



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE TUCUMÁN



FACULTAD DE
CIENCIAS ECONOMICAS
UNIVERSIDAD NACIONAL TUCUMAN

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ECONÓMICA-FINANCIERA DE LA EMPRESA COMBUSTIBLES DEL SUR SRL PERÍODO 2011-2012

Autores: Jarjal, Jorgelina Vanesa
Ramos Yassine, Sofia

Director: Rospide, Jorge

2013

Trabajo de Seminario: Licenciatura en Administración de Empresas

RESUMEN

La economía mundial actual se caracteriza por un elevado grado de incertidumbre, por lo que se ha hecho necesario desarrollar estudios que permitan analizar el presente, para ser mejores en el futuro y para actuar en consecuencia, se deben elegir las estrategias adecuadas que permitan conducir a un mejor desarrollo.

El análisis económico financiero es un método integral que permite valorar objetivamente, descubrir y movilizar las reservas internas. Las herramientas del análisis financiero se dedican principalmente a una evaluación histórica de la empresa, la esencia dicho análisis es elaborar los indicadores esenciales que permitan influir activamente en la gestión de la empresa, que apoya a todos los departamentos de la misma. Es un asunto para el establecimiento de relaciones significativas y también para señalar cambios, tendencias y causas.

Siguiendo estas valoraciones, y considerando que en la actualidad las empresas se ven cada vez más presionadas por obtener buenos rendimientos a partir de su buen funcionamiento, se hace necesario conocer las técnicas y métodos que le permitan autoevaluarse y corregir lo que está mal.

Es por ello que este estudio se enfoca en el análisis de los estados financieros de la “Estación de Servicios Combustibles Del Sur SRL” correspondiente a los períodos comprendidos entre 2011-2012, con el fin de determinar su desempeño y eficiencia administrativa. La empresa se dedica

a la venta de combustibles al por menor, contando con una experiencia de 5 años en el mercado y se encuentra ubicada en la ciudad de Aguilares.

Mediante este trabajo se pretende determinar posibles problemas que puedan afectar el futuro de la empresa, y ponerlos en conocimiento de los propietarios, con el propósito de implementar acciones correctivas. La investigación se realizará en 5 capítulos que se presentan de la siguiente manera:

En el capítulo 1.- se describe en grandes rasgos la industria en la desarrolla actividad la empresa, mercados de combustibles en la actualidad.

En el capítulo 2.- introducimos el concepto del análisis económico – financiero, se definen las fuentes de información y los métodos de investigación con sus ventajas y desventajas.

En 3er y 4to capítulo.- se presenta un panorama sobre los fundamentos teóricos que se utilizaron para la realización de este estudio. Se describe minuciosamente en qué consisten los dos tipos de análisis que se llevaron a cabo para evaluar la situación financiera de la compañía. Estos son, en primer lugar, el análisis cualitativo y sus diferentes herramientas que proveen de valiosa información acerca de aspectos claves para una organización, y en segundo lugar, el análisis cuantitativo, para el cual nos apoyamos en las diferentes técnicas y/o herramientas entre las cuales se destacan el Análisis Vertical, el Análisis Horizontal y los Indicadores Financieros o Ratios.

En el capítulo 5.- se lleva a cabo el análisis económico – financiero en nuestra empresa en particular, aplicando las principales herramientas de análisis: vertical, horizontal y razones financieras, a los balances de la “Estación de Servicio Combustibles del Sur SRL” en el periodo 2011-2012.

Por último se muestran las conclusiones y recomendaciones resultantes, considerando los aspectos más importantes del análisis e interpretación realizados.

PRÓLOGO

El presente estudio se realizó como trabajo final de la materia Seminario de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Tucumán.

El objetivo perseguido con el presente trabajo es diagnosticar la situación económico-financiera de la empresa COMBUSTIBLES DEL SUR, para determinar la situación actual en la se encuentre, para poder así identificar las áreas que requieren especial atención o tratamiento para mejorar el porvenir de la empresa en post de los objetivos estratégicos.

Para ello partimos de considerar que el análisis económico - financiero es la aplicación de un conjunto de técnicas con las cuales se pueden sacar conclusiones para mejorar el futuro de la empresa y poder predecir dificultades por las que la empresa puede pasar y así evitarlas, también sirve para detectar los puntos fuertes de la organización, para sacar un beneficio mayor y evitar riesgos.

Dicha herramienta es la que busca determinar dos grandes preguntas: ¿cómo se encuentra financieramente la empresa hoy? y ¿cómo esperamos que se encuentre en un futuro cercano?.

Agradecemos de manera especial la colaboración de nuestro profesor tutor, Mg. Jorge Rospide y al gerente a cargo de la administración

general de la estación de servicios y al CPN encargado del área contable y administrativa de la empresa bajo estudio. Esperamos que este trabajo sea de utilidad para el dictado de las materias Finanzas de Empresas I y II como así también para la empresa donde se llevará a cabo el análisis anteriormente mencionado.

INTRODUCCIÓN

La globalización de la economía y la internacionalización de los mercados hacen necesario que la información financiera de las empresas esté preparada de acuerdo a estándares internacionales de contabilidad, con la finalidad de facilitar el análisis e interpretación de dicha información; la cual debe ser veraz, suficiente y oportuna.

Muchos de los problemas que sufren las empresas hoy en día se deben a la falta de un diagnóstico empresarial correcto, es decir, la falta de conocimiento sobre cuál es su posición económica y financiera actual y cual se espera que sea en el futuro. Todo esto lleva a que las empresas sean más vulnerables al entorno competitivo.

Para evitarlo resulta esencial llevar a cabo un análisis económico - financiero de la misma, el cual nos permitirá obtener un diagnóstico sobre la situación actual, y así evaluar su capacidad para competir, tomar decisiones y formular planes de acción.

El entorno competitivo por el que atraviesa el mercado de combustibles; plantea a las empresas, la necesidad de realizar diagnósticos y análisis financieros, que les proporcionen información para la toma de decisiones adecuadas, y de esta manera lograr una administración más eficiente, como también aprovechar los puntos fuertes y las oportunidades que se le presentan para poder crear una ventaja competitiva que le permita a la empresa alcanzar sus objetivos.

Utilizando como herramienta el conocimiento aprendido durante el transcurso de nuestra carrera, implementamos el análisis económico-financiero, de la estación de servicios “Combustibles Del Sur SRL”, empresa comercializadora de combustibles líquidos y gaseosos al público en general, con el objetivo de analizar y diagnosticar la situación financiera de la misma, considerando los aspectos más importantes del análisis e interpretaciones realizadas para arribar a conclusiones y recomendaciones resultantes.

CAPITULO I

EL NEGOCIO DEL PETRÓLEO

Sumario: 1.- Origen del Petróleo 2.- Proceso del Petróleo,- Refinería del Petróleo 3.- La Importancia del Petróleo en la Economía Mundial 4.- El Petróleo en la Argentina 5.- El Negocio de los CCSS en la provincia 6.- Cámara de Comerciantes de Derivados de Petróleo, Gas y Afines

1.- El Origen del Petróleo

Al tener como objeto de estudio, el análisis financiero de un centro de servicios de combustibles de la ciudad de Aguilares, provincia de Tucumán, no podemos dejar de lado el análisis macro, que enmarca desde la materia prima de dicha empresa, hasta el mercado donde se desenvuelve y que, orientara sin duda, a una mejor comprensión de los índices obtenidos como resultados de la aplicación práctica de este trabajo de investigación.

Uno de los mayores costos que afronta la empresa, y que se desarrollara en capítulos posteriores de análisis, es su materia prima, el combustible. Para comprender mejor la fundamentación de su costo, analizamos su proceso, desde su obtención hasta llegar a los surtidores de los centros de servicios.

Antes de comprender el proceso de transformación desde la excavación hasta el combustible que llega a los tanques de gasolina, podemos aclarar que, el petróleo se origina de una materia prima formada principalmente por detrito de organismos vivos acuáticos, vegetales y animales, que vivían en los mares, las lagunas o las desembocaduras de los ríos, en las cercanías del mar. El petróleo se encuentra únicamente en los medios de origen sedimentario. La materia orgánica se deposita y se va cubriendo por sedimentos; al quedar cada vez a mayor profundidad, se transforma en hidrocarburos, proceso que según las recientes teorías, es una degradación producida por bacterias aerobias primero y anaerobias luego. Estas reacciones desprenden oxígeno, nitrógeno y azufre, que forma parte de los compuestos volátiles de los hidrocarburos. A medida que los sedimentos se hacen compactos por efectos de presión, se forma la "roca madre". Posteriormente, por fenómenos de "migración", el petróleo pasa a impregnar arenas o rocas más porosas y más permeables (areniscas, calizas fisuradas, dolomías), llamadas "rocas almacén", y en las cuales el petróleo se concentra, y permanece en ellas si encuentra alguna trampa que impida la migración hasta la superficie donde se oxida y volatiliza. Los ejecutivos, los empleados y en muchos casos los clientes de una empresa a menudo se hacen la siguiente pregunta: ¿Cuáles factores nos permiten saber si la empresa está o no saludable? Las respuestas a dicha pregunta le permitirán a los mismos determinar decisiones en favor de garantizar la operación continua de ésta.

2.- Proceso del Petróleo

Su proceso empieza con la detección, a través de diversos métodos de exploración de territorio, de zonas geográficas que puedan albergar en el interior del suelo, el tan preciado oro negro, una vez identificada dicha área se procede a la excavación e instalación de un pozo

petrolífero. Un pozo que ha sido perforado y entubado hasta llegar a la zona donde se encuentra el petróleo, está listo para empezar a producir.

Desde los separadores, por medio de cañerías, el crudo es enviado a los aparatos especiales donde se separan de él el gas y el agua.

A través de otras cañerías, conocidas como gasoductos, se conduce el gas a diferentes sitios para su empleo como combustible o para tratamiento posterior y otras cañerías (oleoductos) conducen el petróleo a los estanques de almacenamiento desde donde se les envía a su destino.

Refinería de Petróleo

Las refinerías de petróleo funcionan veinticuatro horas al día para convertir crudo en derivados útiles. El petróleo se separa en varias fracciones empleadas para diferentes fines. Algunas fracciones tienen que someterse a tratamientos térmicos y químicos para convertirlas en productos finales como gasolina o grasas.

En los primeros tiempos, la refinación se contentaba con separar los productos preexistentes en el crudo, sirviéndose de su diferencia de volatilidad, es decir, del grosor de una molécula. Fue entonces cuando se aprendió a romperlas en partes más pequeñas llamadas "de cracking", para aumentar el rendimiento en esencia, advirtiéndose que ellas y los gases subproductos de su fabricación tenían propiedades "reactivas".

El principio básico en la refinación del crudo radica en los procesos de destilación y de conversión, donde se calienta el petróleo en hornos de proceso y se hace pasar por torres de separación o fraccionamiento y plantas de conversión.

En las distintas unidades se separan los productos de acuerdo a las exigencias del mercado.

