos los costos y gastos, incluyendo intereses, impuestos y dividendos de acciones preferentes cuando más alto es el margen de utilidad neta de la empresa, mejor.

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

$$\text{Margen de utilidad neta.} = \frac{\text{Ganancias disponibles para los acc comunes}}{\text{Ventas}}$$

Ejemplo:

$$= \frac{\$221,000.00}{\$3,074,000.00} = 7.2\%$$

El margen de utilidad neta es una medida comúnmente referida que indica el éxito de la empresa con respecto a las ganancias obtenidas de las ventas. Los márgenes de utilidad neta adecuados difieren considerablemente entre las industrias. Un margen de utilidad neta de 1 por ciento o menos sería raro para una tienda de abarrotes, en tanto que un margen de utilidad de 10 por ciento sería bajo para una joyería.

➤ **Ganancia por acción**

Las ganancias por acciones (EPS por sus siglas en ingles, Earnings per share) de la empresa en general importante para los accionistas presentes O futuros y para la administración, es decir la EPS representa el momento en dólares obteniendo durante el periodo para cada acción común en circulación: las ganancias por acción se calculan de la siguiente manera:

$$\text{Ganancia x acc comun.} = \frac{\text{Gancias disponibles para los acc comunes}}{\text{\# de acciones en circulación}}$$

➤ **Rendimiento sobre los activos totales**

El rendimiento sobre los activos totales (ROA por sus siglas en inglés, Return on Assets) denominando con frecuencia retorno de la inversión (RIO por sus siglas en inglés, Return on Investment), mide la eficiencia generada de la administración para generar utilidades con sus activos disponibles. Cuando más alto es el rendimiento sobre los activos totales de la empresa mejor. El rendimiento sobre los activos totales se calcula de la siguiente manera:

$$\text{Rendimiento sobre los activos.} = \frac{\text{Ganancias disponibles para los acc com.}}{\text{Total de activos}}$$

Ejemplo:

$$= \frac{\$222,000.00}{\$3,597,000.00} = 6.1\%$$

Este valor indica que la empresa gana 6.1 centavos sobre cada dólar de inversión en activos.

➤ **Retorno sobre el patrimonio (ROE)**

El retorno sobre el patrimonio (por sus siglas en inglés. Return on Equity) mide el retorno generado sobre las inversiones de los accionistas comunes en las empresas. Generalmente, cuanto más alto es el rendimiento, más grande los propietarios. El retorno sobre el patrimonio se calcula de la manera siguiente:

$$\text{Retorno sobre patrimonio.} = \frac{\text{Ganancias disponibles para los acc com.}}{\text{Patrimonio}}$$

Ejemplo:

$$= \frac{\$222,000.00}{\$1,754,000.00} = 12.6\%$$

Obsérvese que el valor de capital en acciones comunes (1, 754,000 dólares) se obtuvo al restar 200,000 dólares del patrimonio en acciones preferentes al total del patrimonio de los accionistas de 1, 954,000 dólares. El ROE calculado de 12.6 por ciento indica que durante 2006 la empresa ganó 12.6 centavos sobre cada dólar de capital en acciones comunes.

➤ **Razones de cobertura**

Estas razones evalúan la capacidad de la empresa para cubrir determinados cargos fijos. Estas se relacionan más frecuentemente con los cargos fijos que resultan por las deudas de la empresa.

También estas razones de cobertura miden la capacidad de la empresa para cubrir sus obligaciones o determinados cargos que pueden comprometer la salud financiera de la empresa. Entre los indicadores a utilizar tenemos:

- **Cobertura total del pasivo.** Determina la capacidad que tiene la empresa para cubrir el costo financiero de sus pasivos (intereses) y el abono del capital de sus deudas y se determina dividiendo la utilidad antes de impuestos e intereses entre los intereses y abonos a capital del pasivo.
- **Razón de cobertura total.** Este indicador busca determinar la capacidad que tiene la empresa para cubrir con las utilidades los costos totales de sus pasivos y otros gastos como arrendamientos. Para ello se divide la utilidad antes de intereses impuestos y otra erogación importante que se quiera

Incluir entre los intereses, abonos a capital y el monto de la erogación sustraída del dividendo, como por ejemplo el arrendamiento

4.1.5 Rentabilidad y mecanismo para su evolución

La rentabilidad es la capacidad que tiene algo para generar suficiente utilidades o ganancia, por ejemplo, un negocio es rentable cuando genera mayores ingresos que egresos, un cliente es rentable cuando genera mayores ingresos que gasto, un área o departamento de empresa es rentable cuando genera mayores ingresos que costos.

Por una definición más precisa de la rentabilidad es la, de un índice que mide la relación entre la utilidad o ganancia obtenida, y la inversión o los recursos que se utilizan para obtenerla.

Según Gitman (2007) en su libro de “principios de administración financiera” dice que hay mucho más medida de rentabilidad, como grupo, estas medidas permiten a los análisis evaluar las utilidades de la empresa con respecto a un nivel determinado de ventas, cierto nivel de activos o la inversión de los propietarios sin utilidades, una empresa no podría obtener capital externo. Los propietarios, los acreedores y la administración prestan mucha más atención al incremento de las utilidades debido a la gran importancia que el mercado otorga a la ganancia.

➤ Cálculos de la rentabilidad de la empresa

Una herramienta popular para evaluar la rentabilidad con respecto a las ventas es el estado de pérdidas y ganancia de tamaño común cada rubro de este estado se expresa como un porcentaje de la venta. Los estados de pérdidas y ganancia de tamaño común son de gran utilidad para comprar el rendimiento a través de los años.

4.1.6 Análisis de las razones financieras

Las entradas básicas para el análisis de las razones financieras son el estado de pérdidas y ganancia y el balance general de la empresa. El análisis de las razones de los estados financieros de una empresa para los accionistas, acreedores y la propia administración de la empresa. Los accionistas actuales y potenciales se interesan en los niveles presentes y futuros del riesgo y rendimiento de la empresa que afectan directamente el precio de las acciones. Los acreedores se interesan principalmente en la liquidez a corto plazo de la empresa, así como en su capacidad para realizar los pagos de los intereses y el principal. Un interés secundario para los acreedores es la rentabilidad de la empresa, ya que desean tener la seguridad de que la empresa está sana. La administración, al igual que los accionistas, se interesa en todos los aspectos de la situación financiera de la empresa y trata de generar razones financieras que sean favorables para los propietarios y acreedores. Además la administración usa las razones para supervisar el rendimiento de la empresa de un periodo a otro.

Según L. Gitman. (2003) El análisis de las razones no es simplemente el cálculo de una razón específica; lo más importante es la interpretación del valor de la razón se requiere de una base significativa de comparación para responder a preguntas como ¿es demasiado alto o bajo? ¿Y es bueno o malo?

Las razones financieras se dividen por conveniencia en cinco categorías básicas: razón de liquidez, actividad, deuda, rentabilidad y mercado. Las razones de liquidez actividad y deuda miden principalmente el riesgo. Las razones de rentabilidad miden el retorno. Las razones de mercado determinan tanto el riesgo como el retorno.

4.1.7 Uso de las Razones Financieras

La información contenida en los cuatro estados financieros básicos según Gitman (2007) dice que es muy importante para las diversas partes interesadas que necesitan tener con regularidad medidas relativas de la eficiencia operativa de la empresa. Aquí la palabra clave relativo, porque el análisis de los estados financieros se basa en el uso de las razones o valores relativos. El análisis de razones incluye métodos de cálculo e interpretación de las razones financieras para analizar y supervisar el rendimiento, liquidez, solvencia, apalancamiento, y uso de activos de la empresa. La entradas básicas para en análisis de las razones son el estado de pérdidas y ganancias y el balance general de la empresa.

➤ **Partes interesadas**

El análisis de las razones de los estados financieros de una empresa es importante para los accionistas, acreedores y la propia administración de la empresa. Los accionistas actuales y potenciales, se interesan en los niveles presentes y futuros del riesgo y rendimiento de la empresa, que afectan directamente el precio de las acciones.

Los acreedores se interesan principalmente en la liquidez a corto plazo de la empresa, así como de su capacidad para realizar los pagos de los intereses y el principal. Un interés secundario para los acreedores es la rentabilidad de la empresa, ya que desean tener la seguridad de que la empresa está sana. La administración al igual que los accionistas, se interesa en todos los aspectos de la situación financiera de la empresa y trata de generar razones financieras que sean favorables para los propietarios y acreedores. Además, la administración usa las razones para supervisar el rendimiento de la empresa de un periodo a otro.

➤ **Tipos de Comparaciones de razones**

Gitman (2007) afirma que el análisis de las razones no es simplemente el cálculo de una razón específica; lo más importante es la interpretación del valor de la razón. Se quiere de una base significativa de comparación para responder a preguntas como ¿es demasiado alta o baja? Y ¿es buena o mala? Existen dos tipos de comparaciones de razones: el análisis de una muestra representativa y el análisis de series temporales.

➤ **Precauciones para el uso del análisis de razones**

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

- Las Razones que revelan importantes desviaciones de la norma simplemente indica síntomas de un problema. Por lo regular se requiere un análisis adicional para aislar las causas del problema. El punto fundamental es este: 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. Solo cuando se utiliza un conjunto de razones es posible hacer evaluaciones razonables. Sin embargo cuando un análisis se centra solo en ciertos aspectos específicos de la posición financiera de una empresa son suficiente una o dos razones.
- Las razones que se comparan deben calcularse usando estados financieros fechados en el 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.

- **Ejemplo de un análisis completo de razones**

Con frecuencia afirma Gitman (2007) en su libro de administración financiera que los analistas desean tener una visión general del rendimiento y el estado financiero de la empresa. Aquí consideramos dos métodos populares para un análisis completo de razones: 1) resumir todas las razones y 2) el sistema de análisis DuPont. El método de resumen para realizar el análisis considera todos los aspectos de las actividades financieras de la empresa con el propósito de aislar áreas claves de responsabilidad, El sistema DuPont actúa como una técnica de investigación orientada a la búsqueda de áreas claves responsables de las condiciones financieras de la empresa.

- **Resumen todas las Razones Financieras**

Usaremos las razones de Bartlett Company para llevar a cabo un análisis completo de razones utilizando el método de análisis de una empresa representativa y del análisis de series temporales. Los valores de las razones de 2006 calculados anteriormente y los valores de las razones de Bartlett Company calculados por 2004 y 2005 , junto con las razones promedio de la industria de 2006 ,que también muestra la fórmula que se utiliza para calcular cada razón . Con estos datos podemos analizar los cinco aspectos claves del rendimiento de Bartlett: liquidez, actividad, deuda, rentabilidad.

➤ **Liquidez**

La liquidez general de la empresa parece mostrar una tendencia razonablemente estable, que se ha mantenido a un nivel relativamente consistente con el promedio de la industria en 2006. La liquidez de la empresa parece ser buena.

➤ **Actividad**

El inventario de Bartlett Company está en buenas condiciones. La administración de su inventario parece haber mejorado y en 2006, tuvo un nivel de rendimiento superior al de la industria. La empresa puede estar experimentando algunos problemas con las cuentas por cobrar. El periodo promedio de cobro parece haber aumentado por arriba de la industria. Además Bartlett es lenta para pagar sus cuentas; paga casi 30 días después del promedio de la industria, Esto podría afectar de manera negativa la solidez crediticia de la empresa. Aunque la liquidez general parece ser buena debe examinarse la administración de las cuentas por cobrar y pagar. La rotación de activos totales de Bartlett refleja una disminución en la eficiencia de la utilización de activos totales entre 2004 y 2005. Aunque en 2006 aumento a un nivel muy por arriba del promedio de la industria, parece que aún no se ha alcanzado el nivel de eficiencia que había antes de 2005.

➤ **Deuda**

El endeudamiento de Bartlett Company durante el periodo 2004 – 2006 y actualmente está por arriba del promedio de la industria. Aunque este incremento del índice de endeudamiento podría ser una causa de alarma, la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones de pago de intereses y pagos fijos mejoro, de 2005 a 2006, a un nivel que supera al de la industria. El aumento del endeudamiento de la empresa en 2005 ocasiono aparentemente un deterioro de su capacidad para pagar sus deudas en forma adecuada. Sin embargo, Bartlett ha mejorado evidentemente sus ingresos en

2006, de tal manera que es capaz de cumplir con sus obligaciones de pagos de intereses y pagos fijos a un nivel consistente con el promedio de la industria. En resumen, parece que, aunque 2005 fue un año de baja productividad, el incremento de la capacidad de la empresa para pagar sus deudas en 2006 compensa el nivel de su endeudamiento.

➤ **Rentabilidad**

La rentabilidad de Bartlett con respecto a las ventas de 2006 fue mejor que la de la empresa promedio de la industria, aunque no igualo la rentabilidad que logro en 2004.^r Aunque el margen de utilidad bruta fue mejor en 2005 y 2006 que en 2004, los niveles más altos de gastos operativos y por intereses de 2005 y 2006 parecen haber ocasionado que el margen de utilidad neta de 2006 cayera por debajo del de 2004. Sin embargo, el margen de utilidad neta de 2006 de Bartlett Company es bastante favorable cuando se compara con el promedio de la industria.

Las ganancias por acción, el rendimiento sobre los activos totales y el retorno sobre el patrimonio de la empresa se compararon de manera muy similar a como la hizo su margen de utilidad neta durante el periodo 2004 – 2006. Bartlett parece haber experimentado una caída considerable de las ventas entre 2004 y 2005 o una expansión rápida de sus activos durante ese periodo. El nivel tan alto de retorno sobre el patrimonio en 2006 sugiere que la empresa se desempeña bastante bien. Los retornos de la empresa por arriba del promedio (margen de utilidad neta, ROA y ROE), se atribuyen al hecho de que es más riesgosa que el promedio. Una mirada a las razones de mercado es útil para evaluar el riesgo.

4.2. Herramientas del análisis financiero

El análisis financiero requiere de una serie de herramientas que permitan un tratamiento adecuado de la información disponible.

Cuatro tipos de técnicas:

- 1) Técnicas de interpretación de datos (de la empresa y los mercados)
- 2) Técnicas de evaluación competitiva y estratégica
- 3) Técnicas de pronóstico y proyección
- 4) Técnicas de cálculo financiero

En todas las situaciones en que se aplica el análisis financiero se realiza alguna forma de:

- Interpretación de la situación actual de la empresa (diagnóstico de la empresa).
- Proyección de sus resultados esperados (considerando situaciones alternativas).

Utilización y objetivos del análisis financiero

El análisis financiero permite determinar las consecuencias financieras de cualquier negocio.

Puede tener dos usos principales:

- Por parte de un tercero que va a relacionarse con la empresa
- Por parte de la dirección de la empresa, para la toma de decisiones en la adquisición o gestión de sus recursos.

Las fuentes de información para el análisis financiero de una empresa son las siguientes:

1. La contabilidad de la empresa
2. Las estadísticas comerciales y operativas de la empresa (composición de ventas y costes, medidas de productividad)
3. El relevamiento de precios y composición de los mercados y sectores pertinentes (mercados de insumos y de productos)
4. Los pronósticos acerca del desenvolvimiento de los mercados y los sectores
5. El relevamiento y las perspectivas de la tecnología (de procesos y productos) aplicable en la empresa y en el sector en que compete
6. Las condiciones legales, impositivas y de regulación de la empresa y el sector

La selección de la información depende del análisis que se requiere y de la posición del analista

- El tipo y la calidad de la información disponible dependen de la posición, con respecto a la empresa, de la persona que realiza el análisis.
- El análisis puede ser para uso interno de la empresa o para uso de terceros. En este último caso, puede existir, o no, relación con la empresa que se analiza.

El análisis de los estados financieros de la empresa tiene como objetivo proporcionar una información contable acerca de la situación económica, patrimonial y financiera de la sociedad a todos aquellos agentes económicos que puedan estar interesados.

El análisis económico trata de medir la rentabilidad de la empresa como uno de los parámetros que afectan a la eficiencia. La consecución de este objetivo supone efectuar un análisis de la cuenta de Pérdidas y Ganancias.

Metodológicamente, se estudian los componentes de la cuenta de resultados, a través de índices verticales y horizontales, así como diferentes ratios

4.2.1 Técnicas de análisis de estados financieros

1. Comparación:

Determinar las analogías y diferencias existentes entre las distintas magnitudes que contienen un balance y demás estados contables, con el objeto de ponderar su cuantía en función de valores absolutos y relativos para diagnosticar las mutaciones y variaciones habidas.

➤ Una cuenta puede medirse comparándola:

- Con el importe total del Activo, del Pasivo o de los Resultados
- Con el total del grupo o masa patrimonial a que corresponda
- Con la misma cuenta de un balance anterior o posterior
- Con otros epígrafes con los que tenga cierta relación y que convenga analizar
- Con otras empresas o estándares de referencia.