La primera etapa en el refinado del petróleo crudo consiste en separarlo en partes, o fracciones, según la masa molecular.

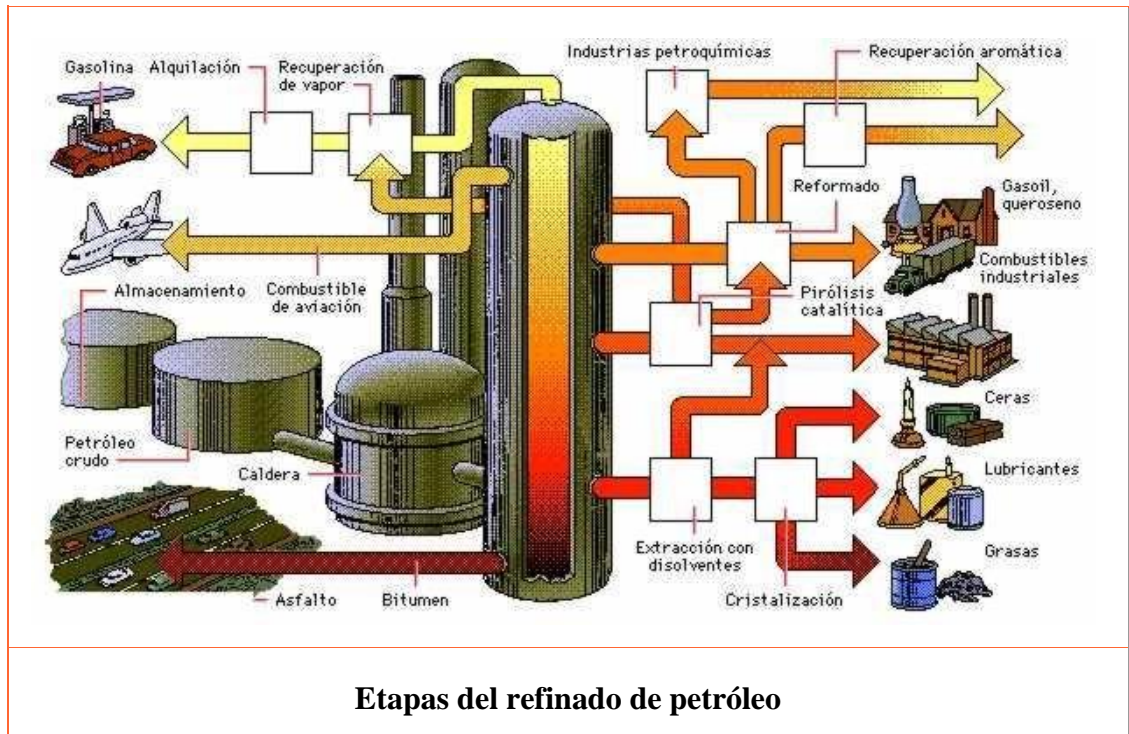
El crudo se calienta en una caldera y se hace pasar a la columna de fraccionamiento, donde la temperatura disminuye con la altura.

Las fracciones con mayor masa molecular (empleadas para producir por ejemplo aceites lubricantes y ceras) sólo pueden existir como vapor en la parte inferior de la columna, donde se extraen.

Las fracciones más ligeras (que darán lugar por ejemplo a combustible para aviones y gasolina) suben más arriba y son extraídas allí.

Todas las fracciones se someten a complejos tratamientos posteriores para convertirlas en los productos finales deseados.

Una vez extraído el crudo, se trata con productos químicos y calor para eliminar el agua y los elementos sólidos y se separa el gas natural. A continuación se almacena el petróleo en tanques desde donde se transporta a una refinería en camiones, por tren, en barco o a través de un oleoducto. Todos los campos petroleros importantes están conectados a grandes oleoductos.



Etapas del refinado de petróleo

IMAGEN N°1: Etapas del Refinado de Petróleo.

3.- La Importancia del Petróleo en la Economía Mundial

El combustible que emplean coches, aviones o camiones para desplazarse; el gas que alimenta la calefacción; el asfalto que cubre carreteras, autovías y autopistas; los plásticos empleados para la fabricación de ordenadores, juguetes, electrodomésticos, envases, etc. Estos son sólo algunos de los productos que se obtienen directa o indirectamente del petróleo, y tal variedad de usos hacen que, hoy por hoy, vivir sin el oro negro sea una quimera.

El petróleo es el recurso energético más importante en la historia de la humanidad; un recurso natural no renovable que aporta la mayor parte, un 40%, del total de la energía que se consume en el mundo.

El petróleo se consume de forma mayoritaria en los países donde no se produce. Entre Estados Unidos y Europa occidental absorben casi la mitad del consumo petrolífero mundial. Sin embargo, los países del Golfo Pérsico, que sólo representan el 4'5% del consumo mundial, son los mayores emisores, con el 26% de la producción. Así las cosas, los países occidentales dependen de la importación, y se ven obligatoriamente sometidos a los precios que imponga un mercado oscilante e imprevisible, cuyas variaciones pueden tener graves y encadenadas consecuencias en la economía mundial: caída del consumo, aumento de la inflación, incremento de los tipos de interés.

Ante este panorama los países dependientes han comenzado a buscar alternativas al petróleo, centrandose en la obtención de energías baratas y no contaminantes que puedan ser producidas por todos los países para así eliminar monopolios. Un posible sustituto del petróleo como combustible es el hidrógeno, pero su proceso de obtención resulta todavía demasiado caro, y se presume que han de pasar varias décadas para que destrone al rey negro de su trono.

4.- El Petróleo en la Argentina

Analizado su proceso e importancia, ahora concentramos esfuerzos de investigación a lo que aboca a la región nacional, en base a ello encontramos diversas regiones claramente divididas.¹**VER MAPA DEL PETROLEO EN ARGENTINA, IMAGEN N°2**

4.1. Riqueza del Norte

La cuenca Noroeste comprende principalmente espacios de provincias como Jujuy, Salta, aunque también incluye porciones de territorio de Tucumán, Santiago del Estero y Formosa.

Entre los operadores de ese espacio se destaca Tecpetrol, de Grupo Techint, que tiene a su cargo el yacimiento Aguaragüe, en la provincia de Jujuy. Petrobras, en tanto, posee áreas en Salta, en el departamento de Rivadavia.

Las también argentinas Pan American Energy (Bulgheroni) y Pluspetrol -controlada por el binomio empresarial Rey y Poli- operan en la cuenca cuestión. El caso de los Bulgheroni aparece como el más importante a destacar: explotan el espacio Acambuco, en el extremo norte de Salta, que incluye una reserva natural rica en biodiversidad.

Hasta marzo de este año, YPF era otra de los nombres de peso en esa parte del país, pero la decisión de Salta de retirar una concesión dejó afuera a la petrolera del reservorio Noroeste.

4.2. Sol de Cuyo

La cuenca Cuyana -la de menor peso en el mapa local de los hidrocarburos-, se extiende principalmente sobre la provincia de Mendoza, aunque con puntos que conectan con el territorio de San Juan.

¹Consultas en Internet: www.taringa.net/El-mapa-del-petroleo-en-la-Argentina. (30/10/2013)

En dicha área -de alrededor de 30.000 kilómetros cuadrados-, la principal operadora es YPF, aunque la decisión del gobierno mendocino de revertir las concesiones de los yacimientos Ceferino y Cerro Mollar Norte e impulsar la conformación de una empresa provincial promete cambiar el escenario petrolero en esa cuenca.

Los pozos quitados representan el 0,06% de la producción total de petróleo y gas de YPF en el país. En su momento, la firma renegoció con el Estado mendocino la prórroga por 10 años de sus 16 yacimientos principales, pero hubo 10 áreas que quedaron fuera de la negociación y otras siete todavía deben ser exploradas.

4.3. Oro neuquino

La cuenca Neuquina constituye una extensa área petrolera que abarca la provincia de Neuquén, el sector occidental de los distritos de La Pampa y Río Negro, y una pequeña porción de Mendoza.

El área en cuestión aporta el 43% del total de la producción argentina. La norteamericana Chevron, con el yacimiento El Trapial, se destaca como uno de los grandes actores que operan en dicho espacio. El año pasado, la firma acordó con el gobierno de Neuquén la extensión por 20 años de esa explotación.

Hoy por hoy, la mencionada empresa tiene bajo su poder el 85% de los 450 kilómetros cuadrados de concesión. El restante 15% se encuentra en manos de Corporación Financiera Internacional. Pero el protagonismo mayor en la cuenca Neuquina se lo lleva YPF, de la mano de la riqueza que surge de las entrañas del yacimiento Loma de la Lata.

Durante noviembre de 2011, la petrolera confirmó la existencia en ese espacio de 927 millones de barriles equivalentes de petróleo no convencional. Loma de la Lata está identificada como uno de los reservorios

de hidrocarburos no convencionales más grandes (30.000 kilómetros cuadrados en todo el país) y con mayor calidad del mundo.

En la misma zona operan la brasileña Petrobras, la local Apache, Total (Francia) -con el yacimiento Aguada Pichana-, Pan American Energy, Pluspetrol, y firmas más pequeñas como Petroandina y Petrolífera.

4.4. Golfo San Jorge

La cuenca del Golfo San Jorge es una amplia región ubicada en la Patagonia central que comprende parte de la provincia del Chubut, el norte de Santa Cruz y una porción muy amplia de la plataforma continental argentina en el golfo homónimo. El área total de la cuenca se estima en unos 200.000 kilómetros cuadrados de los cuales 70.000 (35%) están catalogados como "de interés petrolero".

En dicha cuenca se ubican explotaciones como Cerro Dragón, a cargo de Pan American Energy, considerado el yacimiento más prolífico del país y que se encuentra ubicado 70 kilómetros al oeste de Comodoro Rivadavia.

También en Golfo San Jorge se destaca el yacimiento El Tordillo, propiedad de Tecpetrol, y, por supuesto, Manantiales Behr, que entrega casi el 10% del crudo que se extrae en la Argentina y que a fines de marzo -por decisión oficial de Chubut- dejó de estar bajo control de YPF.

Entre los "pesos pesados" con operaciones en ese rincón del país hay que mencionar, además, a la chilena ENAP, que es titular y operadora del 100% de la concesión del Área Pampa del Castillo-La Guitarra y participa en el Área Campamento Central-Cañadón Perdido.

4.5. Rincón Austral

Por último, la cuenca Austral comprende una parte importante de la provincia argentina de Santa Cruz, la chilena de Magallanes, la zona oriental

del estrecho del mismo nombre, la isla de Tierra del Fuego y una porción de la plataforma continental argentina.

En el área, ENAP actúa como operador, con 50% de participación, en las concesiones de Magallanes y CAM 2/A Sur, y también como operador con el 33,33% de participación en el Área E2 (ex CAM-1 y CAM-3).

La porción restante en la zona Magallanes, en tanto, se encuentra bajo el poder de YPF. El vínculo entre la chilena y la controlada hasta el momento por Repsol cobró un fuerte empuje hace casi cuatro años, cuando en sociedad con Enarsa dieron inicio a la búsqueda de crudo mar adentro. Previo a esto, en septiembre de 2006, las tres compañías habían firmado un acuerdo para explorar, desarrollar y explotar los yacimientos de hidrocarburos del área E2 en la plataforma continental argentina.

El espacio en cuestión comprende una superficie de alrededor de 14.000 kilómetros cuadrados, frente a las costas de Santa Cruz y el Estrecho de Magallanes.

Resta decir que en la cuenca Austral también opera la francesa Total, que dice presente con extracción de gas en el yacimiento Cuenca Marina Austral

IMAGEN N°2: Mapa del Petróleo en Argentina



Fuente: Consultas en Internet: www.taringa.net/El-mapa-del-petroleo-en-la-Argentina.

5.- El Negocio de los CCSS² en la Provincia

Ahora bien, conocido lo que es el petróleo, sus procesos y mayores zonas de influencia en el país tenemos noción de su importancia como motor fundamental que mueve el mundo y que puede constituir un negocio rentable si es acompañado por políticas gubernamentales que favorezcan su crecimiento y planes de inversión para el gran costo que demanda dicho producto.

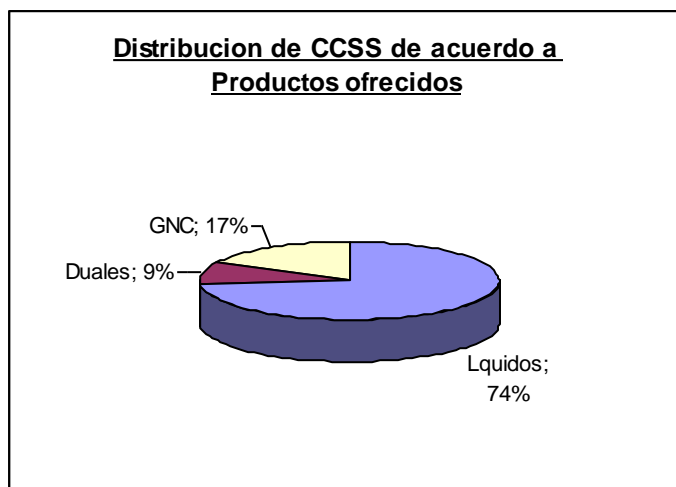
Procederemos a analizar al negocio en sí mismo, dentro del área específica de la empresa objeto de estudio, y este es, la provincia de Tucumán.

Actualmente, en nuestra provincia hay 155 estaciones de servicio que expenden combustibles para vehículos³. De ese total, 114 se dedican a vender exclusivamente combustibles líquidos (naftas y gasoil); 14 expenden solamente GNC y 27 son duales, es decir que atienden ambos segmentos del mercado, como se detalla en la imagen N°2. El sector experimentó fuertes cambios en los últimos años, tanto por la debacle económica que vivió el país, como por el impetuoso avance del Gas Natural Comprimido (GNC) en reemplazo de los combustibles líquidos. En el 2000 Tucumán contaba con 159 estaciones de servicio y sólo 4 eran de GNC. En 1990 Tucumán tenía apenas 87 estaciones de servicio. La desregulación puesta en marcha por el gobierno de Menem permitió que las empresas petroleras pudieran realizar -además de la explotación, la destilación y el transporte del combustible- la comercialización minorista. Según muchos propietarios de estaciones de servicio fue imposible competir con sus propios proveedores. Eso llevó a un cambio de manos en los establecimientos, y a la instalación

² CCSS: Centros de Servicios

³ Consulta en Internet: www.contextotucuman.com/el_mercado_de_los_combustibles, (28/10/2013).

de muchas nuevas estaciones por parte de las petroleras. Al casi duplicarse la cantidad de estaciones, en los últimos años se han reducido los márgenes de rentabilidad, en tanto que muchos se han ido volcando hacia el GNC, que hoy constituye el 26% de todas las estaciones que funcionan en la provincia. Sobre unos 130 mil vehículos que circulan en Tucumán, el 30% -casi 40 mil- utilizan Gas Natural Comprimido –GNC- como combustible. La diferencia de precios es contundente: 10 pesos de GNC significan casi 40 pesos en naftas. En menos de dos años, el consumo del GNC pasó de 3 a 8 millones de metros cúbicos mensuales en toda la provincia. Tucumán es la provincia que consume más GNC dentro de la región NOA. En Salta se venden unos tres millones de m³ mensualmente; en Santiago, dos millones y medio de m³, y en Jujuy, cerca de un millón y medio de m³.⁴



Fuente: Elaboración Propia

⁴Ibidem.

Analizando el ámbito de nuestra empresa, objeto del trabajo de estudio, en la Ciudad de Aguilares, Localidad de Río Chico, Provincia de Tucumán, encontramos tres estaciones de servicios que compiten directamente y las mismas brindan igual productos de combustibles y prácticamente el mismo servicio, sin embargo se diferencian por la ubicación y incorporación de servicios adicionales para atraer, captar mantener sus clientes.

Las estaciones incorporan nuevos servicios para diferenciarse de la competencia⁵

El pleno abastecimiento hizo que el mercado vuelva a su dinámica normal y en este contexto las estaciones de servicio se disputan las ventas mejorando los productos y servicios. Así, aparecen nuevas herramientas enfocadas al cliente pero que además colaboran con la rentabilidad del expendedor.

Solucionados los problemas de abastecimiento, hace falta agregar un plus de valor para potenciar los despachos de naftas, hoy en claro crecimiento. Desde hace un año y medio, cuando el Estado recuperó YPF, los expendedores apuntalaron la estrategia de marketing sobre tres puntos fundamentales: la capacitación del personal, las mejoras edilicias – sobre todo en iluminación – e incorporación de servicios adicionales.

6.- Cámara de Comerciantes de Derivados de Petróleo, Gas y Afines⁶

La Cámara de Comerciantes de Derivados de Petróleo, Gas y Afines, nace el 4 de marzo de 1955. Desde entonces comienza su intenso accionar y se posiciona como la única entidad representante del sector en Tucumán. Rápidamente asume la responsabilidad de interiorizarse sobre las inquietudes y problemáticas de los expendedores y propietarios de las

⁵Consulta en Internet: www.capega.org.ar/las-estaciones-incorporan-nuevos-servicios-para-diferenciarse-de-la-competencia, (08/11/2013)

⁶ CAPEGA

estaciones de servicio, adoptando como objetivo la unidad y representación de todos, a fin de obtener mejores resultados en las gestiones que se lleven adelante.

La firma del Acta Constitutiva se realiza el 30 de diciembre de 1979; a partir de allí la Cámara establece como su norte principal el mantenimiento de la ética profesional y comercial, además trabaja en post del crecimiento sostenido de las empresas del rubro.

Se encuentra ubicada en calle Suipacha 726 desde el año 1982 y es allí donde se concentran discusiones, anhelos, disidencias, coincidencias, de los empresarios locales trasladándolos al ámbito nacional sus inquietudes.⁷

⁷Ibidem

CAPITULO II

ANÁLISIS ECONÓMICO FINANCIERO

Sumario: 1.- Concepto del Análisis Económico Financiero,-
Introducción al Análisis Económico Financiero,-
Situación Económica Financiera de una Empresa 2.-
Estados Contables como herramientas de
información financiera- Objetivo General de la
interpretación de la información Económica
Financiera,- Usuarios de la información financiera,-
Beneficios aportados por la Información Financiera,-
3.- Método de Investigación,- Ventajas y Desventajas
de los métodos de Investigación Cuantitativas y
Cualitativas y su uso en el Análisis de Información.

1.- Concepto del Análisis Económico Financiero

El análisis financiero es el estudio que se hace de la información contable, mediante la utilización de indicadores y razones financieras. La contabilidad representa y refleja la realidad económica y financiera de la empresa, de modo que es necesario interpretar y analizar esa información para poder entender a profundidad el origen y comportamiento de los recursos de la empresa.

La información contable o financiera, de poco nos sirve si no la interpretamos, y allí es donde surge la necesidad del análisis financiero.

Introducción al Análisis Económico Financiero

El análisis económico financiero de la empresa ofrece la información necesaria para conocer su situación real durante el período de tiempo que se seleccione, pero además constituye la base para ejecutar el proceso de planeación financiera donde deben disminuirse o erradicarse, de ser posible, las debilidades y deficiencias que desde el punto de vista financiero presentó la empresa en el período analizado.

Las técnicas más utilizadas son:

- Comparación de datos:
 - Con respecto al tiempo (exige datos homogéneos y uniformes). Puede ser dentro de la misma empresa.
 - Con respecto a otras empresas de la misma rama.
 - Con respecto a la propia rama.
- Magnitudes promedios (es peligroso utilizarlas para comparar porque detrás de un buen promedio puede haber una partida con mal funcionamiento).
 - Magnitudes relativas, que pueden obtenerse por:
 - Porcentajes: Caracterizan la relación entre indicadores y magnitudes, uno de los cuales es considerado el 100%.
 - Coeficiente: Comparación de los indicadores interrelacionados, uno de los cuales será considerado la unidad.
 - Índices: permite realizar estudios de la dinámica de los indicadores. Tiene dos posibilidades de uso: índice de base (este primer indicador es el dato base y los demás datos se dividen por este. Indican si con relación al año base el indicador aumenta o disminuye y en que magnitud) e índice de cadena (caracterizan la uniformidad del crecimiento).

La Situación Económica Financiera de la Empresa

A medida que transcurren los años la necesidad de información, para la toma de decisiones, es cada vez más demandada por las partes interesadas, como ser, los ejecutivos, los empleados y en muchos casos los clientes de una empresa, entre otros. Para lo cual es necesario preparar análisis financieros, ya que muchos de los problemas de la empresa se pueden anticipar interpretando la información contable, pues esta refleja cada síntoma negativo o positivo que vaya presentando la empresa en la medida en que se van sucediendo los hechos económicos.

Existe un gran número de indicadores y razones financieras que permiten realizar un completo y exhaustivo análisis de una empresa.

Muchos de estos indicadores no son de mayor utilidad aplicados de forma individual, por lo que es preciso recurrir a varios de ellos con el fin de hacer un estudio completo que cubra todos los aspectos y elementos que conforman la realidad financiera de toda empresa. El análisis financiero es el que permite que la contabilidad sea útil a la hora de tomar las decisiones, puesto que la contabilidad de forma aislada simplemente no dice nada, y menos para un directivo que poco conoce de contabilidad, luego el análisis financiero es imprescindible para que la contabilidad cumpla con el objetivo más importante para la que fue ideada, que fue el de servir de base para la toma de decisiones.