2. Porcentajes (análisis estructural):

Disponiéndoles verticalmente se puede apreciar con facilidad la composición relativa de activo, pasivo y resultados.

Significación relevante en el análisis de balances.

3. **Números índices:**

Estudio de la tendencia de cada grupo de cuentas o de éstas entre sí, tomando como base un ejercicio normal, o si ello no es posible, el promedio ponderado de una serie de años.

Especial aplicación para dar a conocer las tendencias.

➤ **Representación gráfica:**

Consiste en mostrar los datos contables mediante superficies u otras dimensiones conforme a ciertas normas diagramitas y según se refiera al análisis estructural o dimensional de la empresa

➤ **Ratios:**

Consiste en relacionar diferentes elementos o magnitudes que puedan tener una especial significación.

Sirven para determinar la magnitud y dirección de los cambios sufridos en la empresa durante un periodo de tiempo.

➤ **Los ratios se pueden clasificar:**

1. Por su origen: Internos y externos
2. Por la unidad de medida: De valor y de cantidad
3. Por su relación: Estáticos, dinámicos y mixtos
4. Por su objeto: De estructura financiera, de estructura de capital; de liquidez y solvencia, de actividad comercial y de rendimiento económico

➤ **Los ratios**

Fundamentalmente los ratios están divididos en 4 grandes grupos:

1. **Índices de liquidez.** Evalúan la capacidad de la empresa para atender sus compromisos de corto plazo.

2. **Índices de Gestión, eficiencia o actividad.** Miden la utilización del activo y comparan la cifra de ventas con el activo total, el inmovilizado material, el activo circulante o elementos que los integren.
3. **Índices de endeudamiento o apalancamiento.** Ratios que relacionan recursos y compromisos.
4. **Índices de Rentabilidad.** Miden la capacidad de la empresa para generar riqueza (rentabilidad económica y financiera).

➤ **Ratios de liquidez**

- Miden la capacidad de pago que tiene la empresa para hacer frente a sus deudas de corto plazo: Dinero en efectivo del que dispone para cancelar las deudas.
- Expresan la habilidad gerencial para convertir en efectivo determinados activos y pasivos corrientes.

Facilitan examinar la situación financiera de la compañía frente a otras

➤ **Ratio de Solvencia**

(G.a. distr. + Act.circulante)

(Ingresos a distrib. + Acr. C.P. +Prov. R y G C.P.)

Si es > 1 → El Activo Circulante supera el Pasivo Circulante y la empresa podrá hacer frente a sus deudas a corto plazo.

Si el valor es demasiado alto, puede indicar activos inaplicados y por lo tanto una menor rentabilidad total

$$\text{Ratio de liquidez gral.} = \frac{\text{Activo Cte.}}{\text{Pasivos Ctes.}}$$

Este ratio es la principal medida de liquidez: muestra qué proporción de deudas de corto plazo son cubiertas por elementos del activo, cuya conversión en dinero corresponde aproximadamente al vencimiento de las deudas.

Cuanto mayor sea el valor de esta razón, mayor será la capacidad de la empresa de pagar sus deudas.

4.2.2 Métodos de análisis financiero

Los métodos de análisis financiero se consideran como los procedimientos utilizados para simplificar, separar o reducir los datos descriptivos y numéricos que integran los estados financieros, con el objeto de medir las relaciones en un solo periodo y los cambios presentados en varios ejercicios contables.

De acuerdo con la forma de analizar el Contenido de los estados financieros, existen los siguientes métodos de evaluación

4.2.3 Método de Análisis Vertical

Se emplea para analizar estados financieros como el Balance y el Estado de Resultados, comparando las cifras en forma vertical.

Para efectuar el análisis vertical hay dos procedimientos:

Procedimiento de porcentajes integrales

Consiste en determinar la composición porcentual de cada cuenta del Activo, Pasivo y Patrimonio, tomando como base el valor del Activo total y el porcentaje que representa cada elemento del Estado de Resultados a partir de las Ventas netas.

Porcentaje integral = Valor parcial / valor base X 100

Ejemplo;

El valor del Activo total de la empresa es \$1.000.000 y el valor de los inventarios de mercancías es \$350.000. Calcular el porcentaje integral.

$$\text{Porcentaje integral} = 350.000/1.000.000 \times 100$$

$$\text{Porcentaje integral} = 35\%$$

El análisis financiero permite determinar la conveniencia de invertir o conceder créditos al negocio; así mismo, determinar la eficiencia de la administración de una empresa.

➤ **Procedimiento de razones simples**

El procedimiento de razones simples tiene un gran valor práctico, puesto que permite obtener un número ilimitado de razones e índices que sirven para determinar la liquidez, solvencia, estabilidad, solidez y rentabilidad además de la permanencia de sus inventarios en almacenamiento, los Periodos de cobro de clientes y pago a proveedores y otros factores que sirven para analizar ampliamente la situación económica y financiera de una empresa.

Se toman dos Estados Financieros (Balance General o Estado de Resultados) de dos periodos consecutivos, preparados sobre la misma base de valuación.

Se presentan las cuentas correspondientes de los Estados analizados. (Sin incluir las cuentas de valorización cuando se trate del Balance General).

Se registran los valores de cada cuenta en dos columnas, en las dos fechas que se van a comparar, registrando en la primera columna las cifras del periodo más reciente y en la segunda columna, el periodo anterior. (Las cuentas deben ser registradas por su valor neto).

Se crea otra columna que indique los aumentos o disminuciones, que indiquen la diferencia entre las cifras registradas en los dos periodos, restando de los valores del año más reciente los valores del año anterior. (Los aumentos son valores positivos y las disminuciones son valores negativos).

En una columna adicional se registran los aumentos y disminuciones y porcentaje. (Este se obtiene dividiendo el valor del aumento o disminución entre el valor del periodo base multiplicado por 100).

En otra columna se registran las variaciones en términos de razones. (Se obtiene cuando se toman los datos absolutos de los Estados Financieros comparados y se dividen los valores del año más reciente entre los valores del año anterior). Al observar los datos obtenidos, se deduce que cuando la razón es inferior a 1, hubo disminución y cuando es superior, hubo aumento.

4.2.4 Método De Análisis Horizontal

Es un procedimiento que consiste en comparar estados financieros homogéneos en dos o más periodos consecutivos, para determinar los aumentos y disminuciones o variaciones de las cuentas, de un periodo a otro. Este análisis es de gran importancia para la empresa, porque mediante él se informa si los cambios en las actividades y si los resultados han sido positivos o negativos; también permite definir cuáles merecen mayor atención por ser cambios significativos en la marcha.

A diferencia del análisis vertical que es estático porque analiza y compara datos de un solo periodo, este procedimiento es dinámico porque relaciona los cambios financieros presentados en aumentos o disminuciones de un periodo a otro. Muestra también las variaciones en cifras absolutas, en porcentajes o en

razones, lo cual permite observar ampliamente los cambios presentados para su estudio, interpretación y toma de decisiones.

4.2.5 La toma de decisiones

Orozco Mirla Yolanda (1998) argumenta que la toma de decisiones ha sido a objeto de numerosos análisis y estudios en los textos que abordó el tema de la empresa moderna. En todos ellos se enfatiza la importancia de tomar decisiones correctas. Sin embargo, a pesar de que en dichos tratados se conoce que una buena decisión debe estar basada en hechos, información, conocimiento, experiencia análisis y criterio .rara vez menciona el consejo de administración como un elemento determinante para fundamentar las decisiones que adopta la dirección de una empresa.

Como se desprende de la definición misma de administrar que se cita en el capítulo anterior, la acción de dirigir una empresa entraña circunscribir la acción al servicio de un propósito que se requiere alcanzar. Independientemente de la diversidad de objetivo de cada empresa, todas tienen en común la necesidad de permanecer.

Pero además de este objetivo genérico compartido, cada organización tiene desde que se crea, sus objetivos específicos, los cuales constituyen el marco de actuación básico del que se habrán de dividir las políticas, estrategias, programas, presupuestos, sistemas, métodos y procedimientos que establezcan en la planeación estratégica y en el desarrollo concreto de la operación durante todo el proceso administrativo.

➤ Propósitos de las decisiones empresariales

Por lo tanto, la toma de decisiones y las acciones que realicen todos los integrantes de la organización deberán estar encaminadas a lograr el

cumplimiento de dichos objetivos, así como de las políticas de que ellos se desprendan y que en su conjunto integran lo que se ha dado en llamar la filosofía o creado de la organización.

Cualquier organización, y en especial las de mediana magnitud debe poseer una seria solidez de creencia, que sientan las pautas del pensamiento corporativo y en las que se funden sus políticas y sus acciones las cuales deben ser hechas del conocimiento de los directores, de los empleados, de los clientes, de los proveedores etc., para asegurar que el pensamiento y la acción convergen en los propósitos de los accionistas.

En la medida en que el dueño del negocio que ha venido operando la organización se vaya alejando de la operación, las políticas y procedimientos de la misma, tendrán que ser más extensos y detallados; esto es obvio puesto que cuando un dueño está presente opera en la empresa, las políticas o procedimientos los establecen en el momento que se presenta un requerimiento o problema, sustentando su decisión en su experiencia, conocimiento y unidad de mando. Consecuentemente, la ausencia del ex-operador se suple con políticas y procedimientos escritos, detallados, explícitos, precisos, congruentes y fáciles de entender.

En lo que respecta a las políticas específicas y a los procedimientos de operación, los diseñan, proponen e instrumentan los gerentes de cada área con la participación de sus colaboradores, quienes finalmente ejecutan las acciones concretas. En su conjunto desde sus políticas generales hasta las actividades, todas ellas deben enmarcarse y orientarse hacia el logro de los objetivos sociales, estos últimos, fundamentos de la acción de toda la organización.

Cualquier empresa es creada y fundada para alcanzar determinados objetivos, los cuales generalmente, se encuentran asentados en sus estatutos sociales y, por tanto, tienen un carácter legal y obligatorio.

➤ **Las políticas generales de la empresa**

Orosco, Yolanda (1998) argumenta que como se desprende de lo expuesto, las políticas generales de las empresas son las grandes directrices en las que deberán basar su operación. Constituyen el marco de referencia obligado, del cual no deben desviarse las actividades y decisiones de cada uno de los integrantes de la organización.

Dichas políticas están inspiradas en los objetivos que persiguen la empresa y en las metas específicas planeadas en los programas presupuestos. Toda empresa tal como lo señala Luis Castañeda, debe contar con políticas básicas relativas a la planeación organización, administración, producción, comercialización, diversificación, y captación, entre otras. Por supuesto que estas pueden desagregarse hasta el nivel de detalles de su requerida, según las necesidades de cada organización, lo cual constituye la base para el establecimiento de los procedimientos.

Para fijar cada uno de los distintos tipos de políticas, se debe, antes que nada poseer una visión de conjunto del negocio de la cual derivar las políticas específicas que regulan las actitudes de todas las áreas de la organización.

En las empresas de gran magnitud, es frecuente observar sus políticas generales y específicas se encuentra comprendidas en documentos comúnmente denominada “manual de políticas y Procedimientos”. Esta medida tiende a evitar la aplicación de criterios discrecionales que desvíen las actitudes de los objetivos de la organización.

Por otra parte en las empresas medianas rara vez se cuenta con documentos de este tipo y en mejor de los casos, los lineamientos normas de operación, se dan a conocer a través de circulares y memorándums.

Otros aspectos que deben ser considerado por el que toma decisiones en una empresa es si está siendo congruente con los objetivos para los que esta fue creado y con las políticas que regulan y orientan el funcionamiento de la compañía en general y las acciones de sus integrantes en lo particular, sin importar su nivel jerárquico.

Una vez constatado que la decisión a tomar se ajusta a los objetivos y políticas de la empresa, el siguiente paso deberá encaminarse a invertir si existen elementos que indiquen con un grado de certeza razonable, cuál será la mejor opción entre varias alternativas disponibles.

➤ **Ingredientes de una buena toma de decisiones**

La acción de decidir entrañar de elegir un curso de acción entre varios que se presentan para el análisis. No actuar, constituye ya una elección, puesto que se pudo haber decidido su opuesto, es decir actuar y sin embargo, opta por no hacerlo.

En todos los casos, cualquiera que sea su acción por lo que optamos, esta siempre implicara el riesgo de que no resulte la más conveniente a los intereses de la empresa ni más adecuada para alcanzar los fines que se han fijado.

Sin embargo este riesgo disminuye mientras mejor sea la información, el conocimiento, el análisis, la experiencia, los criterios y el apoyo adicional que puede otorgar un equipo multidisciplinario de personas que emiten opiniones y recomendaciones sobre el punto decir.es decir, la certeza aumenta

proporcionalmente a la calidad y diversidad de los elementos que soportan la decisión.

Otros aspecto fundamental, que suele aumentar o disminuir el riesgo de una decisión lo constituye el tipo de entorno en el que se desenvuelve la empresa, no solo relativo a la rama industrial o de servicio a ala que ella pertenece sino, en algunos casos incluso, hasta las características, condiciones, necesidades, cultura e idiosincrasia de los habitantes del lugar o del país en el que está localizada. Por eso es válido hablar de empresas con mayor margen de riesgo según si, por su propia naturaleza y entorno, resulta difícil o incluso imposible, conocer todas las variables o escenarios que involucren aspectos de su proyección a futuro.

De esta manera, el riesgo de algunas decisiones también aumenta o disminuye el riesgo de una decisión según factores externos difíciles de predecir. Por ejemplo, en una empresa que depende de insumos agrícolas cuyos cultivos es de temporal o cuyo aprovisionamiento está sujeto a decisiones gubernamentales o de terceros sobre los que no se tiene ningún control. La decisión que se adopte tendrá que descansar en un elevado grado de riesgo, porque no se tiene la información suficiente que otorgue certeza total respecto al comportamiento de la naturaleza ambiental o de otros factores.

En suma, el factor decisivo para tomar una decisión consiste en cortar con el mayor grado de certeza posible, lo que solo puede alcanzar con un sustento de calidad que incorpore los ingredientes señalados.

Obviamente, en ningún caso la certeza es absoluta, puesto que la recuperación de información, adquisición de experiencia y los criterios para tomar decisiones es un proceso permanente, gradual y siempre perfectible.

De ahí la importancia de que el sustento para tomar las decisiones sea de alta calidad y suficiencia así como que se cumpla adecuadamente con todas las etapas que la misma implica. En primer término, surge el problema o situación extraordinaria que debe resolverse ; el director general lo percibe; sus gerentes de área lo aportan la información disponible; la discute y analiza conjuntamente con ellos; fija objetivos; infieren alternativas o cursos de acción conducentes a lograrlos, sopesa pros y contras, recaba información adicional si así lo exige las condiciones del problema, la somete en caso necesario, - excluyendo obviamente las decisiones rutinarias – al análisis y consideración de esa tercera instancia que cuenta con mayor independencia de criterio y enfoque multidisciplinario, esta le aporta juicio y opiniones sobre la conveniencia o no de dichas alternativas; recibe su propia propuesta enriquecida , efectúa una última valoración y toma la decisión para que los gerentes de área y su equipo instrumenten las acciones tendientes a su cumplimiento.

➤ **Las malas decisiones y sus consecuencias**

Desde luego que cada uno de los elementos que integran el proceso de toma de decisiones son muy importantes y de su calidad depende los resultados que finalmente se obtienen de su ejercicio. Ellos resultan particularmente decisivos en el caso de criterios o actitud del director o gerente general, y de la experiencia y profesionalismo que poseen tanto el cómo quien lo apoya con opiniones y juicios que enriquezcan su propio análisis.

En tal sentido de poca utilidad que aporten sus gerentes de área, a las opiniones de las instancias referidas, si no tiene el criterio o la actitud adecuada que le permita analizarla, procesarla y evaluarla adecuadamente. De la misma manera, un pobre servicio lo prestara a la empresa o a la instancia que, en su caso, pueda apoyarlo para tomar buenas decisiones, no tiene el profesionalismo ni la experiencia necesaria para emitir juicios valiosos y útiles para la mejora de su gestión.

Esta instancia de apoyo a la función directiva es por supuesto el consejo de administración, órgano colegiado que bien integrado, con nivel profesional y experiencia de sus integrantes y funcionando sensatamente, puede representar un impulso permanente de las buenas decisiones empresariales.

De hecho las empresas grandes y bien organizadas ya utilizan a este instrumento promotor de la productividad y la excelencia en el servicio., por ello antes de presentar el método básico del consejo básico de administración resulta necesario puntualizar los estilos y procedimientos concretos, a través de los cuales los directores generales de las empresas medianas y pequeñas suelen tomar decisiones,

En general, en la mayor de las partes de las empresas Mexicanas, es el accionista mayoritario o único quien se acostumbró a tomar las decisiones. Alguien tiene que hacerlo y aunque no contaran con la información y capacitación suficiente, empezó a dirigir su empresa sobre la marcha, lo que le permitió ir acumulando experiencia nacida de la observación y la práctica constante, así como de los éxitos y los fracasos.

En este caso la toma de decisiones se realiza, frecuentemente, tratando de repetir el modelo que pasado ha demostrado tener éxito lo que, desde luego, de ningún modo significa que se van a producir los mismos resultados, en virtud de que el entorno y Las circunstancias externas, entre otros factores, están cambiando permanentemente.

Por supuesto que con el tiempo esta forma de tomar decisiones se fue haciendo un poco más sofisticada, se empezó a tomar en consideración la información disponible y se aplicó con mayor énfasis en el sentido común para

determinar la conveniencia o no de optar por alguna u otra alternativa, en un momento dado de la vida de la empresa.

El común denominador de este tipo de decisiones, ha sido que quien la ejerce, casi siempre es un solo individuo, que es el director general de acciones, con nulo o escaso apoyo de sus gerentes de áreas y sin la asesoría u orientación de profesionales experimentados que con una visión más amplia, diversa, fresca y enriquecedora de la organización, pueden complementar sus puntos de vistas y otorgar mayor sustento a su toma de decisiones.

En un entorno poco cambiante, el gerente tradicional, casi siempre solitario en el ejercicio de su responsabilidad de tomar decisiones, difícilmente tropezó con problemas insalvables y el éxito relativo en los resultados, mas debido a la débil competencia que a su propio merito, le arraigaron la convicción de que conducir una empresa era asunto de familia y decidir, una cuestión de reflexión individualista.

Este estilo tradicional de tomar e instrumentar las decisiones, con frecuencia, puede traer consigo efectos contrarios al cumplimiento de los objetivos y metas de la empresa, pérdida de recursos o escaso aprovechamiento de ellos, y, en ocasiones, hasta la cancelación de su propia permanencia.

Desde una decisión que parece que parece tan simple pero que en realidad requiere de una gran sustento. Como es la compra de materia prima, hasta la expansión de las instalaciones o la instrumentación de una estrategia específica, en todos los casos deben tener en mente las variadas consecuencias lamentables, tales como el alto costo o la obsolescencia que provoca un sobre inventario.

En el mismo sentido, otorgan un crédito, animados únicamente por la experiencia previa tenida en el cliente o confiados en la garantía que ofrece sus activos, puede traernos severos trastornos, sino tenemos en cuenta, por ejemplo, entre otros aspectos sus pasivos contraídos con anterioridad , los riesgos de que enfrentan una huelga e incluso la eventualidad de que en caso de litigio, los trabajadores se queden con los bienes, dada la prioridad que de acuerdo con la ley tienen ante cualquier acreedor.

Es por tanto todo lo anterior, que en los siguientes capítulos se proponer un esquema para adoptar decisiones, en el cual el director general sigue siendo el responsable de ellas, pero apoyándose y fundamentando esta área, en las políticas y recomendaciones de un consejo de administración integrados por profesionales vínculos con el objetivo de la organización y sesionando permanentemente de acuerdo con la base que aseguren su utilidad para la función directiva.

4.3 Gastos de operación

Los gastos de operación son los costos realizados por una compañía pequeña por cada uno de los diferentes departamentos para producir un producto o servicio para los clientes. Algunos ejemplos de estos departamentos incluyen manufactura, publicidad y ventas. Las pequeñas compañías tienen una variedad de gastos de operación necesarios. Un ejemplo es el alquiler de un edificio. Este espacio es necesario para producir el producto o servicios para el negocio. Otro ejemplo es el equipo de fabricación. Este equipo es necesario para producir

El producto que se vende o para ayudar en los servicios que se proveen a los consumidores.

Los ha clasificado de la siguiente forma:

➤ **Trabajos de reparación y mantenimiento (hechos por terceros).**

Son los pagos, que el establecimiento ha realizado a favor de terceros, por los trabajos de reparación y mantenimiento corriente (no de capital) de los activos del establecimiento.

➤ **Fletes y gastos de transporte**

Son los pagos que ha efectuado el establecimiento por los servicios de transporte recibidos. Se excluye el transporte de los trabajadores, el mismo que forma parte de otras remuneraciones.

➤ **Energía eléctrica comprada.**

Es lo pagado por la energía eléctrica utilizada por el establecimiento.

➤ **Combustibles y lubricantes**

Es lo pagado por combustibles utilizados por el establecimiento para la movilización de vehículos y equipo de transporte, así como también los usados en la producción de calor y fuerza.

➤ **Comisiones pagadas a terceros**

Son los pagos que realiza el establecimiento a vendedores, comisionistas y agentes que, sin ser personal de planta del establecimiento, realizan trabajos por los cuales reciben comisiones.

➤ **Alquileres**

Son los pagos que efectúa el establecimiento por arrendamiento de terrenos, edificios, oficinas, maquinarias, vehículos, etc., utilizados en la actividad que desarrolla.

➤ **Publicidad**

Son los pagos por concepto de publicidad y propaganda, realizados por el establecimiento. Incluyen las muestras gratis a clientes.

➤ **Gastos de viajes, viáticos y movilizaciones.**

Se refieren a los pagos realizados por el establecimiento en concepto de gastos de hospedaje, alimentación y movilización de los empleados que tienen que realizar viajes, fuera de su lugar habitual de trabajo, a nombre del establecimiento.

➤ **Primas de Seguro (robo, incendio y otros sobre bienes).**

Son los pagos que realiza el establecimiento para proteger, contra cualquier tipo de siniestro, las instalaciones, equipo, muebles y enseres. Honorarios profesionales (jurídicos, contables y otros profesionales no de planta).

Se refieren a los pagos que reciben los profesionales que no tienen relación de dependencia con el establecimiento, pero que realizan eventualmente trabajos para el mismo. Comunicaciones (correo, teléfono, telégrafo, télex, etc.) Son los pagos que realiza el establecimiento por todos aquellos servicios de comunicación utilizados

➤ **Agua**

Es lo pagado por consumo de agua

Trabajos de fabricación hechos por terceros.- Son los pagos que realizó el establecimiento en beneficio de las empresas que ejecutaron labores de producción de bienes, con materia prima de aquel establecimiento.

➤ **Materiales de oficina**

(Útiles y materiales de oficina cuya duración es menor de un año).- Son los pagos que realiza el establecimiento por todos aquellos útiles de oficina empleados.

➤ **Gastos financieros**

Lo correspondiente a comisiones, dividendos y demás cargos y pagos por realizar

➤ **Gastos no operacionales**

Algunos gastos de la compañía aparecen por motivos que no implican la operación normal del negocio. Un ejemplo de estos gastos no operacionales es el interés sobre el dinero prestado; estos gastos también incluyen los costos inusuales o de cuota única. El gasto necesario para la reorganización de una compañía, o para pagar por un proceso de demanda judicial, también son ejemplos de estos gastos. Los cargos por obsolescencia de equipos o cambio de divisas también son gastos no operacionales.

➤ **Gastos administrativos**

Los gastos administrativos son los costos incurridos por un pequeño negocio en una base general y que no están asociados con un departamento específico. Estos gastos que se agrupan con los individuos que realizan las actividades de apoyo no técnicas para una pequeña empresa, incluyendo las secretarías y recepcionista. Un ejemplo de un gasto administrativo sería los salarios y los beneficios para las secretarías y las recepcionistas. Otro ejemplo serían los materiales de oficina, las cuentas de teléfono y el correo utilizado para el negocio.

➤ **Implicaciones de impuestos**

La mayoría de los gastos de operación y administrativos incurridos durante el curso del negocio se sabe que son razonables, ordinarios y necesarios y se pueden deducir siguiendo el Código de Renta Interna sección 162. Algunos gastos son vistos como actuales y se deben deducir en el año en que son utilizados. Algunos ejemplos de esto incluyen los salarios y la renta. Otros gastos son definidos como gastos capitales y se deben deducir durante cierto período de tiempo. Un ejemplo de esto sería una pieza de equipo utilizada para crear un producto.

➤ **Recortes de presupuesto**

La diferencia entre los gastos de operación y los gastos administrativos se puede ver en una pequeña empresa cuando el presupuesto necesita recortarse. Los gastos administrativos siempre se recortan primero. Estos costos se pueden eliminar sin dañar los productos o servicios provistos. Ejemplos de esto sería reducir el tamaño del departamento de recursos humanos o cambiar de un individuo que realiza los servicios de la recepción a un sistema de mensajes de correo de voz automatizado. Ambos son gastos administrativos.

➤ **Estado de resultados**

Los gastos operacionales y no operacionales son registrados en secciones diferentes de un estado de resultados. Al comienzo del estado de resultados, el costo de bienes vendidos es restado de los ingresos para obtener la utilidad bruta. Los gastos operacionales son listados a continuación, y son restados de la utilidad bruta. La cantidad restante después de todos los gastos operacionales es llamada utilidad operacional. La siguiente sección incluye todos los ingresos y gastos no operacionales. Los ingresos no operacionales, como los intereses ganados, se suman en el estado de resultados, mientras que los gastos no operacionales se restan. El resultado final se denomina utilidad neta del negocio.

➤ **Significado**

Es totalmente factible que una compañía tenga una operación sólida e igualmente tenga gastos extraordinarios que probablemente no se repitan. Estos gastos de pago único pueden enmascarar un desempeño básicamente bueno. Al separar los gastos operacionales y no operacionales en el estado de resultados, los gerentes e inversionistas pueden evaluar mejor el desempeño real de la compañía. Organizar un estado de resultados de esta forma también te permite monitorear los gastos no operacionales y asegurar que, en caso de que estén causando problemas como altos pagos de intereses, reciban la atención y tratamiento adecuados por parte de la gerencia.

4.3.1 Gestión financiera

Se denomina gestión financiera (o gestión de fondos) a todos los procesos que consisten en conseguir, mantener y utilizar dinero, sea físico (billetes y monedas) o a través de otros instrumentos, como cheques y tarjetas de crédito. La gestión financiera es la que convierte a la visión y misión en operaciones monetarias de movimiento.

➤ **Funciones**

La determinación de las necesidades de recursos financieros: planteamiento de las necesidades, descripción de los recursos disponibles, previsión de los recursos liberados y cálculo de las necesidades de la financiación externa.

La consecución de financiación según su forma más beneficiosa: teniendo en cuenta los costes, plazos y otras condiciones contractuales, las condiciones fiscales y la estructura financiera de la empresa.

La aplicación juiciosa de los recursos financieros, incluyendo los excedentes de tesorería: de manera a obtener una estructura financiera equilibrada y adecuados niveles de eficiencia y rentabilidad.

El análisis financiero: incluyendo bien la recolección, bien el estudio de información de manera a obtener respuestas seguras sobre la situación financiera de la empresa.

➤ **Organización**

La forma que adopta la estructura de una empresa tiene que ver, con su tamaño. Si la empresa es grande, la importancia del tema financiero es determinante, entonces se incluirá en el organigrama la función de un gerente financiero o gerente administrativo-financiero. El gerente financiero es aquella persona que pone en gestión financiera las decisiones enunciadas en la estrategia, a partir de la visión y misión de la empresa. Esta es su función como gerente y estratega.

De esta gerencia o jefatura dependerá el área de Tesorería, donde se custodian los fondos que están en el poder de la empresa (antes de que se apliquen como pagos o se depositen). Del área de Tesorería depende la de Cobranzas, donde se producen todos los ingresos.

Existe también el área de pago o Cuentas a pagar, que se ocupa de recibir la documentación requerida para realizar un pago, verificar que corresponda y requerir las autorizaciones correspondientes.

También suele haber un área de presupuesto financiero o Control presupuestario, que es el sector que convierte a la gerencia financiera en una gerencia de estrategia. Aquí es donde se analiza la posición financiera de la empresa y se surgen las mejores opciones de requerir fondos o de invertirlos

V CASO PRÁCTICO

5.1 Introducción del caso practico

El presente caso práctico es hipotético el cual se aplicaron los conocimientos adquiridos en esta investigación. Este ejemplo tiene como propósito analizar los estados financieros de la empresa y proporcionar un ejemplo de su debido análisis.

El ejemplo del análisis de los estados financieros corresponde a los periodos 2011 al 2013 evaluando el comportamiento de sus actividades financieras, basado en los gastos operativos de dicha empresa. Entidad dedicada a la elaboración y comercialización de vinagre 100% natural de plátano.

Para la debida elaboración del caso práctico utilizaremos los estados Financieros individuales al 30 de junio de los años 2011 al 2013 en donde se realizara un análisis dinámico y estático para en dichos periodos y para obtener resultados más relevante se aplicaran las razones financieras correspondientes.

5.2 Objetivos del caso práctico:

- Analizar los estados financieros de la empresa vinagre S.A, para los periodos correspondientes del 2011 al 2013.
- Determinar el comportamiento de los gastos operativos de la empresa vinagre S.A en los periodos comprendidos del 2011 al 2013.

5.3 Conocimientos generales de la empresa

Nombre del proyecto.

Eslogan "sabor, salud, calidad.

Industria de vinagre S.A.

Descripción de la empresa.

Producto "vinagre 100% natural".

Esta empresa la clasificamos como una empresa de tipo industrial ya que su giro será la fabricación y distribución del vinagre 100% natural para satisfacer las necesidades de los clientes.

➤ **Ubicación.**

Estará ubicado en la isla de Ometepe su sede de fermentación y producción donde se procesara.

La oficina principal y distribución estará ubicada en Managua colonia Pedro Joaquín de la Semáforo de la Róbelo 5 cuadra al lago 2c.arriba 1l2 al lago media abajo. Teléfono 22511133 primer anden M izquierda.

Una zona de fácil acceso para hacer llegar la materia prima y la mano de obra, pero por sobre todo haga factible una distribución del producto para que este llegue rápido al cliente o que el cliente tenga acceso a la empresa.

Objetivo de la empresa.

➤ **Corto plazo.**

Ser los mejores productores de vinagre de banana castilla 100% natural del sector en la elaboración del producto, que contenga los requerimientos higiénicos sanitarios exigidos y darles respuesta inmediata a la demanda de la población en el perímetro de la ciudad.

➤ **Mediano plazo.**

Extender la comercialización de nuestro producto de vinagre de banana castilla 100% natural a los municipios del departamento, a través de la utilización de 4 a 5 camioncitos de 4 toneladas más de los que contamos, que sirva como canal de distribución.

➤ **Largo plazo.**

Establecer presencia en el mercado de forma continua y expandir la distribución a otros departamentos.

Ventajas competitivas.

- Nuestro producto debe ser de mejor calidad a un bajo precio dentro del departamento de Managua, el cual según estudio realizado en algunos sectores es eficiente y no hay competencia.
- Es la única microempresa de vinagre de banana castilla 100% que ofrecerá un producto dentro del sector y distritos en la ciudad de Managua.

Productos y/o servicios de la empresa.

La empresa de Vinagre S.A elabora su producto de la banana castilla, mediante un proceso de higiene y calidad utilizando la mejor fermentación del vinagre este producto será empacado en una botella de 750ml de color transparente de plástico con la leyenda de la empresa, así mismo contiene el número de registro sanitario, dirección y teléfono de la empresa.

Tamaño de la empresa

Nuestro producto está dirigido a los diferentes mercados ya que es vital importancia y suma necesidad para todos y cada uno de las clases y niveles sociales.

Característica de mercado

- Es una población preocupada por la calidad del producto y su precio.
- Prefiere adquirir un producto que sea producido y distribuido en su ciudad o distrito.
- También nuestra preferencia por precios accesible y un producto de calidad.

Misión

La industria de banana castilla 100% natural una empresa privada, dedicada a producir y distribuir vinagre natural 100% sin químico con alto estándar de calidad con el fin de mejorar la calidad de vida de la población, satisfacer la necesidad de la demanda del vinagre a través de un suministro que sea de forma eficiente y permanente a la población.

También a un costo accesible y a la vez garantice mejorar los índices de salud al consumidor.

Visión.

Convertirnos en una empresa líder en producir y distribuir un producto de alta calidad y así poder obtener por parte de la población nicaragüense, el reconocimiento y aceptación de nuestro producto generando una red de distribución a nivel nacional.

Valores.

- Calidad
- Higiene
- Responsabilidad administrativa.
- Compromiso con los consumidores.
- Integridad.

Vinagre 100% Natural es una empresa responsable confiable y honesta con sus consumidores y proveedores tiene el compromiso moral de servir a la comunidad de manera solidaria el negocio posee un pequeño personal Confiable, competente, ordenado, integro y respetuoso con las leyes.

Líneas de Actuación.

- Producción.
- Comercialización.
- Fortalecimiento Empresarial.
- Investigación.

Estado de desarrollo.