2.-Estados contables como herramientas de análisis financiero

El pilar fundamental del análisis económico financiero está contemplado en la información que proporcionan los estados financieros de la empresa, teniendo en cuenta las características de los usuarios a quienes

van dirigidos y los objetivos específicos que los originan, entre los más conocidos y usados encontramos:

- ❖ **El Balance General:** reporta la situación patrimonial de una firma en un momento determinado. El lado izquierdo muestra las inversiones realizadas por la compañía, que componen el activo, y el lado derecho representa la forma en que estos se financiaron, ya sea mediante fondos solicitados en préstamo (el pasivo) o mediante capital aportado por los accionistas (patrimonio neto).
- ❖ **El Estado de Resultados:** representa el viejo cálculo de las ganancias y las pérdidas que las empresas, desde las organizadas bajo la forma de sociedades anónimas hasta las explotaciones unipersonales han realizado por años. Este estado es como una grabación de video que nos informa sobre las ventas, los costos y los gastos de la firma durante un intervalo específico de tiempo, generalmente un año.

Ambos estados son preparados, casi siempre, al final del período de operaciones por los administradores y en los cuales se evalúa la capacidad de la organización para generar flujos favorables según la recopilación de los datos contables derivados de los hechos económicos.

También existen otros estados financieros que en ocasiones no son muy tomados en cuenta y que proporcionan información útil e importante sobre el funcionamiento de la empresa, entre estos están: el estado de origen y aplicación de fondos y el de capital de trabajo.

Objetivos del análisis económico financiero.

De manera general el análisis financiero tiene por finalidad:

- ✓ Cuantificar con precisión las áreas financieras de la empresa.

- ✓ Conocer los éxitos y problemas de la empresa.
- ✓ Ayudar a solucionar problemas presentes.
- ✓ Conocer la proyección de la empresa.
- ✓ Conllevar a la solución de problemas futuros.
- ✓ Conocer la forma y modo de obtener y aplicar sus recursos.

Se puede decir que mediante la aplicación del análisis económico financiero se hace la evaluación y se toma conocimiento acerca de la situación financiera de la empresa para saber si está cumpliendo o no, con sus finalidades propias.

Así mismo, la interpretación consiste en una serie de juicios personales relativos al contenido de los estados financieros, basados en el análisis y en la comparación, es la emisión de un juicio, criterio u opinión de la información contable de una empresa, por medio de técnicas o métodos de análisis que hacen más fácil su comprensión y presentación. Dichas técnicas se detallaran con mayor precisión en los capítulos siguientes.

Objetivo general de la Interpretación Económico Financiera

La interpretación se toma como una herramienta fundamental dentro de la empresa.

El principal objetivo de la interpretación económico financiero es ayudar a los directivos de una empresa a determinar si las decisiones acerca de los financiamientos fueron las más apropiadas, y de esta manera determinar el futuro de las inversiones de la organización

La interpretación de los datos obtenidos mediante el análisis económico financiero, permite a la dirección medir el progreso comparando los resultados alcanzados con las operaciones planeadas y los controles aplicados, además informa sobre la capacidad de endeudamiento, su

rentabilidad y su fortaleza o debilidad financiera, esto facilita el análisis de la situación económica de la empresa para la toma de decisiones.

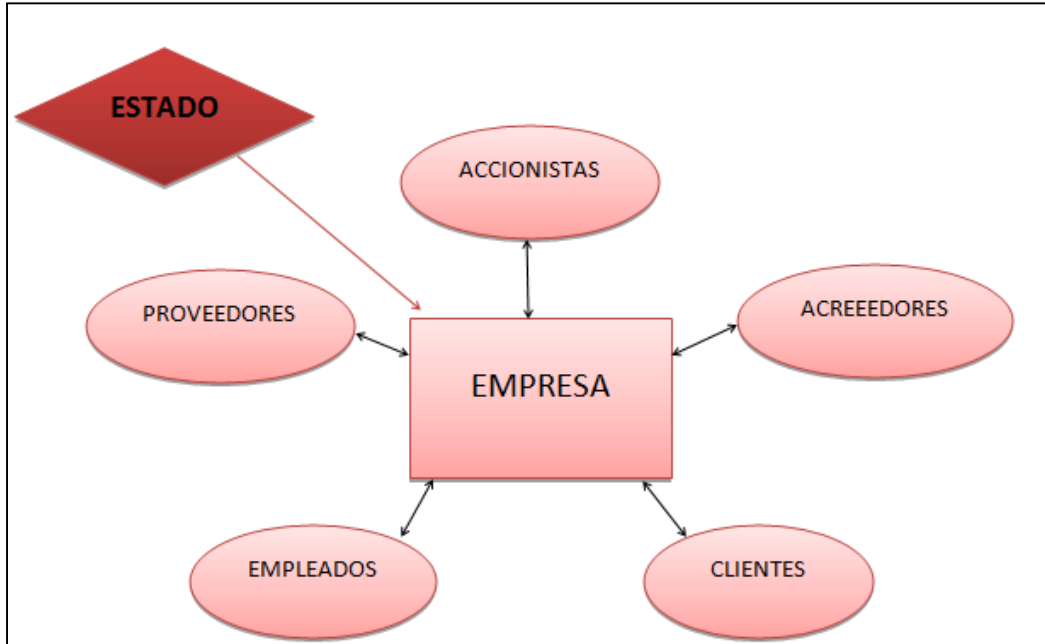
Objetivos de la interpretación de estados financieros.

- ▶ Conocer la verdadera situación financiera y económica de la empresa.
- ▶ Descubrir enfermedades en las empresas.
- ▶ Tomar decisiones acertadas para optimizar utilidades y servicios.
- ▶ Proporcionar información clara, sencilla y accesible, en forma escrita a acreedores comerciales, acreedores bancarios, propietarios, inversionistas auditores internos, auditores externos, directivos, gobierno, trabajadores, consultores, asesores (administrativos, contables, fiscales, legales, etc.)

Diferencia entre análisis e interpretación de datos financieros

Algunos no distinguen entre el análisis y la interpretación de la información contable. Se deberá analizar primero la información contable que aparece en los estados financieros para luego proseguir a su interpretación. El análisis de los estados financieros consiste en efectuar operaciones matemáticas para determinar porcentajes de cambio, calcular razones financieras y porcentajes integrales. Las cifras que allí aparecen no tienen, por si solas, significado alguno, a menos que la mente humana trate de interpretarlos. Al llevar a cabo la interpretación se intentará encontrar los puntos fuertes y débiles de las organizaciones cuyos estados se están analizando e interpretando.

Usuarios de la información Económica Financiera de una Empresa



Fuente: Elaboración propia

La información financiera se ha convertido en un conjunto integrado de estados contables y notas, para expresar el resultado de sus operaciones y cambios ocasionados en la situación financiera de una empresa. Esta información es procesada y concentrada para el uso particular de los distintos interesados; entre ellos:

Acreedores: Están interesados principalmente en la capacidad de pago de la empresa. Los acreedores requieren para la toma de sus decisiones información financiera que puedan comparar con la de otras entidades y de la misma entidad en diferentes periodos, su interés se ubica en la evaluación de la solvencia y liquidez de la entidad, su grado de endeudamiento y la capacidad de generar flujos de efectivo suficientes para cubrir los intereses y recuperar sus inversiones o crédito.

Accionistas: Están preocupados principalmente por la rentabilidad de la empresa. Les interesa evaluar la capacidad de crecimiento y estabilidad de la entidad, como así también, el largo plazo y los riesgos de su inversión. Dentro de estos se cuentan el Riesgo del “negocio” y el Riesgo financiero.

Proveedores: les interesa conocer la capacidad de pago de la empresa en el corto plazo.

Empleados: Buscan estabilidad laboral, es decir permanencia de la empresa en el tiempo.

Clientes: les interesa conocer la estabilidad de la empresa.

Como se puede apreciar la diversidad de usuarios de la información financiera es amplia y la preparación inadecuada de esta afectará, no solo a los inversionistas, sino también a los trabajadores y al Estado con menores recaudaciones.

Desde la perspectiva del Estado, el gobierno y sus organismos públicos están interesados en la distribución de los recursos y, por tanto, en la actuación de las sociedades y entidades jurídicas. También recaban información para regular su actividad, fijar políticas fiscales y utilizarla como base para la construcción de las estadísticas de la renta nacional y otras similares.

Beneficios aportados por la información

Constituye un beneficio para la economía del país, en especial para todos los operadores y partícipes del mercado, porque su implementación y cumplimiento suponen:

- La mejora y consecuente fortalecimiento de la transparencia del mercado.
- Un mejor grado de conocimiento de la formalización de la economía.

- Facilitación a la labor de fiscalización de la autoridad tributaria.
 - Facilitación en la toma de decisiones de inversión de los operadores del mercado.
 - Facilitación en el acceso al sistema crediticio.
 - Contribución en la fijación de estadísticas del mercado.
- Mayor atracción de capitales, en atención a la credibilidad que el sistema genera; entre otros.

3.- Métodos de Investigación

Existen diferentes tipos de investigación y según la naturaleza de la información que se recoge para responder al problema investigativo, estas pueden ejecutarse bajo dos paradigmas, la investigación cuantitativa o la cualitativa.

La producción bibliográfica cuantitativa se orienta principalmente hacia los estudios que exponen sólo clasificaciones de datos y descripciones de la realidad social y, en menor medida, hacia estudios que intentan formular explicaciones.

El producto de una investigación de corte cuantitativo será un informe en el que se muestre una serie de datos clasificados, sin ningún tipo de información adicional que le dé una explicación, más allá de la que en sí mismos conllevan. Viéndolo desde este punto de vista, se podría pensar que los estudios cuantitativos son arbitrarios y que no ayudan al análisis de los resultados más que lo que han mostrado por sí solos. Esto no es tan así pues con un estudio de este tipo se muestra además las características de estos datos que han sido organizados.

La investigación cuantitativa se dedica a recoger, procesar y analizar datos cuantitativos o numéricos sobre variables previamente determinadas. Esto ya lo hace darle una connotación que va más allá de un

mero listado de datos organizados como resultado; pues estos datos que se muestran en el informe final, están en total consonancia con las variables que se declararon desde el principio y los resultados obtenidos van a brindar una realidad específica a la que estos están sujetos.

Además de lo antes expuesto, vale decir que la investigación cuantitativa estudia la asociación o relación entre las variables que han sido cuantificadas, lo que ayuda aún más en la interpretación de los resultados.

Este tipo de investigación trata de determinar la fuerza de asociación o relación entre variables, así como la generalización y objetivación de los resultados a través de una muestra. De aquí se puede hacer inferencia a una población de la cual esa muestra procede. Más allá del estudio de la asociación o la relación pretende, también, hacer inferencia que explique por qué las cosas suceden o no de una forma determinada. Todo esto va mucho más allá de un mero listado de datos organizados, como se puede leer en la afirmación antes expuesta.

Esta otra idea que se expone a continuación ofrece una visión más abarcadora y completa de la investigación cuantitativa. En general los métodos cuantitativos son muy potentes en términos de validez externa ya que con una muestra representativa de un total, hacen inferencia a este con una seguridad y precisión definida.