Se trata de una diversificación o diseño en presentación y calidad del producto de la empresa de vinagre de banana castilla 100% natural, consiste en un empaque de botella plástica 750ml para líquidos ya procesado del vinagre 100% natural.

- **Análisis de la industria**

Sector industrial.

Tamaño:

El tamaño meta de la empresa de vinagre estará formado por 55 empleados de seis distribuidora de este producto ubicadas en el sector de la Pedro Joaquín y en los distritos los cuales se tomo la muestra de los tres empleados alas que se les aplico la muestra. Los empleados de las seis medianas distribuidora tienen un nivel de ingreso promedio de C\$3,102 de sexo femenino o masculino con edades comprendidas entre 20 años o más de 47 años que tengan necesidades económicas insatisfechas.

Análisis de oportunidad y amenazas.

Factores	Oportunidad	Amenaza
Madurez		•
Estacionalidad		
cambio tecnológicos	•	•
Regulaciones		•
Rivalidad		•
Nuevos competidores.		•
Productos sustitutos.		•
Poder de compradores.	•	
Poder de proveedores	•	

Fuente propia de la Empresa

Resumen de análisis de la industria.

Descripción del sector industrial.

Oportunidades/ amenazas estratégicas

➤ **Amenaza**

Que no logremos adaptarnos a los cambios externos Ej.: cambio Político que el gobierno que este mandando no brinde estabilidad social y económica en el país y esto permite el miedo de nuevas inversiones.

➤ **Oportunidad**

Que haya buena coordinación entre la empresa y el gobierno que permita un ambiente de estabilidad social y económica.

➤ **Estacionalidad**

Para nuestra microempresa este factor no le afecta.

➤ **Cambios tecnológicos**

Se ha enfatizado en los tipos y marcas de los equipos y mobiliarios para garantizar sobre todo la calidad, presentación e higiene de este producto alimenticios y buena atención en el servicio al cliente.

➤ **Amenaza**

Que nueva tecnología desplace a la que se está utilizando para la elaboración de este producto y que no tenga capacidad de adquisición de la misma.

➤ **Oportunidad**

Ser el primer productor de este vinagre 100% natural que adquiera lo último en tecnología para la elaboración de este producto.

Factor regulaciones

Esta industria de vinagre 100% natural, esta de manera obligatoria deberá cumplir con todos los procedimientos requeridos por la ley para iniciar sus operaciones en la fecha correspondiente.

➤ **Amenaza**

Que la empresa no pueda cumplir con todas sus obligaciones por causa de incremento de los diferentes tipos de impuestos fiscales

➤ **Oportunidad**

Que la microempresa de vinagre 100% natural funciones bien cumpliendo con todas sus obligaciones.

Factor nuevos competidores/ productos sustitutos

Tenemos competencia de producto sustituto.

➤ **Amenazas:**

Que surjan nuevos competidores o que la competencia actual baje los costos del servicio en un 10% y que mejore las condiciones ambientales.

Que la competencia realice algún tipo de promociones que atraiga un 20% de mis clientes por ese promedio.

➤ **Oportunidad**

Innovación de variedades a través de este producto y nuevos servicios que la competencia no brinde a precios competitivo.

Poder de los proveedores

Buscaremos proveedores que nos brinden estabilidad de insumos de la materia prima.

➤ **Amenaza**

No contar con proveedores que nos brinden disponibilidad insumos y materia prima de calidad y en buen tiempo.

➤ **Oportunidad**

Tener disponibilidad de insumo y materia prima por parte de nuestros proveedores para realizar nuestros productos con la mejor calidad.

Objetivos de la mercadotecnia.

El objetivo principal de nuestro mercado es acaparar la maximización de clientes y posicionamiento en el mercado de nuestro producto vinagre natural.

➤ **Corto plazo**

Extendernos en todos los departamentos del país con puntos de ventas accesibles a nuestros clientes en pulperías, mercados, kioscos.

➤ **Mediano plazo**

La distribución de nuestros productos en supermercados departamentales con accesibilidad a nuestros clientes, con ventas mensuales de 30,000 unidades de 750ml.

➤ **Largo plazo**

La permanencia y aceptación de nuestros consumidores de vinagre, clientes distribuirlo fuera del país, exportaciones de mayor cantidad es nuestra meta alcanzar la exportación de nuestro vinagre natural, ventas de 100,000 unidades de 750ml.

➤ **Unidades de Investigación de mercadeo**

En la investigación de mercado, buscamos la satisfacción de nuestro clientes hacia nuestro productos esto lo pudimos alcanzar con encuestas realizadas para conocer las necesidades de los consumidores de vinagre.

Distribución y puntos de ventas.



5.4 Análisis de las razones financieras de la empresa Vinagre S.A

Se usaran las razones correspondientes de la empres vinagre S.A para llevar a cabo un análisis completo en los periodos 2011 al 2013 que se resumieron en la tabla que muestra las formulas utilizadas en dicho análisis, con estos datos se pudo analizar aspectos claves del rendimiento de la empresa vinagre S.A como son la liquidez, actividad, deuda y rentabilidad.

Liquidez corriente

Razón	Formula	2011	2012	2013
Liquidez corriente	<u>Activo corriente</u>	<u>1,463,276.5</u>	<u>1,439,321</u>	<u>2,952,954.54</u>
	Pasivo corriente	674,713.74	944,246	1,835,057.37
		= C\$ 2.16	= C\$ 1.52	= C\$ 1.60

La liquidez corriente de la empresa Vinagre S.A. en el año 2011 fue de C\$ 2.16 lo cual indico que ha cumplido con todas sus obligaciones de corto plazo, es decir prestamos realizados en las distintas instituciones bancarias, pagos de gastos administrativos, entre otros. Obteniendo como resultado que la empresa esta solvente para ese año, ya que esta puede pagar sus cuentas antes de que esta lleguen a su vencimiento. Se puede decir que la liquidez corriente de la empresa para el año 2011 es razonable, por lo general Gitman (2007) argumenta que entre más alto es el índice de liquidez corriente mejor para la empresa puesto que una liquidez corriente 2.0 se considera aceptable ,aunque la aceptabilidad de un valor depende de la industria en la que opera la empresa por ejemplo una liquidez corriente de 1.0 se consideraría aceptable para una empresa pública de servicios generales, pero sería inaceptable para una empresa de manufactura, para el caso de la empresa vinagre S.A que es una industria su índice de liquidez tiene que estar entre los 2.0 o más.

En cambio para el año 2012 se pudo observar un índice menor que el del año 2011, siendo para el año 2012 de C\$ 1.52 esto quiere decir de que la empresa para este año disminuyo en cuanto a los pagos, aparentemente obtuvo retrasos en cuanto al cumplimiento con sus obligaciones, la disminución entre ambos años fue de 0.64 centavos, esto nos indica que para el año 2012 su liquidez corriente es baja.

También se obtuvo como resultado un índice de liquidez corriente de C\$ 1.60 en el año 2013, este índice fue 0.08 centavos mayor que del año 2012, significando una mejora en cuanto al cumplimiento con sus obligaciones, aunque su ascenso no fue mucho por la tanto, se dirá a manera general que para este año la empresa Vinagre S.A. sigue teniendo problemas de liquidez, debido a una mala administración financiera por parte del Administrador de la empresa esto es notorio exclusivamente para los periodos del 2012 y 2013.

Razón Rápida (prueba acida)

Razón	Formula	2011	2012	2013
Razón Rápida	$\frac{\text{Activo corrientes}-\text{Inventario}}{\text{Pasivos corrientes}}$	$\frac{1,463,276.5-347,685.10}{674,713.74}$ =C\$ 1.65	$\frac{1,439,321-293,834}{944,246}$ = C\$ 1.21	$\frac{2,952,954.54-780,018.21}{1,835,057.37}$ = C\$ 1.18

El índice de razón rápida para el año 2011 es de C\$1.65, significando que la empresa Vinagre S.A. posee inventarios suficientemente líquidos y por ende este índice es razonable, lo cual indica que se han vendido los productos en tiempo y forma. Según Gitman (2007) recomienda una razón rápida de 1.0 o más, aunque como sucede con la liquidez corriente el valor aceptable depende en gran medida de la industria. En el caso del año 2012, presento una disminución de 0.44 centavos, obteniendo un índice de razón rápida de C\$ 1.21, es muy probable que para este año se vendieran la mayoría de los productos al

crédito. Al igual que el año 2013, obteniendo un índice de C\$ 1.18, disminuyendo en 0.03 centavos, con respecto al año 2012, el cual se debió a un incremento de productos existentes en bodega. Obteniendo como resultado para el periodo 2011 al 2013 un índice de razón rápida razonable, aunque con ciertos inconvenientes ya antes mencionados, específicamente para los dos últimos años, de los cuales la administración financiera de Vinagre S.A. está presentando un comportamiento ineficiente.

Actividad

Razón	Formula	2011	2012	2013
Rotación de inventarios	<u>Costos Ventas</u>	<u>579,003</u>	<u>681,180</u>	<u>919,593</u>
	inventarios	347,685.10	293,834	780,018.27
		= 1.66	= 2.31	= 1.17

La rotación de inventario para el año 2011 reflejo una disminución de 1.66 al igual que en los años 2012 y 2013 siendo para ambos años de 2.31 y 2.17 estos índices de rotación son menores ya que según Gitman 2007 argumenta que una rotación de inventario de 20.0 no sería raro para una tienda de abarrotes, en tanto que una rotación de inventario común para una empresa fabricante de aviones sería de 4.0, según con la teoría de Gitman como mínimo la rotación de inventario para la empresa de vinagre tiene que ser de 4.0 veces al año obteniendo para los tres años antes mencionados índices menores debido que la empresa presentó un aumento en los inventarios existentes en bodega lo cual fue provocado por un exceso de productos que no fueron entregados en el tiempo indicado, obteniendo la empresa vinagre S.A resultados irrazonables.

Razón	Formula	2011	2012	2013
Rotación de activos Totales.	<u>Ventas</u>	<u>3,095,000</u>	<u>3, 897,000</u>	<u>4,378,200</u>
	Total de Activos	2,107,304	2,214,610.75	3,885,834.51
		= 1.47	= 1.75	= 1.12

La empresa vinagre S.A. en el año 2011 presento un índice de actividad de 1.47, lo que se refiere a que dicha empresa vuelve a cambiar sus activos 1.47 veces al año, indicando que la empresa ha utilizado los activos de manera eficiente para generar ventas. Mientras que en el año siguiente hubo un aumento de 1.75 veces al año, es decir que para este año la empresa cambio sus activos 0.28 veces más que el del 2011 esto sigue demostrando mejoras en cuanto a la utilización de sus activos y se sigue manteniendo eficiente. Para el año 2013 presento una disminución considerable de 0.63 veces en el año, en cuanto al año anterior, presentando un índice de 1.12 veces al año, esta disminución se debió a una ineficiente utilización de los activos, es decir que no fueron utilizados de forma adecuada para generar ventas, ya que para este último año su índice fue bajo en comparación con los anteriores, Gitman argumenta que cuanto mayor es la rotación de los activos totales de la empresa mayor es la eficiencia con la que se han usado los activos. Es probable que esta medida sea muy importante para la administración porque indica que las operaciones de la empresa han sido eficientes financieramente dado que para la empresa Vinagre S.A ha cumplido con la rotación de sus activos aunque ha habido disminuciones en el último año.

Deuda

Razón	Formula	2011	2012	2013
Índice de endeudamiento	<u>Total de Activos</u>	<u>674,713.74</u>	<u>944,246</u>	<u>1,835,057.37</u>
	Total de Pasivos	2,107,304	2,214,610.75	3,885,834.51
		= 32.01%	= 42.63%	= 47.22%

En el año 2011, la empresa presentó un índice de endeudamiento de 32.01% , este valor indica que la empresa cuenta con dinero propio para seguirlo utilizando y así poder continuar con sus actividades, en cambio para el año 2012 presentó un incremento de 10.62% en comparación con el año anterior, resultando para el 2012 un índice de 42.63%, debido a que la empresa ha financiado sus activos con préstamos en instituciones bancaria, ya que cuanto más alto es el índice de apalancamiento, mayor es el grado de endeudamiento de la empresa, lo que significa de que la misma está utilizando dinero de sus acreedores para generar utilidades, esto indica de que la empresa está sobre endeudada, para el año siguiente la empresa presentó un índice de endeudamiento de 47.22% disminuyendo en 4.59% en comparación con el año anterior. Aunque la diferencia nos es muy notoria, Vinagre S.A. Sigue estando endeudada, como se había mencionado con anterioridad la empresa no está utilizando dinero propio y por ende tiene deudas de largo plazo. Resultando para los periodos del 2011 al 2013 índices altos de endeudamiento financiero, donde Gitman argumenta que cuanto más alto es el índice, mayor es el grado de endeudamiento de la empresa y por ende mayor su apalancamiento financiero.

Razón	Formula	2011	2012	2013
Apalancamiento financiero		<u>2,107,304.00</u>	<u>2,214,610.75</u>	<u>3,885,834.57</u>
	<u>Activo total</u>	1,432,590.26	1,270,364.75	2,050,777.14
	patrimonio	=1.47%	=1.74%	=1.84%

En el año 2011 el apalancamiento obtenido para la empresa vinagre S.A fue de 1.47%, aumentando en los años posteriores con 1.74% y 1.84% lo que indica que cada año los socios han invertido más en la empresa y los activos han aumentado debido a los activos corrientes como clientes aumentando las cuentas por cobrar y banco, estos porcentaje indican que el apalancamiento financiero obtenido por la empresa es Irrazonable.

RENTABILIDAD

Razón	Formula	2011	2012	2013
Margen de utilidad bruta	$\frac{\text{Utilidad bruta}}{\text{ventas}}$	$\frac{2,515,997}{3,095,000} = 81.29\%$	$\frac{3,215,820}{3,897,000} = 82.52\%$	$\frac{3,458,607}{4,378,200} = 79.99\%$

En el estado de perdida y ganancia de tamaño común el margen de utilidad bruta obtenida en el 2011 fue de 81.29% por cada córdobas vendido después de haber pagado costos de ventas, en el año 2012 se obtuvo un aumento en utilidad bruta de 1.23% siendo para el 2012 del 82.52%, pero en el año 2013 la utilidad disminuyo en 2.53% obteniendo un margen bruto del 79%.

Se puede notar como en los años 2011 y 2012 se obtuvo un margen de utilidad bruta razonable, debido a los bajos costos de producción y altas ventas ,aunque en el año 2013 el porcentaje fue menor con respecto a los años anteriores, no disminuyó excesivamente puesto que el aumento en las ventas compensaron el incrementos de los costos de producción para el año 2013, Gitman dice que cuanto más alto es el margen de utilidad bruta es mejor , (es decir es menor el costo relativo de la mercancía vendida).

Razón	Formula	2011	2012	2013
margen de utilidad operativa	$\frac{\text{Utilidad operativa}}{\text{ventas}}$	$\frac{748,185.50}{3,095,000} = 24.17\%$	$\frac{160,820}{3,897,000} = 4.12\%$	$\frac{132,647.97}{4,378,200} = 3.02\%$

En el año 2011 el margen de utilidad operativa obtuvo un índice de 24.17% mayor que el año 2012 que obtuvo una disminución del 20.05% obteniendo para ese año un margen de 4.12% y en el año 2013, siguió disminuyendo al 1.1% en comparación al año anterior, debido a que los gastos operativo fueron más altos, aunque en los años 2013 la ventas fueron mayores que los años anteriores, pero los gastos de ventas y administración aumentaron disminuyendo así la utilidad operativa de dicho año según Gitman el margen de utilidad operativa mide el porcentaje de cada dólar de ventas que queda después de que se dedujeron todos los costos y gastos excluyendo los intereses, e impuesto, representan las “utilidades puras” ganadas sobre cada dólar de ventas. La utilidad operativa es pura porque mide sola la utilidad ganada en las operaciones e ignora los intereses e impuestos, es preferible un margen de utilidad operativa alto. Según la teoría Vinagre S.A presenta margen de utilidad operativa menores para los años 2012 y 2013.

Razón	Formula	2011	2012	2013
margen de utilidad neta	$\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{ventas}}$	$\frac{523,729.85}{3,095,000} = 16.92\%$	$\frac{112,578}{3,897,000} = 2.88\%$	$\frac{92,853.57}{4,378,200} = 2.12\%$

En el año 2011 obtuvo un margen de 16.92% de utilidad neta y en el 2012 disminuyó un 14.08% resultando un margen de 2.88% presentando porcentajes irrazonables debido al alto índice de los gastos operativos, pero en el año 2013 el margen de utilidad neta disminuyó un 2.12% y con una diferencia de 0.76% con respecto al año anterior, Gitman argumenta que el margen de utilidad neta es una medida comúnmente referida que indica el éxito de la empresa con respecto a las ganancias obtenidas de las ventas los márgenes de utilidad neta "adecuado" difieren considerablemente entre las industrias. Un margen de utilidad neta de 1% o menos no sería raro para una tienda de abarrotes, en tanto que un margen de utilidad neta del 10% sería bajo para una joyería

De acuerdo con la teoría vinagre S.A es una empresa que debe estar entre los rangos mayores al 10%, según los porcentajes que revelan que la empresa posee utilidades brutas razonables debido a las buenas ventas de los periodos, pero que sus gastos hacen que el porcentaje de utilidad neta disminuya para el 2012 y 2013.