Otro aspecto de la Metodología de la Investigación son los estudios cualitativos, que se han venido retomando luego de un casi dominio de los métodos de investigación cuantitativos.

Son identificadas cuatro formas generales en las que se utiliza este tipo de investigación⁸ :

- Como mecanismo de generación de ideas.
- Para complementar un estudio cuantitativo.

⁸ ROJO PEREZ, N. La Investigación Cualitativa. Aplicaciones en Salud, 1º Edición. (La Habana, 2002), pág. 118

- Para evaluar un estudio cuantitativo.
- Como método principal de investigación.

Ahora bien, cómo ejemplificar esta afirmación. Como mecanismo de generación de ideas se puede ver su utilización en la identificación y jerarquización de problemas y necesidades, en cualquier área del conocimiento. Además, en la evaluación de la calidad de planes y programas; como complemento de un estudio cuantitativo. Los métodos de investigación cualitativos sirven para evaluar estudios cuantitativos en los casos de validación de encuestas, para que los resultados no se queden sólo a escala numérica y porcentaje. Como método principal de investigación, los métodos cualitativos ofrecen un amplio espectro de posibilidades de investigación, mediante la conjugación de varias técnicas.

La investigación cualitativa exige el reconocimiento de múltiples realidades y trata de capturar la perspectiva del investigado.

Desde este punto de vista, se aprecia que en las investigaciones cualitativas es un hecho sumamente importante el sujeto o las fuentes a investigar. Los resultados están muy en dependencia de las emociones o de los análisis exhaustivos del contenido de las fuentes de información.

La investigación cualitativa permite hacer variadas interpretaciones de la realidad y de los datos. Esto se logra debido a que en este tipo de investigación el analista o investigador va al “campo de acción” con la mente abierta, aunque esto no significa que no lleve consigo un basamento conceptual, como muchos piensan. El hecho de tener mente abierta hace posible re direccionar la investigación en ese momento y captar otros tipos de datos que en un principio no se habían pensado. En otras palabras, la investigación cualitativa reconoce que la propia evolución del fenómeno investigado puede propiciar una redefinición y a su vez nuevos métodos para comprenderlo.

En los métodos de investigación cualitativos los investigadores no sólo tratan de describir los hechos sino de comprenderlos mediante un análisis exhaustivo y diverso de los datos y siempre mostrando un carácter creativo y dinámico.

La investigación cualitativa estudia los contextos estructurales y situacionales, tratando de identificar la naturaleza profunda de las realidades, su sistema de relaciones, su estructura dinámica.⁹

La investigación cualitativa cuenta con varias técnicas para la obtención de datos, como son:

- La observación.
- La entrevista.
- La revisión de documentos o análisis documental.
- El estudio de caso.
- Los grupos focales.
- Los cuestionarios.

Mediante la revisión de documentos los investigadores generalmente obtienen la mayor cantidad de datos. Esta es una de las técnicas que más se utilizan, unidos al empleo de los cuestionarios.

En el caso de la observación, el investigador tiene una oportunidad única de obtener información que en otros casos no se logra y que pueden influir en los resultados. Mediante esta técnica, que en la mayoría de los casos se utiliza unida a la entrevista, se captan mensajes o ideas que pueden ser omitidas, ya sea voluntaria o involuntariamente por parte del investigado. A menudo las personas emiten gestos o presentan actitudes que van en contra de lo que están diciendo.

⁹Consultas a base de información, en Internet: www.bvs.sld.cu, artículo publicado por DOMINGUEZ, Yanetsys en 2006, (Julio, 2013).

Por eso se hace necesario, que un investigador combine varias de estas técnicas para que la información que obtenga sea más segura y confiable en el momento de la toma de decisiones.

Ventajas y Desventajas de los métodos de Investigación Cuantitativas y Cualitativas y su uso en el Análisis de Información

Las investigaciones a realizar para desarrollar un análisis de información, pueden estar basadas en uno de estos métodos de investigación, pero la utilización de uno u otro está sujeta a ciertas ventajas o desventajas implícitas tanto en un método como en otro.

Los métodos cuantitativos son débiles en términos de validez interna, pues casi nunca se sabe si miden lo que quieren medir, pero a su vez resultan bastante fuertes en validez externa; lo que encuentran es generalizable al conjunto de una población. En este caso, para los métodos cualitativos sucede todo lo contrario, son muy precisos en la información obtenida basándose en lo que se buscaba, pero carecen de validez externa.

Una limitación de los métodos cualitativos es su dificultad para generalizar y entregar datos mensurables. La investigación cuantitativa con la prueba de hipótesis no sólo permite eliminar el papel del azar para descartar o rechazar una hipótesis, sino que permite cuantificar la relevancia de un fenómeno.

Una desventaja que ofrece la investigación cuantitativa es que se sirve de los sujetos del estudio, pero no saca al máximo toda la información que pudiera necesitar pues sus resultados se basan en los números que arrojen los estudios, sin mediar otros factores. En este caso, la investigación cualitativa se comunica con los sujetos y debido a las técnicas que utiliza, como la entrevista y la observación, logra obtener informaciones ocultas en los investigados, como ya se había mencionado. Por otra parte, puede existir

un complemento de ambas, donde se logre una fortaleza única en la investigación. Por ejemplo, en el caso de la técnica de grupos focales, componente de la investigación cualitativa, es necesario ser certeros en la selección del grupo para que no sea ni muy grande ni muy pequeño. Esta es una situación fácilmente resuelta con la utilización de los métodos de investigación cuantitativa, que uno de sus puntos más fuertes está en seleccionar muestras representativas de una población.

Se plantea también que el método cualitativo es subjetivo, frente al cuantitativo que es objetivo. Pero cabe analizar lo siguiente; lo subjetivo puede ser, lo influido por el juicio humano. Desde este punto de vista, tanto la investigación cualitativa como la cuantitativa, son subjetivas. Esto se aprecia porque en un estudio sobre bases cuantitativas, por ejemplo la selección de las variables o de una muestra tiene grandes influencias subjetivas.

Por otro lado, cuando se refiere a la medición de emociones, sentimientos, ente otros, se puede apreciar que varias técnicas psicosométricas y sociométricas, que pertenecen a la investigación cualitativa, se ocupan de medir por métodos cuantitativos emociones, sentimientos y actitudes.

También se afirma en varias fuentes que los métodos cualitativos son básicamente exploratorios e inductivos; contra los cuantitativos que son confirmatorios e hipotético-deductivos. Pero cada forma de dato o información, puede ser útil tanto para la generación de teorías como para confirmar hechos. Por tanto los métodos cuantitativos no son solamente para responder a determinadas preguntas por medio de un amplio desarrollo de fórmulas y números, como los métodos cualitativos no son solamente para hacerse preguntas en torno a un tema u objeto de estudio y formular hipótesis al respecto.

Visto esto, queda en evidencia que no hay una separación tan amplia entre estos métodos de investigación, sino que se complementan y que irán uniéndose cada día más, para el logro de resultados más confiables.

Un análisis de información, para que sea certero, debe desarrollarse bajo la conjugación de las investigaciones cualitativas y cuantitativas. Pues cada una por sí sola no brinda una confiabilidad absoluta, pues tiene ventajas y desventajas; pero unidas pueden llegar a ofrecer resultados verdaderamente fiables para la toma de decisiones.

En la siguiente figura se muestra un resumen de lo que debía ser el análisis de información, según este estudio, producto del complemento de los métodos de investigación cualitativa y cuantitativa, así como lo que principalmente aporta cada uno de estos métodos a tan importante labor.¹⁰

El empleo de ambos procedimientos cuantitativos y cualitativos en una investigación podría ayudar a corregir los sesgos propios de cada método.

¹⁰Ibíd.

CAPITULO III

ANÁLISIS CUALITATIVO

Sumario:1.- La Estrategia Empresarial,- El Proceso de Creación Estratégica 2.-El Análisis Estratégico,- Análisis de Elementos Internos y Externos de la Empresa,- Análisis FODA,- Análisis Externo de la Empresa: El modelo de las 5 fuerzas,- Análisis Interno de la Empresa: La Cadena de Valor 3.- Elección de la Estrategia.

Antes de introducirnos a fondo con el análisis financiero, consideramos de suma importancia detenernos un momento en lo que se conoce como análisis cualitativo. Éste se concentra en la perspectiva estratégica de la empresa y en cómo opera ésta. Se trata de aspectos que permiten comprender mucho el presente de la empresa y su posicionamiento de cara al futuro.

El proceso de planeación estratégica se considera funcional cuando las debilidades son disminuidas, las fortalezas incrementadas, el impacto de las amenazas atendido oportunamente y el aprovechamiento de las oportunidades es capitalizado en el alcance de los objetivos, la misión y la visión de la organización.

1.- Estrategia Empresarial

Las empresas inician su andadura rodeadas de otras empresas que también buscan su camino y sus metas, es decir, las empresas actúan en un entorno competitivo. En esta búsqueda, una de las primeras preguntas que deben plantearse los empresarios es: ¿hacia dónde queremos ir? Se trata de identificar y definir la misión de la empresa.

Muchas empresas se pierden en el camino o dan vueltas por falta de metas y objetivos claros que conduzcan al cumplimiento de su misión. Cuando aparecen dificultades carecen de esos puntos de referencia para orientarse. Es sorprendente ver como varias empresas desaparecen del mercado en un lapso de tiempo muy corto, y precisamente la falta de claridad a la hora de establecer esa misión puede ser uno de las causas de esos fracasos. Otras empresas, por el contrario, perseveran, logran superar los obstáculos y sobreviven porque tienen un propósito claro, se mantienen fieles a él o se adaptan en función de las variaciones que se producen en el entorno.

En definitiva, durante el camino, trabajan para crear las condiciones que favorezcan su desarrollo y crecimiento empresarial. Las grandes empresas tienen más posibilidades de movilizar recursos en la búsqueda de la estrategia adecuada, pero la PYME e incluso los empresarios individuales también están continuamente tomando decisiones estratégicas de una manera más intuitiva o espontánea.

El Proceso de la Creación Estratégica

La estrategia es un patrón de comportamiento que la empresa hace suyo por un período de tiempo determinado con el objetivo de enfrentarse al resto de empresas que operan en el mismo mercado. La estrategia pretende

conseguir una ventaja competitiva sostenida para la empresa que le permita obtener mejores rendimientos que sus competidores. Podemos resumir las características de una estrategia competitiva:

- ✓ Se concreta en un plan de acción para alcanzar unos objetivos.
- ✓ Se orienta a conseguir ventajas competitivas frente a los competidores.
- ✓ Viene determinada por las capacidades y limitaciones específicas de la empresa.
- ✓ Resulta condicionada por el entorno, es decir, los elementos externos a la empresa.
- ✓ Y se define por su carácter dinámico, es decir, se adapta continuamente a la realidad.