Razón	Formula	2011	2012	2013
ROA		<u>523,729.85</u>	<u>112,578</u>	<u>92,853.57</u>
	<u>Utilidad neta</u>	2,107,304	2,214.610	3,885,834.57
	Total activo	= 24.85%	= 5.08%	= 2.38%

El rendimiento de activos totales de la empresa vinagre S.A en el año 2011 obtuvo un porcentaje de 24.85%, centavos sobre cada córdoba e inversión en activos resultando una diferencia de 19.77%, siendo para el año 2012 del 5.08%, sin embargo en el 2013 hubo una disminución del 2.38%, obteniendo una diferencia de 2.7% con respecto al año anterior, debido a una ineficiencia en el control de gestión por parte del administrador en el manejo de los activos para generar utilidades.

Según Gitman el ROA mide la eficacia general de la administración para generar utilidades con sus activos disponibles, cuanto más alto es el rendimiento sobre los activos totales de la empresa es mejor, y basado en la teoría Vinagre S.A revela que el primer año hubo una buena administración de los activos disponibles y en los años posteriores se obtuvo menores rendimientos debido a una administración ineficiente.

Razón	Formula	2011	2012	2013
ROE		<u>523,729.85</u>	<u>112,578</u>	<u>92,853.57</u>
	<u>Utilidad neta</u>	1,434,590.26	1,270,364.75	2,050,777
	patrimonio	= 36.50%	= 8.86%	= 4.52%

Según la utilidad neta entre el capital contable de la empresa vinagre S.A en el año 2011 se obtuvo un retorno sobre el patrimonio de 36.50% centavos ganados sobre cada córdoba para los accionistas disminuyendo en 24.64 % en el año 2012 obteniendo un retorno 8.86% esto se debió a una disminución en las utilidades netas y el capital, en el año 2013 siguió disminuyendo siendo un 4.34% con respecto al año anterior siendo su retorno ROE de 4.52% para dicho año aunque el capital invertido aumento las utilidades disminuyeron debido al incremento de los gastos operativos.

Dicho Gitman argumenta, que ROE mide el retorno ganado sobre la inversión de los accionistas comunes en la empresa. Generalmente, cuanto más alto es este rendimiento más ganan los propietarios, lo que revela para la empresa Vinagre S.A que en el primer año las ganancias para los accionistas fueron beneficiosas, pero en los años siguientes hubo una reducción considerable

5.5 Análisis estático del balance general

Análisis de los activos

Descripción	año 2011	%	año 2012	%	Año 2013	%
Activos	2107,304.00	100%	2214,610.75	100%	3885,834.51	100%
Total de Activos Corrientes	1463,276.50	69%	1439,321.00	65%	2952,954.51	76%
Caja	46,998.90	2%	52,221.00	2%	123,942.55	3%
Banco	725,872.50	34%	535,095.50	24%	1090,113.75	28%
Clientes	315,000.00	15%	518,570.50	23%	897,500.00	23%
Estimación para cuentas incobrables	-63,000.00	-3%	-90,000.00	-4%	-139,500.00	-4%
Inventario	347,685.10	16%	293,834.00	13%	780,081.21	20%
Renta pagado por anticipado	90,720.00	4%	129,600.00	6%	200,880.00	5%
Total propiedad planta y equipo	507,120.00	24%	633,900.00	29%	824,070.00	21%
Equipo de reparto	480,000.00	23%	600,000.00	27%	780,000.00	20%
Depreciación del equipo de reparto	-96,000.00	-5%	-120,000.00	-5%	-156,000.00	-4%
Edificio	120,000.00	6%	150,000.00	7%	195,000.00	5%
depreciación del edificio	-24,000.00	-1%	-30,000.00	-1%	-39,000.00	-1%
Mobiliario y equipo de oficina	34,200.00	2%	42,750.00	2%	55,575.00	1%
Depreciación Acumulada	-7,080.00	0%	-8,850.00	0%	-11,505.00	0%
Total de Activo Diferido	34,357.50	2%	38,175.00	2%	45,810.00	1%
enseres menores	8,437.50	0%	9,375.00	0%	11,250.00	0%
Papelería	25,920.00	1%	28,800.00	1%	34,560.00	1%
Total Activos Intangibles	102,550.00	5%	103,214.75	5%	63,000.00	2%
Marca y patente	25,920.00	1%	86,714.75	4%	43,200.00	1%
Registro Sanitario	8,437.50	0%	4,500.00	0%	5,400.00	0%
Gastos Constitucionales	13,500.00	1%	15,000.00	1%	18,000.00	0%
Amortización de Gastos Construccionales	-2,700.00	0%	-3,000.00	0%	-3,600.00	0%

Los activos Corrientes de la empresa Vinagre S.A. para el año 2011 presentaron un 69% de sus activos corrientes, se puede apreciar que para el siguiente año hubo una disminución de 4%, ya que para el 2012 presento un promedio de 65%, debido a un aumento de la cuenta de banco y disminución en la cuenta de clientes, disminuyendo también sus inventarios, dicha disminución en la cuenta de clientes se debió a que la mayoría de los productos fueron vendidos de contado. En el año 2013, aumento notoriamente el activo corriente, siendo este del 11%, en comparación al año anterior, pasando de 65% en el 2012 a 76% para el 2013, indicando así un aumento del inventario, incrementando la cantidad de productos existentes en bodega debido a que una parte de los productos no fueron terminados en tiempo y forma, mientras que la otra cantidad de productos se vendieron de contado para este año se mantuvo el número de cuentas por cobrar, ya que siempre se están vendiendo los productos de contado.

Para el total de Propiedad Planta y Equipos en el año 2011, obtuvo un promedio de 24%, mientras que en el año 2012, aumentó un 5%, siendo para el este año de 29%, esto se debió a pagos excesivos de combustible, reparaciones que se hicieron al equipo de reparto, resultando una disminución del 8%, ya que para este año se obtuvo un promedio de 21%, lo que significa de que empresa logro estabilizar los gastos que incurren en el equipo de reparto y de igual manera en las otras cuentas antes mencionadas, ya que aparentemente la empresa para contaba con mayor disponibilidad para dicho año.

Análisis de los Pasivos

Pasivos	674,713.74	32%	944,246.00	43%	1835,057.37	47%
Proveedores	180,600.00	9%	320,000.00	22%	692,831.58	18%
IR por pagar	224,455.65	11%	48,246.00	2%	39,794.29	1%
Impuesto por pagar	248,778.09	12%	540,000.00	24%	954,415.74	25%
Alcaldía por pagar	20,880.00	1%	36,000.00	2%	148,015.72	4%

La cuenta de pasivos para el año 2011 es de 32%, mientras que para el 2012 aumento un 11%, pasando del 32% al 43% para el 2012, lo que significa que las obligaciones de la empresa aumentaron, obteniendo para el 2013 un aumento del 4% más para este año, ya que para el 2013 su promedio es del 47%, indicando un endeudamiento de la empresa con sus proveedores y alto porcentaje de impuestos por pagar, lo cual indica de que la empresa no está cancelando sus impuestos en el periodo establecido por la DGI.

Análisis del Capital

Capital Contable	1432,590.26	68%	1270,364.75	57%	2050,777.16	53%
Marca y patente	85,000.00	4%	86,714.75	4%	43,200.00	49%
Capital Social	823,860.41	39%	1071,076.00	48%	1914,723.58	49%
Utilidad del ejercicio	523,729.85	25%	112,574.00	5%	92,853.58	2%
patrimonio + pasivo		100%		100%		100%

Para el año 2011 el capital de la empresa es de 68%, mientras que para el año siguiente mostro una disminución del 11%, siendo para el 2012 del 57%, indicando a su vez una disminución en sus utilidades, para el 2013 la empresa Vinagre S.A. sigue disminuyendo su capital, obteniendo para este año un promedio de 53% disminuyendo en un 5% con respecto al año anterior. Esto quiere decir que la empresa, sigue disminuyendo sus utilidades y por ende la empresa cuenta con poco capital contable.

5.6 Análisis dinámico del balance general

Análisis de los Activos

				Variación	variación	variación	variación
	31/12/2011	31/12/2012	31/12/2013	Absoluta	absoluta	Relativa	relativa
				2011 al 2012	2012 al 2013	%	%
Descripción						(2011/1012)	2012/2013)
Activos	2107,304.00	2214,610.75	3885,834.57	107,306.75	1671,223.82	5%	75%
Total de Activos Corrientes	1463,276.50	1439,321.00	2952,954.57	-23,955.50	1513,633.57	26%	105%
Caja	46,998.90	52,221.00	123,942.55	5,222.10	71,721.55	11%	137%
Banco	725,872.50	535,095.50	1090,113.75	-190,777.00	555,018.25	-26%	104%
Clientes	315,000.00	518,570.50	897,500.00	203,570.50	378,929.50	65%	73%
Estimación para cuentas incobrables	-63,000.00	-90,000.00	-139,500.00	-27,000.00	-49,500.00	43%	55%
Inventario	347,685.10	293,834.00	780,081.27	-53,851.10	486,247.27	-15%	165%
Renta pagado por anticipado	90,720.00	129,600.00	200,880.00	38,880.00	71,280.00	43%	55%
Total propiedad planta y equipo	507,120.00	633,900.00	824,070.00	126,780.00	190,170.00	163%	30%
Equipo de reparto	480,000.00	600,000.00	780,000.00	120,000.00	180,000.00	163%	30%
Depreciación del equipo de reparto	-96,000.00	-120,000.00	-156,000.00	-24,000.00	-36,000.00	25%	30%
Edificio	120,000.00	150,000.00	195,000.00	30,000.00	45,000.00	163%	30%
depreciación del edificio	-24,000.00	-30,000.00	-39,000.00	-6,000.00	-9,000.00	25%	30%
Mobiliario y equipo de oficina	34,200.00	42,750.00	55,575.00	8,550.00	12,825.00	25%	30%
Depreciación Acumulada	-7,080.00	-8,850.00	-11,505.00	-1,770.00	-2,655.00	25%	30%
Total de Activo Diferido	34,357.50	38,175.00	45,810.00	3,817.50	7,635.00	11%	20%
enseres menores	8,437.50	9,375.00	11,250.00	937.50	1,875.00	11%	20%
Papelería	25,920.00	28,800.00	34,560.00	2,880.00	5,760.00	11%	20%
Total Activos Intangibles	102,550.00	103,214.75	63,000.00	664.75	40,214.75	1%	39%
Marca y patente	25,920.00	86,714.75	43,200.00	60,794.75	-43,514.75	235%	-50%
Registro Sanitario	8,437.50	4,500.00	5,400.00	-3,937.50	900.00	-47%	20%
Gastos Constitucionales	13,500.00	15,000.00	18,000.00	1,500.00	3,000.00	11%	20%
Amortización de Gastos Constitucionales	-2,700.00	-3,000.00	-3,600.00	-300.00	-600.00	11%	20%

La empresa Vinagre S.A. en los periodos del 2011 al 2012 , su variación absoluta es de C\$ 107,306.75, obteniendo una variación relativa del 5%, lo cual significa de que la empresa no posee suficientes disponibilidades, ya que la cuenta de clientes según la variación relativa es de 65%, demostrando de que la empresa no cuenta con dinero en efectivo, lo que significa de que la mayor parte de los productos vendidos fueron de crédito, en comparación con el periodo 2012 al 2013, del cual se obtuvo una variación absoluta de C\$ 1,671,223.82 y su variación relativa para este periodo es del 75%, mostrando un significativo aumento del 70%, indicando que la empresa aumento sus disponibilidades, porque para estos periodos aumento el promedio del banco a 104%, debido a que la empresa, para estos periodos, sus ventas fueron la mayor parte de contado, aunque como el inventario presento un aumento del 165% , lo cual significa que hay productos en existencia que no se han vendido, también tenemos de que las cuentas por cobrar presentaron un aumento no muy excesivo y se podría decir de que las ventas para estos periodos fueron en mayor cantidad de contado y un mínimo porcentaje de crédito, si bien es cierto como se había mencionado con anterioridad en cuanto a los inventarios, se dirá de que la empresa Vinagre S.A. para este periodo, incremento la cantidad de productos sin terminar en el tiempo indicado para su venta, y las que se lograron vender fueron en su mayoría de contado y el resto al crédito.

También tenemos que en el caso de la cuenta de propiedad planta y equipo, dichas cuentas se mantuvieron para el año 2011 al 2012 con promedios altos principalmente en las cuentas de equipo de reparto y edificio, mientras que mobiliario y equipo de oficina se lograron mantener con promedios mínimos, el aumento de las cuentas antes mencionadas se debió a un alto índice de gastos de combustible y reparaciones que se le hicieron al equipo de reparto y un aumento del alquiler del edificio. En cambio para los periodos del 2012 al 2013, se redujeron dichos gastos.

La empresa Vinagre S.A. para el periodo 2011 al 2012, muestra en las cuentas de activos diferidos una disminución en cuanto al otro periodo, lo que indica un correcto manejo en dichas cuentas, es muy probable que para el periodo 2012 al 2013, se aumentaron los gastos en administración, mientras que la cuenta de activos intangibles, muestra un aumento en marca y patente de 235%, el cual está indicando de que la empresa está gastando mucho en publicidad.

Análisis de los Pasivos

Pasivos	674,713.74	944,246.00	1835,057.43	269,532.26	890,811.43	40%	94%
Proveedores	180,600.00	320,000.00	692,831.58	139,400.00	372,831.58	77%	117%
IR por pagar	224,455.65	48,246.00	39,794.29	-	-8,451.71	-79%	-18%
Impuesto por pagar	248,778.09	540,000.00	954,415.74	291,221.91	414,415.74	117%	77%
Alcaldía por pagar	20,880.00	36,000.00	148,015.72	15,120.00	112,015.72	72%	311%

Los pasivos de la empresa siguen presentan un promedio para el primer periodo de 40%, en cambio para el segundo periodo obtuvo un aumento del 54% siendo este de 94% correspondiente a los periodos del 2012 al 2013, indicando para dichos periodo que la empresa está sobre endeudada, significando que no le han cancelado a los proveedores y debe impuestos a la DGI.

Análisis de Capital

Capital Contable	1432,590.26	1270,364.75	2050,777.14	-162,225.51	780,412.39	-11%	61%
Marca y patente	85,000.00	86,714.75	43,200.00	1,714.75	-43,514.75	2%	-50%
Capital Social	823,860.41	1071,076.00	1914,723.58	247,215.59	843,647.58	30%	79%
Utilidad del ejercicio	523,729.85	112,574.00	92,853.57	-411,155.85	-19,720.43	-79%	-18%

El capital de la empresa mostró una variación relativa de 11% para los periodos 2011 al 2012 y un aumento del 50%, obteniendo como resultado para el segundo periodo de 61%, debido a que para el primer periodo se obtuvo un porcentaje de variación relativa en las utilidades de 79%, el cual nos indica que hay un buen manejo, en cuanto a las operaciones de la empresa para generar utilidades, mientras que para el segundo periodo, del que resultó un 61% , es debido a que la empresa para dicho periodo no está generando utilidades, ya que presenta una variación relativa del 18% en las utilidades, para este periodo es probable de que la empresa está siendo ineficiente al utilizar los recursos de la empresa, dándose también un aumento de la variación relativa en la cuenta de marca y patente, lo que significa de que la empresa sigue gastando en demasiada publicidad.

A continuación se analizara el estado de pérdida y ganancias de la empresa vinagre S.A comprendidos en los periodos 2011 al 2013, mediante la utilización de los análisis dinámicos y estáticos.

A continuación se realizo el debido análisis estático y dinámico del estado de perdida y ganancia de la empresa vinagre S.A, para poder conocer su comportamiento tomando datos de variación absoluta y relativa.

5.7 Análisis estático del estado de pérdida y ganancia

Descripción	31/12/2011	%	31/12/2012	%	31/12/2013	%
Ventas	3095,000	100%	3897,000	100%	4378,200	100%
Costo de Producción	579,003.00	19%	681,180.00	17%	919,593	21%
Utilidad Bruta	2515,997.00	81%	3215,820.00	83%	3458,607	79%

En el año 2011 se obtuvo un porcentaje de 81% de las utilidades brutas sobre las ventas debido a los bajos costos de materia prima y se puede notar como aumento las utilidades para el año 2012 con un porcentaje de 83%, es decir que aumento un 2% en comparación al año anterior, pero en el año 2013 disminuyó la utilidad bruta puesto que la materia prima aumento de precio y por ende los costos de producción, obteniendo una utilidad bruta de 79% aunque las ventas para ese año fueron mayores, es decir que aunque haya disminuido sus utilidades en este periodo, la empresa se está beneficiando porque los porcentajes los costos no son irrazonables.

Análisis de los gastos operativos

Gastos Operativos	1767,811.50	57%	3055,000	78%	3325,959.03	76%
Gastos de ventas	798,098.70	26%	1780,000	46%	1853,204.45	42%
Gastos de administración	969,712.80	31%	1275,000	33%	1472,754.58	34%

Los gastos operativos en relación a las ventas del año 2011 sumaron un 57% de los gastos de ventas y administración, pero en el año 2012 y 2013 aumentaron notoriamente con 78% y 76% respectivamente del total de las ventas, se observa que los gastos de ventas y administración en los dos años son más altos aunque hubo una disminución del 2% en el 2013 con respecto al 2012, estos aumentos en los dos últimos años se debe a una incorrecta gestión operativa y tomas de decisiones erróneas que están afectando a las empresas en cuanto a sus utilidades operativas.

Análisis de la utilidad antes de impuesto

Utilidad antes de IR	748,185.50	24%	160,820.00	4%	132,647.97	3%
IR 30%	224,455.65	7%	48,246.00	1%	39794.39	1%
Utilidad Neta	523,729.85	17%	112,574.00	3%	92,853.58	2%

En esta empresa un 24% representan las utilidades antes del impuesto sobre las ventas en el año 2011, disminuyendo significativamente en el año 2012 con un 4% y en el año 2013 fue de 3% el cual significa que los gastos operativos han afectado en gran manera a dicha empresa.

Reflejando en las utilidades netas en el periodo 2011 el porcentaje obtenido fue del 17% debido a los bajos costos de producción y razonable porcentaje de utilidad bruta, pero en el año 2012 las utilidades netas disminuyeron un 3 % aunque los costos de producción hayan disminuido los gastos operativos aumentaron, de igual manera siguió disminuyendo en el año 2012 con un porcentaje de 2%.

Esto indica que la empresa no está obteniendo resultados positivos de utilidad bruta debido a tomas de decisiones erróneas por parte del administrador.

5.8 Análisis dinámico del estado de pérdida y ganancia

Análisis de las ventas

				Variación	Variación	Variación	Variación
				Absoluta	Absoluta	Relativa	Relativa
						%	%
Descripción	31/12/2011	31/12/2012	31/12/2013	(2011 al 2012)	(2012 al 2013)	2011/2012	2012/2013
Ventas	3095,000.00	3897,000.00	4378,200.00	802,000.00	481,200.00	26%	12%
Costo de Producción	579,003.00	681,180.00	919,593.00	102,177.00	238,413.00	18%	35%
Utilidad Bruta	2515,997.00	3215,820.00	3458,607.00	699,823.00	242,787.00	28%	8%

En cuanto a las ventas en el año 2011 se obtuvo 3,095,000 y en el año 2012 las ventas fueron de 3,897,000 aumentando en el año 2013 a 4,378,200 dando como resultado una variación absoluta del año 2011 al 2012 de 802,000 y del año 2012 al 2013 La variación absoluta fue de 482,200 y la variación relativa en el año 2011 y 2012 representaron un 26% de variación relativa lo que significa que hubo mayor producción y demanda en las ventas de dichos periodos y un 12% entre los años 2012 al 2013 debido a que se vendió mas pero al crédito .

En cuanto a las utilidades brutas del 2011 al 2012 presentaron un aumento del 18% debido a que los costos de producción no fueron elevados en comparación a los años 2012 y 2013 que aumentaron en un 35% obteniendo como utilidad bruta un 8%

Análisis de los gastos operativos

Gastos Operativos	1767,811.50	3055,000.00	3325,959.03	1287,188.50	270,959.03	73%	9%
Gastos de ventas	798,098.70	1780,000.00	1853,204.45	981,901.30	73,204.45	123%	4%
Gastos de administración	969,712.80	1275,000.00	1472,754.58	305,287.20	197,754.58	31%	16%

En cuanto a los gastos operativos se ha notado como cada año desde el 2011 al 2013 ha ido aumentando de 1, 767,811.50 a 3, 325,959.03 en cuanto a las ventas y gastos de administración, con variación absoluta del año 2011 al 2012 de 1, 287,188.50 y en el año 2012 al 2013 de 270,959.03 pero en el año 2012 y 2013 los gastos de venta y administración aumentaron significativamente. Este aumento de los gastos de producción se debe a lo siguiente:

- La empresa cuenta con porcentaje alto de personal en el área de producción
- Aumento de salario en el área de administración

Es decir que la empresa no cuenta con un adecuado control por parte del administrador en cuanto a la utilización de sus recursos.

Análisis de utilidades

Utilidad antes de IR	748,185.50	160,820.00	132,647.97	(587,365.50)	(28,172.03)	-79%	-18%
IR 30%	224,455.65	48,246.00	39,794.39	(176,209.65)	(8,451.61)	-79%	-18%
Utilidad Neta	523,729.85	112,574.00	92,853.58	(411,155.85)	(19,720.42)	-79%	-18%

Un -79% es el resultado de la variación absoluta de utilidad antes del impuesto en el año 2011 al 2012 de la empresa vinagre S.A y un porcentaje más bajo aun en el año 2012 al 2013 de -18% es decir que disminuyo en 31% en comparación a los años anteriores. En cuanto a las utilidades netas se disminuyo del 2011 al 2013 de 523,729.85 a 92,853.58 esto significa que la empresa no está creciendo como esperan los socios debido a los porcentajes irrazonables de gastos operativos que presenta la empresa.

Debido a los porcentajes altos de gastos operativos que ha ido presentando en la empresa continuación se detallaran las cuentas de gastos de ventas y administración.

5.9 Gastos Operativos para periodos 2011 al 2013 de la empresa Vinagre S.A.

Durante el ejercicio se efectuaron gastos con los siguientes datos: para el (año 2011) Propaganda: C\$85,000.00, sueldos del personal C\$233,098.00, transporte C\$480,000.00, sueldos del personal de administración C\$778,988.35, papelerías y útiles de oficina C\$64,395.00, consumo de luz(oficina) C\$126,329.45, en el año 2012 propaganda: C\$86,814.75, sueldos del personal de producción C\$1,093,285.25, transporte C\$600,000.00, sueldos del personal de administración 902,587.50, papelería y útiles de oficina C\$71,550.00, consumo de luz (oficina) C\$300,962.50 y para el año 2013 se gasto en propaganda: C\$43,200.00, sueldos del personal de producción C\$1,036,964.45, transporte 780,000.00, sueldos del personal de admón. C\$1, 036,964.69, papelería y útiles de oficina C\$90,135.00.

5.10 Tabla de distribución de los gastos operativos de la empresa Vinagre S.A.

DESCRIPCION	Año 2011	Año 2012	Año 2013
Gastos de ventas			
Propaganda	C\$ 85,000.00	C\$ 86,714.75	C\$ 43,200.00
Sueldos del personal de producción	233,098.70	1,093,285.25	1,030,004.45
Transporte	480,000.00	600,000.00	780,000.00
Total	C\$ 798,098.70	C\$ 1,780,000.00	C\$ 1,853,204.45
Gastos Administrativos			
Sueldos del personal de Admón.	C\$ 778,988.35	C\$ 902,587.50	C\$ 1,036,964.69
Papelería y Útiles de		71,550.00	90,135.00

oficina.	64,395.00		
Consumo de Luz de oficina.	126,329.45	300,862.50	345,654.89
Total	C\$ 969,712.80	C\$ 1,275,000.00	C\$ 1,472,754.58
Total gastos operativos	C\$ 1,758,811.5	C\$ 3,055,000	C\$ 3,325,959.03

5.11 Análisis de los gastos operativos

Según la utilización de las distintas herramientas de razones y análisis financieros practicados en el presente caso se ha determinado que la empresa Vinagre S.A presenta gastos operativos demasiado altos en los años 2012 y 2013, obteniendo un aumento excesivo, principalmente en los sueldos, tanto del personal de ventas y administración. Teniendo en el departamento de ventas un total de 50 empleados en el área de empaque, el equipo de reparto o transporte, está gastando demasiado en combustible y se la han hecho muchas reparaciones a los vehículos durante los dos últimos años, al igual que la propaganda en radios es demasiada, ya que esta empresa se anuncia en varias emisoras.

Para los gastos de administración, se encontró que dicha empresa, presenta sueldos muy altos para el personal administrativo, se encontró también de que se está comprando mucha papelería y útiles de oficina que son innecesarias y aparentemente, el personal de administrativo consume demasiada energía eléctrica, pueda ser de que en horas laborales hablan demasiado por teléfono y al parecer utilizan las computadoras para su propio beneficio, ocupándolas en tiempos no laborables.

Se le sugiere a la Gerencia de que puede realizar un recorte de personal, para ambos departamentos, reducir los gastos para dichas áreas, tomar mejores decisiones en cuanto al manejo de los activos fijos de la empresa, para que de esta manera dicha empresa no siga presentando problemas de gastos operativos, logrando una disminución en los mismos y por ende aumentando sus utilidades, así de tal forma que dicha empresa pueda ser más eficiente y generar mayores ingresos, logrando la eficiencia y la eficacia en cuanto al buen manejo de sus activos para generar utilidades.

5.12 Conclusiones de las razones financieras utilizadas para el análisis de la empresa Vinagre S.A comprendida en el periodo 2011 al 2013.

Liquidez

La liquidez general de la empresa presenta índices aceptables según los rangos establecidos para dicha empresa, aunque en los dos últimos años presento una disminución debido a una ineficiente administración financiera.

Actividad

La rotación de inventario de la empresa vinagre S.A es inferior a los rangos establecidos de acuerdo a la teoría de Gitman, debido a un exceso de productos no terminados presentando problemas con el inventario, en cuanto a la rotación de activos han sido manejados eficientemente aunque en el 2013 se disminuyó con respecto al 2013.

Deuda

El endeudamiento de esta empresa aumento consecutivamente en el periodo del 2011 al 2013, esto es alarmante para dicha empresa puesto que está prestando dinero prestado para poder cumplir con sus obligaciones de pago y a

la vez generar utilidades, esto ha ocasionado un deterioro en la capacidad de pagar sus deuda en forma adecuada y a su vez aumentando el apalancamiento financiero

Rentabilidad

La Rentabilidad Vinagre S.A con respecto a las ventas del 2012 presento un aumento en el margen de su utilidad bruta con respecto al año anterior y de igual forma al año siguiente, en cuanto al margen de utilidad operativa a presentado una disminución en los dos últimos años debido a un aumento en los gastos operativos (admón. y venta), afectando el margen de utilidad neta en los años 2011 al 2013.

El rendimiento sobre los activos totales (ROA) de esta empresa en los últimos años ha disminuido debido a una ineficiente utilización de sus activos para generar utilidades, en cuanto al rendimiento sobre el capital (ROE) en los años 2011 al 2013 han disminuido las ganancias para cada accionista, debido a un mal manejo de sus utilidades ya que cada año estos van descendiendo.

VI. CONCLUSIÓN

Se ha concluido en el presente trabajo que al determinar las distintas herramientas de razones financieras para la empresa Vinagre S.A., se logró un análisis de los estados financieros mediante la utilización de dicha herramientas, y al aplicar los distintos conceptos de razones financieras, se obtuvo resultados aceptables en algunas de las razones financieras aplicadas a la empresa.

También al exponer las distintas herramientas de análisis financiero se realizaron los análisis estático y dinámico a los estados financieros de la empresa vinagre S.A en donde se obtuvo resultados razonables en algunos datos; este análisis le permitirá a la administración tomar mejores decisiones que serán de grandes beneficios para la misma.

Al sistematizar la información sobre gastos operativos y el uso de las distintas herramientas de razones y análisis , en los estado financieros de la empresa se encontró, problemas de una ineficiente administración financiera, ya que los gastos operativos para los dos últimos años presentaron un incremento, debido a que hay mucho personal en área de producción y los gastos administrativos están siendo demasiados elevados, el cual se sugiere al gerente de la empresa llevar un mejor control de los gastos de ventas y administrativos, específicamente en que realice un recorte de personal del área de producción y reduzca los gastos de administrativos.

Mediante el desarrollo del caso práctico y habiendo realizado todos los análisis correspondientes (análisis estático y dinámico, también análisis de las razones) se llegó a la conclusión de que la empresa en los dos últimos periodos no está siendo rentable, es decir que no es sostenible en el mercado y por ende la empresa se ve afectada en cuanto a sus utilidades e inversiones, debido a toma de decisiones inadecuadas. Se recomienda a los accionistas de la



empresa, tomar mejores decisiones en el momento de invertir en la elaboración de los productos y llevar un mejor control de los gastos operativos al administrador, para que así, la empresa Vinagre S.A. logre aumentar su rentabilidad financiera, de tal manera que pueda ser rentable y sostenible en próximos años.

VII. BIBLIOGRAFIA

- 1) Brealey Myers y Allen. (2006) principios de finanzas corporativas (8va edición) chile, editorial Mc. Graw Hill.
- 2) CP. José Carlos Cardoso C. (1993) el Consejo de Administración y el comisario profesional(una Estrategia de la Empresa media para enfrentar el futuro)
- 3) Ehrhardt Michael C; Brigham, Eugene. (2007) Finanzas Corporativas. Cengage, Learning Editor pp.672
- 4) Gitman, Laurence J (1986). Fundamentos de Administración Financiera (10ma edición)
- 5) Gitman, Laurence J. (2003). Principios de Administración Financiera. (10ma edición), México: pearson educación.
- 6) Gitman, Laurence J (2006). Fundamentos de Administración Financiera (10ma edición)
- 7) Gitman , Laurence J (2007) principios de administración Financiera (10ma edición)
- 8) Orozco, Mirla Yolanda. (1998). “las finanzas en las tomas de decisiones con respecto a la administración del capital de trabajo”.
- 9) Tesis – Maestría en finanzas (2009) Análisis Financiero Restaurante Pollo Rico , aeropuerto – estudio de caso
- 10) Tesis- Maestría en finanza (2013) Rentabilidad Financiera Distribuidora Armos- estudio de casos.
- 11) Http// Definición del Gasto –de- Operación/
- 12) Http// [www.definicion abc.com](http://www.definicionabc.com)
- 13) Http// Definición mv / Gastos Operacionales
- 14) www.Crecenegocios.Com / la Rentabilidad- de – una Empresa/



VII. ANEXOS

Vinagre S.A
Estado de situación financiera
Al 31 de diciembre del 2011
(Expresado en miles de córdobas)

Descripción	31/12/2011
Total de Activos Corrientes	C\$ 1463,276.50
Caja	46,998.90
Banco	725,872.50
Clientes	315,000.00
Estimación para cuentas incobrables	-63,000.00
Inventario	347,685.10
Renta pagado por anticipado	90,720.00
Total propiedad planta y equipo	C\$ 507,120.00
Equipo de reparto	480,000.00
Depreciación del equipo de reparto	-96,000.00
Edificio	120,000.00
depreciación del edificio	-24,000.00
Mobiliario y equipo de oficina	34,200.00
Depreciación Acumulada	-7,080.00
Total de Activo Diferido	C\$ 34,357.50
enseres menores	8,437.50
Papelería	25,920.00
Total Activos Intangibles	C\$ 102,550.00
Marca y patente	25,920.00
Registro Sanitario	8,437.50
Gastos Constitucionales	13,500.00
Amortización de Gastos Constitucionales	-2,700.00
Total Activos	C\$ 2,107,304.00
Pasivos	C\$ 674,713.74
Proveedores	180,600.00
IR por pagar	224,455.65
Impuesto por pagar	248,778.09
Alcaldía por pagar	20,880.00
Capital Contable	C\$ 1432,590.26
Marca y patente	85,000.00
Capital Social	823,860.41
Utilidad del ejercicio	C\$ 523,729.85

Tabla #1: Fuente propia de la Empresa

Vinagre S.A
Estado de resultado
Al 31 de diciembre del 2011
(Expresado en miles de córdobas)

Descripción	31/12/2011
Ventas	3095,000.00
Costo de Producción	579,003.00
Utilidad Bruta	C\$ 2515,997.00
Gastos Operativos	C\$ 1767,811.50
Gastos de ventas	798,098.70
Gastos de administración	969,712.80
Utilidad antes de IR	748,185.50
IR 30%	224,455.65
Utilidad Neta	C\$ 523,729.85

Tabla #2: Fuente propia de la Empresa

Vinagre S.A
Estado de situación financiera
Al 31 de diciembre del 2012
(Expresado en miles de córdobas)