La actitud estratégica implica que la empresa planea sus próximas acciones y dispone y orienta sus recursos hacia la consecución de sus objetivos, entendiendo en todo momento que el entorno es cambiante y que es necesario adaptarse a los cambios continuamente. Es la llamada gestión del cambio. Por ello, el diseño de la estrategia no es un cuestión puntual sino que debe considerar el factor tiempo (cambia con el paso de los años) y el entorno (cambia cuando cambian las circunstancias en las que opera). El proceso de creación de la estrategia se debe completar a través de una secuencia de diferentes etapas que las podemos resumir en:

- Se parte de la misión y objetivos de la empresa, pues estos son los que deben cumplirse si la estrategia tiene éxito.
- ¿Dónde estamos? Diagnóstico inicial de la situación: el análisis estratégico (interno y externo) que veremos en el siguiente punto.

- ¿Por dónde queremos ir? Se analizan las estrategias competitivas posibles básicamente entre las tres que veremos en el último punto y se procede a su evaluación y selección de la más adecuada.
- ¿Cómo se ponen en práctica? Se diseñan planes parciales que recogen objetivos, presupuestos (medios) y responsabilidades.
- ¿En qué punto estamos? En qué medida se ejecutan los planes y se consiguen los objetivos y metas (control de la estrategia).



Fuente: Elaboración propia

2.- El Análisis Estratégico

El análisis estratégico consiste en recoger y estudiar datos relativos al estado y evolución de los factores externos e internos que afectan a la empresa, es decir, del entorno y de los recursos y capacidades de la organización. Este análisis sirve para que la organización conozca en cada momento su posición ante su reto estratégico.

En otras palabras intenta diagnosticar la posición competitiva de la empresa considerando aspectos tales como el sector en el opera, los productos que ofrece, los clientes que tiene y sus competidores.¹¹

Dicho análisis debe partir de la esencia de la propia empresa, plasmada en su misión y su visión sobre su posición en el mercado:

- La Misión es la finalidad última por la lucha y existe la organización, la empresa. Debe recoger el conjunto de valores de la organización y su conciencia de responsabilidad social (posición ética sobre cuestiones de seguridad, ecología, calidad...). La misión debe ser reconocida y compartida por todos los miembros de la organización para alcanzar un alto grado de armonía en la acción conjunta.

- La Visión representa la proyección en el presente de las expectativas de la empresa sobre lo que quiere ser y hacer la organización. Hace referencia a la posición que querría alcanzar la empresa en el futuro lejano y supone un desafío para ella. Consiste en definir hoy el proyecto empresarial que se irá concretando en el tiempo.

En el mundo empresarial, la visión se define como el camino al cual se dirige la empresa largo plazo y sirve de rumbo e incentivo para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad.¹²

Ambos conceptos están fuertemente relacionados, el empresario - emprendedor o alta dirección- tiene una visión de un proyecto empresarial que transmite a sus colaboradores y que posteriormente se concreta en la misión de la organización. Esta misión se mantiene estable durante un tiempo hasta que el nuevo reto estratégico al que tiene que enfrentarse la empresa obliga a cuestionarse su viabilidad. Así la dirección tiene que

¹¹AMAT, Oriol, Artículo: Nota Técnica Claves del Análisis de Empresas, en Internet: www.accid.org, (Julio, 2013), passim.

¹²FLEITMAN, Jack, Negocios Exitosos, Editorial Mc Graw Hill (México, 2000), Pág. 283.

generar una nueva visión para el futuro que otra vez se concreta en una nueva misión de la empresa para los próximos años.

Una vez establecidos estos conceptos la empresa llevará a cabo un análisis valorativo de sus puntos fuertes y puntos flacos, (FODA) que incluirá análisis de elementos externos e internos a la empresa.

Análisis de los elementos internos y externos

Análisis FODA

DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades) o SWOT en inglés (Strengths, Weakness, Oportunities and Tretas): El análisis DAFO ha alcanzado una gran importancia dentro de la dirección estratégica de la empresa. Su objetivo consiste en reflejar, en un gráfico o una tabla resumen, la evaluación de los puntos fuertes y débiles de la empresa (competencia o capacidad para generar y sostener sus ventajas competitivas) y de las amenazas y oportunidades que provienen del entorno, en coherencia con la lógica de que la estrategia debe lograr un adecuado ajuste entre sus capacidades y limitaciones y su posición competitiva en el mercado.

Lo importante es determinar qué hay que buscar para identificar y medir los puntos fuertes y débiles, las oportunidades y amenazas de la empresa, cuestiones clave que son reunidas en una tabla en la que tenemos:

- Debilidades: factores internos de la empresa que pueden perjudicar el cumplimiento de sus objetivos.
- Amenazas: factores externos a la empresa que pueden perjudicar el cumplimiento de sus objetivos.

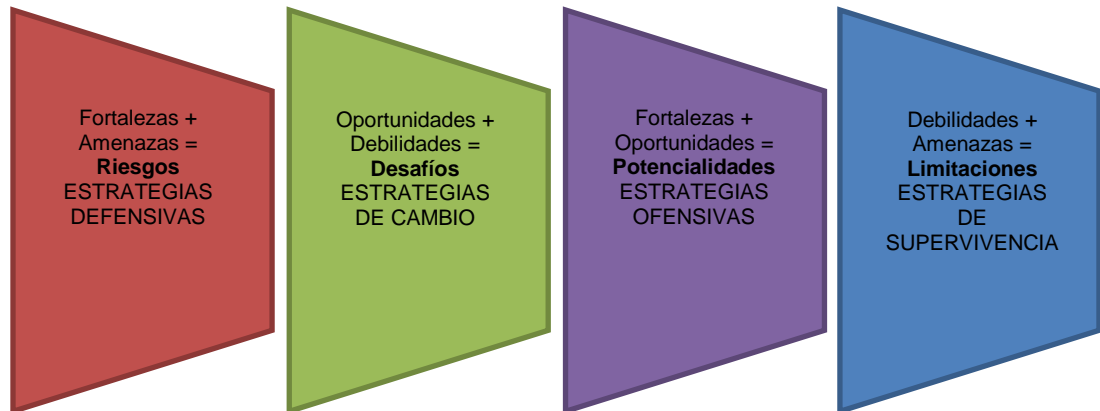
- Fortalezas: factores internos de la empresa que pueden favorecer el cumplimiento de los sus objetivos.
- Oportunidades: factores externos a la empresa que pueden favorecer el cumplimiento de sus objetivos.

Podemos destacar de todo lo anterior que la clave para la supervivencia de una empresa estará en aprovechar las conclusiones de su análisis DAFO para potenciar sus fortalezas, aprovechar sus oportunidades, minimizar sus debilidades y prepararse ante las amenazas.

El análisis FODA suele presentarse como forma de matriz en la siguiente manera:

MATRIZ DAFO	Aspectos Positivos	Aspectos Negativos
Factores Internos	Fortalezas	Debilidades
Factores externos	Oportunidades	Amenazas

ambién se pueden encontrar combinaciones de estos elementos de manera que su resultado permita afrontar una estrategia diferente en cada caso, esto se refleja en el esquema siguiente:



Análisis de Elementos Externos

A. Análisis del Entorno General o Macro entorno

El entorno genérico de la empresa se refiere a todos aquellos factores que afectan a todos los sectores de la economía y que pueden tener influencia sobre los resultados empresariales. La empresa no puede controlar estos factores, pero debe tenerlos en cuenta para formular y adaptar su estrategia. La incertidumbre del entorno es uno de los principales problemas para la empresa. Así, cuando el entorno es complejo y dinámico, es mucho más difícil acertar en las decisiones. Para analizar el entorno se utiliza el denominado análisis PEST (variables Político-legales, Económicas, Socioculturales o Tecnológicas).

B. Análisis del Sector Industrial o Micro entorno

Existen elementos del entorno que pueden afectar sólo a las empresas de un determinado sector, como por ejemplo, el comportamiento de los clientes, de la competencia o de los proveedores. Un sector

económico es el conjunto de empresas que desarrollan la misma actividad económica con productos o procesos productivos similares. El sector de actividad es el marco de referencia para analizar la competitividad de la empresa, es decir, su situación respecto a los competidores y su capacidad para sobrevivir.

Desde el punto de vista del funcionamiento de los mercados podemos ordenar los elementos de ese entorno específico en función de su papel como principales cinco fuerzas competitivas:

1) La competencia actual: es el grado de rivalidad de los competidores existentes en el sector, su número, su nivel de concentración, etc. Este grado de rivalidad entre los competidores existentes depende fundamentalmente de la estructura del mercado y de la tipología del sector, es decir, si son mercados de competencia perfecta o imperfecta (monopolio, oligopolio, competencia monopolística).

2) La amenaza de entrada de nuevos competidores o competencia potencial: no sólo hay que tener en cuenta las empresas existentes sino también las nuevas posibles incorporaciones. La llegada de nuevas empresas y con ello el aumento del nivel de competencia del sector está en función de la existencia o no de barreras de entrada, es decir, costes o limitaciones que dificultan el acceso de nuevas empresas competidoras al sector. Existen sectores en que continuamente surgen nuevos competidores (por ejemplo, los bares) pero otros en los que es difícil que entren nuevas empresas (por ejemplo, empresas de alta tecnología).

3) La amenaza de productos sustitutivos: depende de la probabilidad y grado en que otros productos pueden cubrir las mismas necesidades y está relacionado fundamentalmente con la incorporación de innovaciones tecnológicas. La tecnología se convierte así en un factor clave de competitividad empresarial.

4) El poder negociador de los proveedores: cuando los suministradores tienen un fuerte poder de negociación tienden a aumentar sus márgenes y precios para incrementar sus beneficios. Esto eleva los costes y deteriora los resultados de las empresas del sector.

5) El poder negociador de los clientes: un mercado concentrado en pocos clientes, que tiende así al monopsonio, incrementa el poder negociador de éstos, que establecen sus condiciones y ponen en aprietos a los productores de ese sector. Por ejemplo, las grandes superficies y cadenas de supermercados ejercen una enorme presión sobre sus proveedores debido a su gran poder de compra.

Análisis de Elementos Internos

Cadena de Valor

Al estudiar los recursos financieros, físicos, humanos, tecnológicos y comerciales y las capacidades que debe emplear la organización, como factores de diferenciación y competitividad, aparece el concepto decadena de valor. La cadena de valor hace referencia a la desagregación de actividades básicas que debe realizar la empresa para producir y vender su producto. Cada actividad representa una parte del coste total e incorpora parte del valor añadido por la empresa y su análisis permite descomponer en actividades el proceso de creación de valor de la empresa. Así se distingue entre:

- Actividades primarias: son las que forman el proceso productivo básico de la empresa y su comercialización, incluido el servicio postventa.
- Actividades de apoyo: son aquellas que sirven de soporte a las actividades básicas y garantizan el normal funcionamiento de la empresa. Se pueden considerar la infraestructura de la empresa: gestión de recursos humanos, tecnología, compras, entre otras.

El análisis de la cadena de valor permite a la empresa identificar aquellas actividades que generan el máximo valor y, por lo tanto, contribuyen en mayor proporción a sus resultados. Las actividades que generan menos valor generalmente no constituyen el núcleo esencial del negocio (corebusiness en inglés) y, por tanto, puede y suele plantearse su externalización o subcontratación.

El incremento de valor añadido de una actividad concreta o del conjunto del proceso productivo se debe en buena parte al efecto aprendizaje. Con este término nos referimos a la reducción de tiempo y otros costes necesarios para la realización de una actividad o proceso a medida que se repite. También interviene el efecto experiencia, es decir, la generalización del efecto aprendizaje al resto de actividades de la empresa, que se concreta en mejoras del proceso productivo, rediseño de productos y otros efectos asociados a la escala.

3.- Elección de la Estrategia

El "juego" competitivo consiste en intentar conseguir una mayor proporción de la torta, es decir de la demanda. En términos económicos, se trata de aumentar la cuota de mercado e incluso, a ser posible, convertirse dentro de un sector o segmento de mercado, en líder del mercado, es decir, ser la empresa que tiene la cuota de mercado superior a sus competidores. La búsqueda del liderazgo lleva a la empresa a tratar de elegir la mejor estrategia posible. Esta elección no tiene por qué ser única, sino que las empresas combinan diferentes estrategias, pero en general podemos resumir las estrategias competitivas en las tres siguientes:

- ❖ Estrategia de liderazgo en costes: consiste en producir con los costes más bajos y vender con precios competitivos, empleando la mejor

tecnología o menores costes en materias primas y salarios, localización adecuada, formación de los trabajadores, relaciones privilegiadas con proveedores y clientes, etc.

- ❖ Estrategia de diferenciación de producto: Todas las empresas que integran un sector o mercado ofrecen productos similares, pero no iguales, sino más o menos diferenciados, que se dirigen a satisfacer una misma necesidad básica para diversos tipos de consumidores. Por ello, tienen que competir entre sí, diferenciándose, para captar a los clientes y poder alcanzar sus objetivos trata de ofrecer un valor superior al cliente en términos de marca, calidad o servicio. El cliente está así dispuesto a pagar un mayor precio. La diferenciación permite establecer una idea de exclusividad en nuestro producto frente a competidores y sustitutivos. Mediante distintas estrategias de marketing, como pueden ser campañas de publicidad en medios de comunicación de masas o patrocinios se intenta crear una imagen de marca. Otras fuentes de diferenciación son las características técnicas del producto (prestaciones, durabilidad, fiabilidad), el servicio post-venta, la imagen favorable de la empresa, etcétera. Sólo con mirar a nuestro alrededor podemos ver cientos de campañas publicitarias que nos cuentan las bondades de cada marca y la exclusividad de cada producto.
- ❖ Estrategia de segmentación: consiste en centrarse en un determinado segmento del mercado, es decir, un colectivo de consumidores agrupados por área geográfica o por tipo de cliente en función de edad, sexo, ingresos, estilo de vida, uso del producto, etcétera. En general, más que especializarse en un solo sector las empresas lo que tratan es de introducir variaciones en su producto para adaptarlo a cada uno de los sectores. ¹³

¹³Consulta en internet: <http://e-ducativa.catedu.es/elecciónde la estrategia>, (01/11/2013)

CAPITULO IV

ANÁLISIS CUANTITATIVO

Sumario: 1.- Definición del Análisis Financiero,- Importancia del Análisis Financiero,- 2.-Estados Financieros,- Estados Financieros Principales o básicos,- El Balance General o Estado de Posición Financiera,- Componentes del Balance General,- El Estado de Resultados,- Componentes del Estado de Resultados,- 3.- Métodos de Análisis Financiero,- Método de Análisis Vertical,- Método de Análisis Horizontal 4.- Razones o Ratios Financieros,- Clasificación de los Indicadores Financieros.

1.- Definición del Análisis Financiero

“El análisis financiero es un proceso de recopilación, interpretación y comparación de datos cualitativos y cuantitativos y de hechos históricos y actuales de una empresa. Su propósito es el de obtener un diagnóstico sobre el estado real de la compañía, permitiéndole con ellos una adecuada toma de decisión”¹⁴

El análisis financiero consiste en la aplicación de herramientas y técnicas analíticas a los estados financieros de la empresa que nos permite

¹⁴ BAENA TORO, Diego, Análisis Financiero, Primera Edición, (México, 2010).

ordenar, clasificar la información financiera con el propósito de obtener medidas, índices razones y así diagnosticar la situación y perspectivas de la empresa, identificar sus fortalezas y debilidades, con la finalidad de poder tomar decisiones adecuadas.

Importancia del Análisis Financiero

El Análisis Financiero es de gran importancia ya que constituye un conjunto de técnicas que nos permite diagnosticar la situación y perspectivas de la empresa con la finalidad de poder tomar correctivos. Por medio de este análisis se puede advertir de las consecuencias en el ámbito financiero, que se puede presentar en los niveles de endeudamiento y la capacidad de pago, además interrelaciona los indicadores financieros, con otros aspectos de la gestión empresarial. La aplicación del análisis financiero, apoya la gestión del riesgo, facilitando el control para alcanzar resultados óptimos. También permite desarrollar una mejor planificación financiera de corto y largo plazo, gracias a los indicadores financieros, determinando los puntos fuertes y débiles de la empresa.

Desde una perspectiva interna, el análisis e interpretación de los estados financieros; representa una herramienta necesaria para los ejecutivos, confines de control y planificación. Y desde una perspectiva externa, es útil para quienes se interesen en conocer la situación y evolución de la empresa, tales como:

- ✓ A los socios e inversionistas potenciales a quienes les interesa evaluar los resultados, la solvencia en el largo plazo de la empresa.
- ✓ Entidades de Crédito, les interesa estudiar a los clientes para conceder los créditos y asegurar sus fondos.

- ✓ A los proveedores, quienes se empeñan en realizar un estudio de la situación económica de la empresa para otorgar crédito.
- ✓ Cámaras de la producción, comercio e industrias, en éstas se genera y se procesa información de las empresas para otorgar créditos.
- ✓ Además como usuarios de la información financiera tenemos a los Servicios de Control de Impuestos, también tenemos como usuarios a los socios de la Empresa ya que de esta información ellos obtienen los resultados de la Empresa.

2.- Estados Financieros

Los estados financieros son el resultado final de un proceso de contabilidad , que presentan cifras concretas, que son recopiladas, clasificadas y mostradas, al mercado o usuarios externos, que nos permiten ver la información de una manera general sobre la situación económica y financiera de la empresa en un período determinado.

Estos documentos muestran cuantitativamente, ya sea total o parcialmente, el origen y la aplicación de los recursos empleados para realizar un negocio o cumplir con determinado objetivo, el resultado obtenido en la empresa, su desarrollo y la situación financiera que guarda el negocio.

Sin embargo, hay algunos factores que por no ser cuantificables, como sucede, por ejemplo: con las condiciones de mercado, la capacidad de los administradores, eficiencia de la mano de obra, fuentes de abastecimiento de las materias primas, etc.

Por lo tanto, no pretenden ni pueden mostrar con exactitud matemática la posición financiera, los resultados obtenidos o cualquier otro

aspecto del negocio pues, como visto en gran parte es necesario tomar juicios y opiniones.¹⁵

Estados Financieros Principales o Básicos

- **Balance General**
- **Estado de Resultados o de Pérdidas y Ganancias**
- **Estado de Flujo de efectivo**
- **Estados de Variaciones en el capital contable**

De listado anterior solo vamos a desarrollar los fundamentos de los dos primeros, que son los que fueron utilizados en nuestro análisis.

El balance general

“El balance general muestra la posición financiera de una empresa en un punto específico en el tiempo. Indica las inversiones realizadas por una compañía bajo la forma de activos y los medios a través de los cuales se financiaron los activos, ya sea los fondos en préstamo (pasivos) o mediante la venta de acciones de capital (capital contable).”¹⁶

Es un estado que muestra la situación económica y financiera de una empresa en un período determinado, es decir el balance general es la fotografía de la empresa. Proporciona datos referentes a la forma y carácter del activo, del pasivo y de la situación patrimonial, mostrando también los beneficios netos del ejercicio. Por medio del estudio de estos datos se logra comprender el estado económico de la empresa, su solidez, solvencia y estructura patrimonial.

¹⁵FERNANDEZ, Bari Domínguez, Op. Cit.

¹⁶BESLEY, Scott, BRIGHAM, E., Fundamentos de Administración Financiera, Decimosegunda Edición, Editorial McGraw-Hill, Pág. 97.

En cuanto a su importancia, es un estado principal y es considerado “el Estado Financiero Fundamental que rinde la contabilidad, dentro de la estructura contable de la empresa”¹⁷

Tiene el propósito de mostrar la naturaleza de los recursos económicos de la empresa así como los derechos de los acreedores y de la participación de los dueños.

Si el balance es comparativo, muestra además los cambios en la naturaleza de los recursos, derechos y participación de un período a otro.

Muchos autores proponen diferentes criterios acerca del Balance General, pero si se analizan todos, se puede llegar a la conclusión que el Balance General o Estado de Situación es el documento que muestra la situación financiera de una empresa en un período determinado, en tres grandes grupos de cuentas: activo, pasivo y patrimonio.

Componentes del Balance General

Muchos autores proponen diferentes criterios acerca del Balance General, pero si se analizan todos, se puede llegar a la conclusión que el Balance General o Estado de Situación es el documento que muestra la situación financiera de una empresa en un período determinado, en tres grandes grupos de cuentas: activo, pasivo y patrimonio.

1) Activo: se refiere a todo aquello que le pertenece a la empresa y se clasifican según su grado de liquidez, es decir, la facilidad con la que se pueden convertir en efectivo.

➤ Activo Corriente: son aquellos Activos con mayor grado de liquidez (aquellos que se pueden convertir en efectivo en un período

¹⁷SIERRA, Guillermo, Op. Cit, pág. 50-62.

máximo de un año, es decir, el ciclo normal de operación de un negocio.

- Caja y Bancos: representa el Efectivo de la empresa (en la misma empresa o en Bancos). Este activo tiene un 100% de liquidez.
 - Cuentas por cobrar: son producto de las ventas al crédito y representan aquellos montos que la empresa va a recibir como pago de sus clientes (deudores).
 - Otras Cuentas por cobrar: son cuentas por cobrar producto de alguna transacción distinta al giro del negocio (alquiler de algún ambiente propiedad del negocio).
 - Inventarios: representan las existencias que tiene la empresa en su almacén, pudiendo ser: insumos, materia prima, productos en proceso y productos terminados, dependiendo del giro del negocio (empresa productora, comercial o de servicios).
 - Gastos pagados por anticipado: representas pagos que la empresa realiza por adelantado por algún producto o servicio que utilizará en el futuro (seguros, alquileres).
- Activo No Corriente: son aquellos Activos con menor grado de liquidez (aquellos que se pueden convertir en efectivo en un plazo mayor a un año). Entre ellos tenemos los Activos Fijos (terrenos, inmuebles, maquinarias, equipos) y Depreciación.
- Activos Fijos: son el Terreno, Edificios (Inmueble), Maquinaria y Mobiliario propiedad de la Empresa.
 - Depreciación: representa el desgaste de los Activos Fijos propiedad de la empresa, por su uso en el tiempo. El único Activo Fijo que no se deprecia es el Terreno.