Descripción	30/06/2012
Activos	C\$ 2, 214610.75
Total de Activos Corrientes	C\$1439,321.00
Caja	52,221.00
Banco	535,095.50
Clientes	518,570.50
Estimación para cuentas incobrables	-90,000.00
Inventario	293,834.00
Renta pagado por anticipado	129,600.00
Total propiedad planta y equipo	C\$633,900.00
Equipo de reparto	600,000.00
Depreciación del equipo de reparto	-120,000.00
Edificio	150,000.00
depreciación del edificio	-30,000.00
Mobiliario y equipo de oficina	42,750.00
Depreciación Acumulada	-8,850.00
Total de Activo Diferido	C\$38,175.00
enseres menores	9,375.00
Papelería	28,800.00
Total Activos Intangibles	C\$103,214.75
Marca y patente	86,714.75
Registro Sanitario	4,500.00
Gastos Constitucionales	15,000.00
Amortización de Gastos Constitucionales	-3,000.00
Activos	C\$2214,610.75
Pasivos	C\$944,246.00
Proveedores	320,000.00
IR por pagar	48,246.00
Impuesto por pagar	540,000.00
Alcaldía por pagar	36,000.00
Capital Contable	C\$1270,364.75
Marca y patente	86,714.75
Capital Social	1071,076.00
Utilidad del ejercicio	C\$112,574.00

Tabla #3: Fuente propia de la Empresa

Vinagre S.A
Estado de resultado
Al 31 de diciembre del 2012
(Expresado en miles de córdobas)

Descripción	31/12/2012
Ventas	3897,000.00
Costo de Producción	681,180.00
Utilidad Bruta	C\$ 3215,820.00
Gastos Operativos	C\$ 3055,000.00
Gastos de ventas	1780,000.00
Gastos de administración	1275,000.00
Utilidad antes de IR	160,820.00
IR 30%	48,246.00
Utilidad Neta	C\$ 112,574.00

Tabla #4: Fuente propia de la Empresa

Vinagre S.A
Estado de situación financiera
Al 31 de diciembre del 2013
(Expresado en miles de córdobas)

Descripción	31/12/2013
Total de Activos Corrientes	C\$ 2952,954.57
Caja	123,942.55
Banco	1090,113.75
Clientes	897,500.00
Estimación para cuentas incobrables	-139,500.00
Inventario	780,081.27
Renta pagado por anticipado	200,880.00
Total propiedad planta y equipo	C\$ 824,070.00
Equipo de reparto	780,000.00
Depreciación del equipo de reparto	-156,000.00
Edificio	195,000.00
depreciación del edificio	-39,000.00
Mobiliario y equipo de oficina	55,575.00
Depreciación Acumulada	-11,505.00
Total de Activo Diferido	C\$ 45,810.00
enseres menores	11,250.00
Papelería	34,560.00
Total Activos Intangibles	63,000.00
Marca y patente	43,200.00
Registro Sanitario	5,400.00
Gastos Constitucionales	18,000.00
Amortización de Gastos Constitucionales	-3,600.00
Activos	C\$ 3885,834.57
Pasivos	C\$ 1835,057.43
Proveedores	692,831.58
IR por pagar	39,794.29
Impuesto por pagar	954,415.74
Alcaldía por pagar	148,015.72
Capital Contable	C\$ 2050,777.14
Marca y patente	43,200.00
Capital Social	1914,723.58
Utilidad del ejercicio	C\$ 92,853.57

Tabla #5: Fuente propia de la Empresa

Vinagre S.A
Estado de resultado
Al 31 de diciembre del 2013
(Expresado en miles de córdobas)

Descripción	31/12/2013
Ventas	4378,200.00
Costo de Producción	919,593.00
Utilidad Bruta	C\$ 3458,607.00
Gastos Operativos	C\$ 3325,959.03
Gastos de ventas	1853,204.45
Gastos de administración	1472,754.58
Utilidad antes de IR	132,647.97
IR 30%	39,794.39
Utilidad Neta	C\$ 92,853.58

Tabla #6: Fuente propia de la Empresa

ESTADO DE RESULTADO
EMPRESA VINAGRE S.A
ANÁLISIS DINÁMICO

				variación	variación	variación	variación
	30/06/2011	30/06/2012	30/06/2013	2011 al 2012	2012 al 2013	%	%
Descripción						(2011/1012)	2012/2013)
Ventas	3095,000.00	3897,000.00	4378,200.00	802,000.00	481,200.00	26%	12%
Costo de Producción	579,003.00	681,180.00	919,593.00	102,177.00	238,413.00	18%	35%
Utilidad Bruta	2515,997.00	3215,820.00	3458,607.00	699,823.00	242,787.00	28%	8%
Gastos Operativos	1767,811.50	3055,000.00	3325,959.03	1287,188.50	270,959.03	73%	9%
Gastos de ventas	798,098.70	1780,000.00	1853,204.45	981,901.30	73,204.45	123%	4%
Gastos de administración	969,712.80	1275,000.00	1472,754.58	305,287.20	197,754.58	31%	16%
Utilidad antes de IR	748,185.50	160,820.00	132,647.97	-587,365.50	-28,172.03	-79%	-18%
IR 30%	224,455.65	48,246.00	39,794.39	-176,209.65	-8,451.61	-79%	-18%
Utilidad Neta	523,729.85	112,574.00	92,853.57	-411,155.85	-19,720.43	-79%	-18%

Tabla # 7: elaboración propia.

ESTADO DE RESULTADO
EMPRESA VINAGRE S.A
ANALISIS ESTATICO

Descripción	año 2011	%	año 2012	%	Año 2013	%
Ventas	3095,000.00	100%	3897,000.00	100%	4378,200.00	100%
Costo de Producción	579,003.00	19%	681,180.00	17%	919,593.00	21%
Utilidad Bruta	2515,997.00	81%	3215,820.00	83%	3458,607.00	79%
Gastos Operativos	1767,811.50	57%	3055,000.00	78%	3325,959.03	76%
Gastos de ventas	798,098.70	26%	1780,000.00	46%	1853,204.45	42%
Gastos de administración	969,712.80	31%	1275,000.00	33%	1472,754.58	34%
Utilidad antes de IR	748,185.50	24%	160,820.00	4%	132,647.97	3%
IR 30%	224,455.65	7%	48,246.00	1%	39,794.39	1%
Utilidad Neta	523,729.85	17%	112,574.00	3%	92,853.57	2%

Tabla #8: elaboración propia.

BALANCE GENERAL
EMPRESA VINAGRE S.A
ANÁLISIS DINÁMICO

	30/06/2011	30/06/2012	30/06/2013	variación 2011 al 2012	variación 2012 al 2013	variación %	variación %
Descripción						(2011/1012)	(2012/2013)
Activos	2107,304.00	2214,610.75	3885,834.57	107,306.75	1671,223.82	5%	75%
Total de Activos Corrientes	1463,276.50	1439,321.00	2952,954.57	-23,955.50	1513,633.57	26%	105%
Caja	46,998.90	52,221.00	123,942.55	5,222.10	71,721.55	11%	137%
Banco	725,872.50	535,095.50	1090,113.75	-190,777.00	555,018.25	-26%	104%
Clientes	315,000.00	518,570.50	897,500.00	203,570.50	378,929.50	65%	73%
Estimación para cuentas incobrables	-63,000.00	-90,000.00	-139,500.00	-27,000.00	-49,500.00	43%	55%
Inventario	347,685.10	293,834.00	780,081.27	-53,851.10	486,247.27	-15%	165%
Renta pagado por anticipado	90,720.00	129,600.00	200,880.00	38,880.00	71,280.00	43%	55%
Total propiedad planta y equipo	507,120.00	633,900.00	824,070.00	126,780.00	190,170.00	163%	30%
Equipo de reparto	480,000.00	600,000.00	780,000.00	120,000.00	180,000.00	163%	30%
Depreciación del equipo de reparto	-96,000.00	-120,000.00	-156,000.00	-24,000.00	-36,000.00	25%	30%
Edificio	120,000.00	150,000.00	195,000.00	30,000.00	45,000.00	163%	30%
depreciación del edificio	-24,000.00	-30,000.00	-39,000.00	-6,000.00	-9,000.00	25%	30%
Mobiliario y equipo de oficina	34,200.00	42,750.00	55,575.00	8,550.00	12,825.00	25%	30%
Depreciación Acumulada	-7,080.00	-8,850.00	-11,505.00	-1,770.00	-2,655.00	25%	30%
Total de Activo Diferido	34,357.50	38,175.00	45,810.00	3,817.50	7,635.00	11%	20%
enseres menores	8,437.50	9,375.00	11,250.00	937.5	1,875.00	11%	20%
Papelería	25,920.00	28,800.00	34,560.00	2,880.00	5,760.00	11%	20%
Total Activos Intangibles	102,550.00	103,214.75	63,000.00	664.75	40,214.75	1%	39%
Marca y patente	25,920.00	86,714.75	43,200.00	60,794.75	-43,514.75	235%	-50%
Registro Sanitario	8,437.50	4,500.00	5,400.00	-3,937.50	900	-47%	20%
Gastos Constitucionales	13,500.00	15,000.00	18,000.00	1,500.00	3,000.00	11%	20%
Amortización de Gastos Constitucionales	-2,700.00	-3,000.00	-3,600.00	-300	-600	11%	20%
Pasivos	674,713.74	944,246.00	1835,057.43	269,532.26	890,811.43	40%	94%
Proveedores	180,600.00	320,000.00	692,831.58	139,400.00	372,831.58	77%	117%
IR por pagar	224,455.65	48,246.00	39,794.29	-176,209.65	-8,451.71	-79%	-18%
Impuesto por pagar	248,778.09	540,000.00	954,415.74	291,221.91	414,415.74	117%	77%
Alcaldía por pagar	20,880.00	36,000.00	148,015.72	15,120.00	112,015.72	72%	311%
Capital Contable	1432,590.26	1270,364.75	2050,777.14	-162,225.51	780,412.39	-11%	61%
Marca y patente	85,000.00	86,714.75	43,200.00	1,714.75	-43,514.75	2%	-50%
Capital Social	823,860.41	1071,076.00	1914,723.58	247,215.59	843,647.58	30%	79%
Utilidad del ejercicio	523,729.85	112,574.00	92,853.57	-411,155.85	-19,720.43	-79%	-18%

Tabla # 9: elaboración propia

BALANCE GENERAL
EMPRESA VINAGRE S.A
ANÁLISIS ESTÁTICO

Descripción	año 2011	%	año 2012	%	Año 2013	%
ACTIVOS	2107,304.00	100%	2214,610.75	100%	3885,834.51	100%
Total de Activos Corrientes	1463,276.50	69%	1439,321.00	65%	2952,954.51	76%
Caja	46,998.90	2%	52,221.00	2%	123,942.55	3%
Banco	725,872.50	34%	535,095.50	24%	1090,113.75	28%
Clientes	315,000.00	15%	518,570.50	23%	897,500.00	23%
Estimación para cuentas incobrables	-63,000.00	-3%	-90,000.00	-4%	-139,500.00	-4%
Inventario	347,685.10	16%	293,834.00	13%	780,081.21	20%
Renta pagado por anticipado	90,720.00	4%	129,600.00	6%	200,880.00	5%
Total propiedad planta y equipo	507,120.00	24%	633,900.00	29%	824,070.00	21%
Equipo de reparto	480,000.00	23%	600,000.00	27%	780,000.00	20%
Depreciación del equipo de reparto	-96,000.00	-5%	-120,000.00	-5%	-156,000.00	-4%
Edificio	120,000.00	6%	150,000.00	7%	195,000.00	5%
depreciación del edificio	-24,000.00	-1%	-30,000.00	-1%	-39,000.00	-1%
Mobiliario y equipo de oficina	34,200.00	2%	42,750.00	2%	55,575.00	1%
Depreciación Acumulada	-7,080.00	0%	-8,850.00	0%	-11,505.00	0%
Total de Activo Diferido	34,357.50	2%	38,175.00	2%	45,810.00	1%
enseres menores	8,437.50	0%	9,375.00	0%	11,250.00	0%
Papelería	25,920.00	1%	28,800.00	1%	34,560.00	1%
Total Activos Intangibles	102,550.00	5%	103,214.75	5%	63,000.00	2%
Marca y patente	25,920.00	1%	86,714.75	4%	43,200.00	1%
Registro Sanitario	8,437.50	0%	4,500.00	0%	5,400.00	0%
Gastos Constitucionales	13,500.00	1%	15,000.00	1%	18,000.00	0%
Amortización de Gastos Constitucionales	-2,700.00	0%	-3,000.00	0%	-3,600.00	0%
Pasivos	674,713.74	32%	944,246.00	43%	1835,057.37	47%
Proveedores	180,600.00	9%	320,000.00	22%	692,831.58	18%
IR por pagar	224,455.65	11%	48,246.00	2%	39,794.29	1%
Impuesto por pagar	248,778.09	12%	540,000.00	24%	954,415.74	25%
Alcaldía por pagar	20,880.00	1%	36,000.00	2%	148,015.72	4%
Capital Contable	1432,590.26	68%	1270,364.75	57%	2050,777.16	53%
Marca y patente	85,000.00	4%	86,714.75	4%	43,200.00	49%
Capital Social	823,860.41	39%	1071,076.00	48%	1914,723.58	49%
Utilidad del ejercicio	523,729.85	25%	112,574.00	5%	92,853.58	2%
patrimonio + pasivo		100%		100%		100%

Tabla # 10: elaboración propia.

EMPRESAS COMERCIAL " VINAGRE S.A"				
RAZONES FINANCIERAS				
FORMULA		AÑOS		
		2011	2012	2013
RENTABILIDAD				
margen de utilidad bruta	$\frac{\text{utilidad bruta}}{\text{ventas}}$	81.29%	81.07%	78.99%
margen de utilidad operativa	$\frac{\text{utilidad operativa}}{\text{ventas}}$	57.11%	65.36%	75.96%
margen de utilidad neta	$\frac{\text{ganancias disponibles para los accionistas comunes}}{\text{ventas}}$	16.92%	11.01%	2.12%
rendimiento sobre los activos totales	$\frac{\text{ganancia disponible para los accionistas comunes}}{\text{total de activos}}$	24.85%	28.66%	2.38%
retorno sobre el patrimonio	$\frac{\text{ganancia disponible para los accionistas comunes}}{\text{capital en acciones comunes}}$	36.55%	48.98%	4.52%
LIQUIDEZ				
	$\frac{\text{liquidez corriente} - \text{activos corrientes}}{\text{pasivos corrientes}}$	2.16	1.52	1.6
razón rápida (prueba acida)	$\frac{\text{activos corrientes} - \text{inventarios}}{\text{pasivos corrientes}}$	1.65	1.21	1.18
ACTIVIDAD				
rotación de activos totales	$\frac{\text{ventas}}{\text{total de activos}}$	1.47	1.75	1.12
rotación de inventario	$\frac{\text{costo de ventas}}{\text{inventario}}$	1.66	2.31	1.17
DEUDA				
índice de endeudamiento	$\frac{\text{total de pasivos}}{\text{total de activos}}$	32.01%	42.63%	47.22%
apalancamiento financiero	$\frac{\text{activo total}}{\text{capital}}$	1.47%	1.74%	1.84%

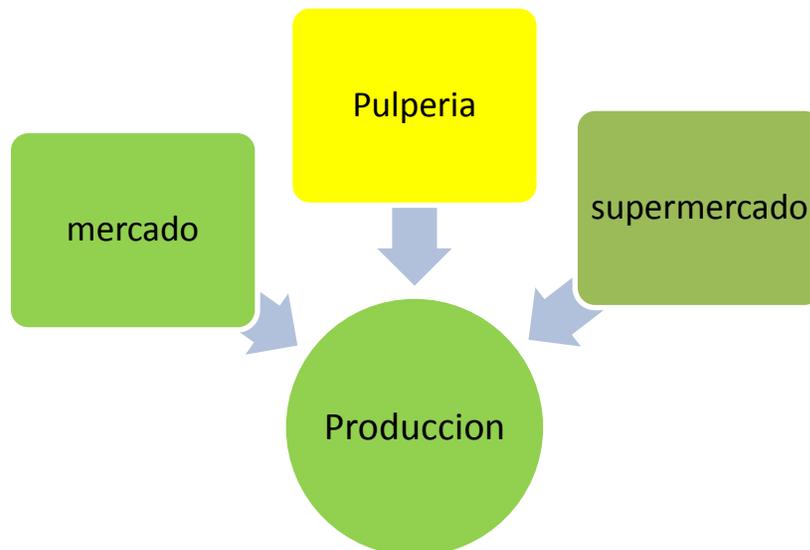
Tabla # 11: elaboración propia.

DISTRIBUCIÓN Y PUNTOS DE VENTAS EN NUESTRO MERCADO

Diseño del proceso.

Los canales de distribución serán desde nuestra producción hasta cada punto de ventas, de cada uno de nuestros clientes o sea nosotros producimos nuestro vinagre en el centro de fermentación y producción sacado de vinagre en las instalaciones centrales en Ometepe luego transportamos nuestro vinagre en camiones de Ometepe a Rivas luego a Managua a las diferentes puntos de ventas.

Imagen #1: Elaboración propia



Producción

Se encargara de poner las unidades de 750ml en posición de embarcación en nuestros camiones para ser distribuidos en Managua y demás departamentos.

Consumidor final

Los clientes recibirán el producto en sus envases con su lote marca y sello de seguridad en cada una de nuestras botellas

Promoción del producto.

Vender un nuevo producto puede resultar una tarea complicada, sobre todo si existen muchos productos similares en el mercado, los cuales los consumidores ya están comprando.

Pero una forma de captar dichos clientes que ya les están comprando a la competencia, es dándoles a probar gratuitamente nuestro producto; por ejemplo, degustaciones en centro comerciales supermercados y muestras gratis en misceláneas o pulperías.

Finalmente, otra forma de promocionar un producto que recién hemos lanzado al mercado sin necesidad de tener que invertir mucho dinero, consiste en la publicidad iniciada por nosotros mismo como socios de nuestro microempresa hablando de nuestro vinagre a amigos y familiares y demás compañeros.

Una buena manera de promocionar tu producto es a través de internet, sobre todo utilizando el poder de las redes Sociales. Facebook, twitter a través de ellas se puede llegar a muchísimas personas si utilizas la estrategia correcta. Ofertaremos el lanzamiento al mercado con la promoción de nuestro vinagre paga precio de 500ml y se lleva 750 ml.

Publicidad



Periódicos.

La publicidad en diarios es la que más ayuda a elegir un producto y el comercio donde adquirirlo. Una media de tres de cada cuatro usuarios potenciales de diez sectores de gran consumo son lectores habituales de diarios, y consideran que los anuncios en prensa les ayudan a elegir más que los de otros medios. Un promedio del 47,5% de los lectores de prensa se detiene habitualmente en los anuncios; un 16,9% ha visitado un comercio o comprado algún producto a raíz de ver un anuncio en la prensa.

Radio

La mayor parte de los hogares nicaragüense poseen radios y la mayoría de los vehículos es por eso decidimos un anuncio en la radio más sonada de los nicaragüense.

Las 20 emisoras más escuchadas en Managua --consumo global según encuesta ONAP hecha por INFO, S.A.-- son: 1) Radio Maranatha, 2) Radio Ya,

3) Radio Tigre, 4) Radio Romántica, 5) Mi Preferida, 6) Radio Corporación, 7) Radio Amor, 8) La Pachanguera, 9) La Musical, 10) La Picoso, 11) Salsa 98, 12) Estéreo Hit, 13) Radio Magic, 14) Radio Juvenil, 15) La Primerísima, 16) Estéreo Mía, 17) La Buenísima, 18) Joya FM, 19) Estrella del Mar, 20) Tropicalita. Como datos, tanto Radio Amor como Mi Preferida alcanzaron buenos puestos y sorprende no ver a la Sandino en los primeros lugares que ocupaba hace poco tiempo. Bueno, cosas del vaivén en el gusto popular.

Decidimos la publicidad en la radio maranatha y radio romántica .y en el periódico la prensa parte publicitaria

Volantes

El impacto de las volantes es muy fuerte atractivo de publicidad su contenido tiene que ser colorido ejemplo de nuestra volante vinagre 100% natural único en el mercado.

Promoción de ventas

Los objetivos de nuestra promoción de ventas son

- Estimular las ventas de productos establecidos.
- Atraer nuevos mercados.
- Ayudar en la etapa de lanzamiento del producto.
- Dar a conocer los cambios en los productos existentes.
- Aumentar las ventas en las épocas críticas.
- Atacar a la competencia
- Incrementar el tráfico en el establecimiento de nuestros productos vinagre 100% natural.

- Ayudar a aumentar la participación del mercado en el largo plazo
- Lograr la prueba de un producto nuevo
- Romper la lealtad de clientes de la competencia.

Cupones que otorgan a los compradores un ahorro cuando compran los productos ej. Con 6 etiquetas de nuestro vinagre llévese uno gratis

Descuentos: (por lo general momentáneo) al precio regular del producto; por lo cual, los consumidores logran un ahorro con respecto al precio normal del producto. Ej. Ofrecemos el 10% de descuento en la compra de nuestro vinagre de 750ml por más de tres botellas.

Muestras gratuitas: Son ofrecimientos de una cantidad pequeña de un producto para probarlo. Es una manera de lograr que un cliente potencial pruebe el producto, ya sea gratis o mediante el pago de una suma mínima.

Concursos o sorteos: Son aquellas actividades que proporcionan a los consumidores la oportunidad de ganar algo, como dinero en efectivo, viajes o mercancía, sea por medio de concursos entre los clientes Ej. Se realizara un paseo en Barceló monte limar para premiar la fidelidad de nuestros clientes con derecho a un acompañante por dos noches en Barceló monte limar.

Precio de paquete: Rebaja de precios marcada directamente en el envase o en la etiqueta. Ej. En la tapa vendrá un descuento promocional que estará identificado el porcentaje de la rebaja para nuestro cliente que lo adquiera.

El Slogan es sabor, salud y calidad.

Producción

Objetivo del área de producción.

Objetivo a corto plazo.

Producir y vender nuestro vinagre de banana castilla demandado en los establecimientos de ventas por tanto esperamos producir a corto plazo

15,000 unidades de 750ml.

Objetivos a mediano plazo.

Se espera un incremento en los niveles de producción para surtir con amplitud nuestro punto de venta produciendo 30,000 unidades.

Objetivos a largo plazo.

Se espera un nivel de producción de vinagre de banana castilla produciendo unidades de 48,000 unidades de 750ml.

Especificación del área de proceso de producción.

Diseño de empaque.

Una botella plástica esterilizada, con su tapa sellada usando variedad de colores, rojo amarillo y blanco el tamaño de la botella es de 750ml practico para

el cliente en la etiqueta estará información del producto con el ingrediente vinagre 100% natural sin preservante elaborado en la isla de Ometepe.

Materia prima.

Materia prima para realizar este vinagre es solamente la banana castilla, envase con su tapa y la etiqueta y pega.

Materia prima	Proveedor	Precio	Calidad	Proveedor seleccionado
Envases	Envases Iplasma.	3.18	Bueno	X
	Envases con tapa de plástico Neoplastia envasadora	3.80	Bueno	
Etiqueta	COPARME S.A	0.20	Buena	X
	MERCURIO S.A	0.25	Buena	

Organización

Objetivo del área de organización

La organización es la forma en que se dispone y asigna el trabajo entre el personal de la empresa, para alcanzar eficientemente los objetivos propuestos para la misma.

Característica de nuestra organización.

- a. claridad.
- b. Flexibilidad: los objetivos deben ser lo suficientemente flexibles para ser modificados cuando las circunstancias lo requieran. Dicho de otro modo, deben ser flexibles para aprovechar las condiciones del entorno.
- c. Medible o mesurable: los objetivos deben ser medibles en un horizonte de tiempo para poder determinar con precisión y objetividad su cumplimiento.

- d. Realista: los objetivos deben ser factibles de lograrse.
- e. Coherente: un objetivo debe definirse teniendo en cuenta que éste debe servir a la empresa. Los objetivos por áreas funcionales deben ser coherentes entre sí, es decir no deben contradecirse.
- f. Motivador: los objetivos deben definirse de tal forma que se constituyan en elemento motivador, en un reto para las personas responsables de su cumplimiento.
- g. Deben ser deseables y confiables por los miembros de la organización.
- h. Deben elaborarse con la participación del personal de la empresa.

El objetivo de esta área es potenciar, fortalecer y consolidar las capacidades, habilidades de gestión, desarrollo organizacional.

Estructura organizacional

Forma para definir los objetivos de la empresa por área funcional. Objetivos de la empresa.

Objetivos de la mercadotecnia

Luego de identificar las oportunidades de mercadotecnia, la mercadotecnia tiene como objetivo identificar mercados que por sus características (tamaño, ubicación, predisposición a satisfacer sus necesidades y/o deseos, capacidad económica, número de competidores, etc...) tengan altas probabilidades de ser rentables para la empresa, pero, considerando que la incursión y la permanencia sea factible, lo cual, depende de la capacidad financiera, de producción, distribución, etc...

Objetivo de la producción

El objetivo más importante de un sistema de producción es lograr la máxima contribución a la continuamente creciente satisfacción del cliente.

La calidad de su producción es importante para nuestros clientes

Objetivos de la contabilidad de las finanzas

Proporcionar información de hechos económicos, financieros y sociales suscitados en una empresa u organización; de forma continua, ordenada y sistemática, sobre la marcha y/o desenvolvimiento de la misma, con relación a sus metas y objetivos trazados, con el objeto de llevar cuenta y razón del movimiento de las riquezas públicas y privadas con el fin de conocer sus resultados, para una acertada toma de decisiones.

Objetivos de la organización

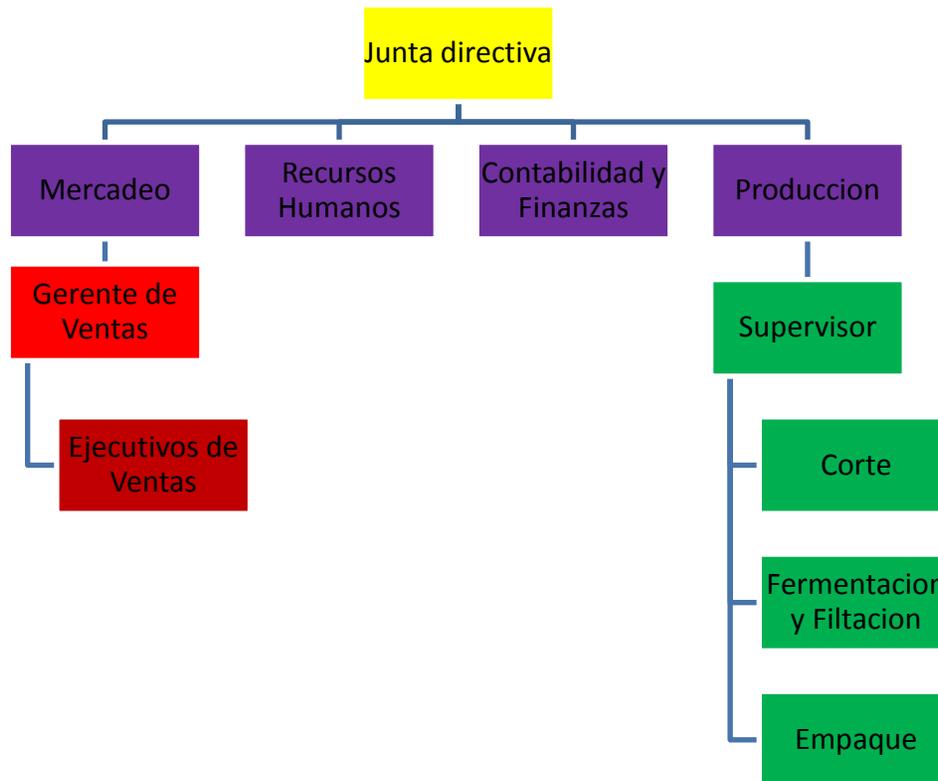
Responsabilidad de tiempo y forma en sus pedidos

Cumplir en tiempo y forma al cliente

Mantener los estándares de calidad del producto en el mercado

Dar confianza de producto con su sabor color y calidad

Imagen 2: Elaboración propia



Captación de personal

Reclutamiento

Este punto se desarrollara de forma que se coloquen carteles en las diferentes escuelas técnicas de Mangua o bien gestionar ante la secretaria académica de las distintas escuelas técnicas para la selección de los mejores estudiantes con el propósito de reducir costos a la Empresa por estar en un proceso de iniciación.

- Selección: Los aspirantes deberán llenar la hoja de solicitud de empleo
- Entrevista por parte de los gerentes propietarios

Contratación

Se procede a llenar el contrato que se elaborara por tres meses, posteriormente si el empleado se desarrolló eficazmente se renovara contrato por un año.

Se le dará a conocer su horario el cual estará establecido

Ventas: de 8 am a 5 pm

Producción: de 6 a.m. a 3 p.m.

Se le asignara uniforme y utensilios de salubridad.

Inducción

Una vez aclarados aspectos operativos del empleado se procede a mostrarles las funciones respectivas y hacerlo parte de la misión y visión de la Empresa. Un aspecto que se trata de implementar es la enseñanza práctica, es decir el empleo de los procesos y actividades.

Hay que dejar claro que se pretende dar un trato meramente humano, cálido, sencillo; respetando las funciones de cada quien y enfocarnos a trabajar en equipo.

Capacitación y desarrollo del personal

Como ya mencionábamos los seminarios o talleres irán enfocados a las áreas fundamentales de la empresa (departamento de ventas).

Marco legal de la organización

Aspecto legal

Pasos para inscripción del negocio.

1. Elaborar la Constitución de la Compañía
2. Inscribir la Constitución en el Registro Mercantil
3. Registrar el negocio y la Constitución en el Registro Comercial
4. Registrar en la DGI lo siguiente:
 - a.) La Constitución de la Empresa
 - b.) Libros de Actas
 - c.) Libro Mayor
 - d.) Libro Diario
 - e.) Libro de Inventario
 - f.) Gestionar número RUC.
5. Alcaldía: llenar formato, registrar personería jurídica, registro número RUC y Constitución de la Empresa.
6. Inscribirse en la DGA para importar
7. CETREX. Inscribirse para exportar.

Régimen Fiscal

El régimen fiscal de la Compañía está en la escala del régimen general

Capital Social: 1, 000,000

Razón Social: Industria de Vinagre Castilla S.A.

Tipo de Sociedad: Sociedad Anónima

Cantidad de Socios: diez socios

Aporte de los Socios: $1,000,000/5 = 200,000$

Inscrita ante: Registro Mercantil, Ministerio de Salud, DGI, Alcaldía Municipal y Registro de Marca

FINANZAS

Objetivos generales:

- Llevar ordenadamente las cuentas de la empresa.
- Estar informado de la situación financiera de la misma.
- Buscar alternativas que permitan ahorrar los costos y gastos.

Objetivos a corto plazo:

- Determinar el flujo de efectivo para iniciar operaciones de producción.
- Determinar costos y gastos variables y fijos.
- Establecer las entradas y salidas de efectivos.
- Cumplir con la meta establecida de las 15,000 unidades mensuales.

Objetivos a mediano plazo:

- Realizar proyecciones de flujo de efectivo así como estados financieros.
- Evaluar los indicadores de los estados financieros.
- Se espera contar con más de C\$750,000 de ventas mensuales en 30,000 unidades

Objetivos a largo plazo:

- Dar continuidad los estados financieros proyectados.
- Continuar la evaluación de los indicadores.
- Recibir altas utilidades.
- Un ingreso mayor que supera los C\$300,000 en base a 25,328 unidades vendidas.

Sistema contable de la Empresa

La contabilidad de la Empresa será llevada por jessenia parrilla quien se encargara del Área Administración y Financiera (CONTABILIDAD), en caso de emergencia se contara con el apoyo de un auxiliar de contabilidad.

Catalogo de cuenta

1000	ACTIVOS:
1010	ACTIVOS CIRCULANTE
1011	Caja
1012	Banco
1013	Cuentas por Cobrar
1014	Deudores Diversos
1015	Inventario
1030	activos fijos
1031	Terrenos
1032	Edificio e Instalaciones
1033	Maquinaria y Equipo
1050	activos diferidos
1051	Deposito en garantía
1052	Gastos pagados por anticipados
2000	pasivos:
2010	pasivo circulante
2011	Proveedores
2012	Acreedores
2013	Créditos a corto plazo
2014	Impuestos por pagar
2015	Préstamos a corto plazo
2030	pasivos a largo plazo
2031	Créditos a largo plazo
2032	Préstamos a largo plazo
3000	capital
3010	capital contable
3011	Capital aportado
3012	Capital social
3013	Capital ganado
4000	costos y gastos
4010	Costos y gastos fijos
4011	Costos y gastos de operación
1	Mantenimiento
2	Organización
3	Transporte



4	Depreciación
5	Etapas pre-operativas
6	Seguros
7	Papelería
8	Básicos
9	Varios
10	Sueldos y salarios
11	Horas extras
12	Vacaciones
13	Aguinaldos
14	Inss
15	Inatec
16	Horarios profesionales
17	Materiales y suministros
500	ingresos
5010	ventas
5011	ventas al contado
5012	Ventas al crédito
5020	otros ingresos
5021	Por intereses
5022	Devaluación de la moneda