2) Pasivo: son las obligaciones que tiene la empresa para con terceros (excepto dueños). Se clasifican según el plazo en el cual se tiene que cancelar dicha obligación y se dividen en Pasivo Corriente y Pasivo No Corriente.

❖ Pasivo Corriente: son aquellas deudas que deben cancelarse en el corto plazo (un año como máximo). Se tienen: Proveedores, Bancos, Empleados, Estado, entre otros.

- Proveedores: son las obligaciones que tiene la empresa para con sus Proveedores, por los créditos que estos le hayan otorgado.
- Bancos: son las deudas que tiene la empresa con los bancos por préstamos de corto plazo que estos le hayan otorgado.
- Empleados: son las deudas que tiene la empresa con sus empleados (trabajadores) por concepto de sueldos, gratificación, beneficios sociales, entre otros.
- Estado: son las deudas que tiene la empresa con el Estado por el pago de impuestos.

❖ Pasivo No Corriente: son aquellas deudas que deben cancelarse en el largo plazo (más de un año). Se tienen Hipotecas, Tenedores de Bonos, entre otros.

- Hipotecas: son deudas de largo plazo que tiene la empresa con entidades financieras por algún crédito hipotecario.
- Tenedores de Bonos: son deudas de largo plazo que tiene la empresa con inversionistas de bonos emitidos por esta.

3) Patrimonio: son las obligaciones que la empresa tiene con accionistas. Se tienen: Capital y Utilidades Acumuladas

- Capital: representa la inversión inicial y aportes posteriores que hayan realizado los dueños o accionistas de la empresa para la constitución y operación de la misma.
- Utilidades Acumuladas: son las ganancias que la empresa va teniendo en el tiempo las cuáles se van acumulando. Estas se pueden capitalizar (convertirse en Capital) o distribuirse a los dueños a través del pago de dividendos.

ACTIVO	PASIVO Y PATRIMONIO
	PASIVO
Activo Corriente	Pasivo Corriente
Caja y Bancos	Proveedores
Clientes	Bancos
Otras Cuentas por Cobrar	Empleados
Inventarios	Estado
Gastos Pagados por Anticipado	Total Pasivo Corriente
Total Activo Corriente	Pasivo No Corriente
	Deudas a Largo Plazo
Activo No Corriente	Total Pasivo No Corriente
Activo Fijo	Total Pasivo
Depreciación	Patrimonio
Activo Fijo Neto	Capital
Total Activo No Corriente	Utilidades Acumuladas
	Total Patrimonio
TOTAL ACTIVO	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO

Fuente: Elaboración propia

Análisis Vertical o Estructural del Estado de Situación Patrimonial

A través de este método se estudian las relaciones entre los datos financieros de una empresa para un solo juego de estados, es decir, para aquellos que corresponden a una sola fecha o a un solo período contable.

El Análisis Vertical del Estado de Situación, consiste en la comparación de una partida del activo con la suma total del balance, y/o con

la suma de las partidas del pasivo o del patrimonio total del balance, y/o con la suma de un mismo grupo del pasivo y del patrimonio. El propósito de este análisis es evaluar la estructura de los medios de la empresa y de sus fuentes de financiamiento.

Análisis Horizontal o Dinámico del Estado de Situación Patrimonial

Estudia las relaciones entre los elementos financieros para dos conjuntos de Estados de Situación Financiera, es decir, para los estados de fechas o períodos sucesivos. Por consiguiente, representa una comparación dinámica en el tiempo de los mismos. También evalúa cual ha sido el comportamiento de la tendencia de las diferentes cuentas que los componen, es decir, mide en qué cuantía se han incrementado dichas cuentas y en qué porcentaje.

- **Estado de Resultado o de Pérdidas o Ganancias**

“El estado de resultados, frecuentemente denominado estado de pérdidas y ganancias, presenta los resultados de las operaciones de negocios realizadas durante un período específico (un trimestre o un año). Este documento resume los ingresos generados y los gastos en los que haya incurrido la empresa durante el período contable en cuestión”.¹⁸

Es decir el estado de resultados es un documento contable dinámico que proporciona información detallada y ordenada de un período determinado, considerando partidas de ingreso, costos y gastos, hasta determinar la utilidad o pérdida del ejercicio.

¹⁸ BESLEY, Scott, BRIGHAM, E., Fundamentos de Administración Financiera, Decimosegunda Edición, Editorial Mac Graw-Hill, Pág. 97

Componentes del Estado de Resultados

- Ventas: Representa la facturación de la empresa en un período de tiempo, a valor de venta.
- Costo de Ventas: representa el costo de toda la mercadería vendida.
- Utilidad Bruta: son las Ventas menos el Costo de Ventas.
- Gastos generales, de ventas y administrativos: representan todos aquellos rubros que la empresa requiere para su normal funcionamiento y desempeño (pago de servicios de luz, agua, teléfono, alquiler, impuestos, entre otros).
- Utilidad neta: es la Utilidad antes de impuestos menos los impuestos y es sobre la cual se calculan los dividendos.
- Dividendos: Representan la distribución de las utilidades entre los accionistas y propietarios de la empresa.
- Utilidades retenidas: es la Utilidad Neta menos los dividendos pagados a accionistas, la cual se representa como utilidades retenidas para la empresa, las cuales luego pueden ser capitalizadas.

Ventas
(-) Costo de Ventas
Utilidad Bruta
(-) Gastos
Utilidad de Operación
(-) Gastos Financieros
Utilidad antes de impuestos
(-) Impuestos
Utilidad Neta
(-) Pago de Dividendos
Utilidades Retenidas

Análisis Vertical o Estructural del Estado de Resultado

El Análisis Vertical del Estado de Ganancias y Pérdidas estudia la relación de cada partida con el total de las mercancías vendidas o con el total de las producciones vendidas, si dicho estado corresponde a una empresa industrial. El importe obtenido por las mercancías, producciones o servicios en el período, constituye la base para el cálculo de los índices del Estado de Ganancias y Pérdidas. Por tanto, en el Análisis Vertical la base (100%) puede ser en total, subtotal o partida.

3.-Métodos de Análisis Financiero

“El método de análisis como técnica aplicable a la interpretación, muestra el orden que sigue para separar y conocer los elementos tanto descriptivos como numéricos que integran el contenido de los estados financieros”¹⁹

El proceso de análisis financiero consiste en la aplicación de un conjunto de técnicas e instrumentos analíticos a los estados financieros, así como la comparación, el análisis estructural, aplicación de ratios.

ANÁLISIS VERTICAL

También conocido como estático, que consiste en establecer la estructura de los estados financieros a una fecha determinada, se caracteriza por la comparación porcentual de las cuentas. Este análisis utiliza porcentajes tomando como base el 100%, a una cuenta contra la cual se relaciona cada una de las partidas que componen los estados financieros.

¹⁹BESLEY, Scott, BRIGHAM, E., Fundamentos de Administración Financiera, Decimosegunda Edición, Editorial Mac Graw-Hill, Pág. 97

Consiste en transformar en porcentajes los importes de las partidas de un balance mostrando el peso relativo de cada partida y facilita las comparaciones.

En el balance general se toma como base el valor de los activos totales o la suma de pasivo más capital, y para el caso del estado de resultados se toma como base las ventas netas.

ANÁLISIS HORIZONTAL

El análisis horizontal es más dinámico, éste nos permite comparar estados financieros de la empresa de dos o más períodos consecutivos para determinar las variaciones o cambios relativos de las diferentes cuentas de un período a otro. Se toma como base el estado de mayor antigüedad. El objetivo es determinar la mayor o menor velocidad con que se han movido los saldos en el período, mediante la determinación de tasas periódicas de variación (por eso se habla de cambios relativos, porque se expresan en porcentajes).

4.-Razones o ratios financieros

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. Las entradas básicas para el análisis de las razones son el estado de pérdidas y ganancias y el balance general de la empresa.”²⁰

Las razones o indicadores financieros son relaciones entre dos cifras que nos llevan a determinar una conclusión del Balance General o del Estado de Pérdidas y Ganancias, los cuales constituyen herramientas que

²⁰ GITMAN, LAWRENCE J., Principios de Administración Financiera, Undécima Edición, Editorial Pearson Educación, México, pág. 48.

miden la realidad económica financiera de una empresa, una adecuada interpretación de los indicadores exige la utilización de parámetros estándar que permiten comprender cuál es la situación comparativa de las empresas con respecto a su sector.

Clasificación de Indicadores Financieros

Los indicadores financieros llevan al análisis y reflexión del funcionamiento de las empresas frente a sus rivales. Los mismos se pueden clasificar en cuatro grandes grupos que se mencionan a continuación: Liquidez, Rotación, Endeudamiento y Rentabilidad.

a) Indicadores de Liquidez

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

En esencia, deseamos comparar las obligaciones de corto plazo los recursos de corto plazo disponibles para satisfacer dichas obligaciones.

Entre más alto es el cociente, mayores serán las posibilidades de cancelar las deudas a corto plazo; lo que presta una gran utilidad ya que permite establecer un conocimiento de cómo se encuentra la liquidez de esta, teniendo en cuenta la estructura corriente.

Los indicadores de liquidez son:

Razón de circulante o Índice de Solvencia: este considera la verdadera magnitud de la empresa en cualquier momento del tiempo y es comparable con diferentes entidades de la misma actividad.

$$\text{Índice de Solvencia} = \frac{\text{Activo Circulante}}{\text{Pasivo Circulante}}$$

Se utiliza como un indicador de la capacidad de la empresa para liquidar oportunamente sus obligaciones a corto plazo. Tal relación se considera lógica debido a que las deudas a plazo menor a un año, normalmente son liquidadas con los recursos líquidos resultantes de la conversión en efectivo de los activos circulantes. Por la naturaleza de estos activos su conversión en efectivo se efectúa dentro del plazo de un año.

El cociente obtenido de esta razón representa la cantidad en pesos y centavos que se tiene de activo circulante por cada peso de pasivo a corto plazo. Por ejemplo, si el cociente fuera 1,84 significaría que se tienen \$1,84 de activo circulante por cada peso de pasivo exigible a plazo menor de un año. Un cociente de \$2,00 de activo circulante por cada \$1,00 del pasivo circulante, algunas veces es considerado como satisfactorio para una empresa. Sin embargo, para determinar el cociente apropiado para cada empresa debe calcularse el tiempo de conversión en efectivo de los rubros del activo circulante, lo cual depende principalmente de los grados de rotación de las cuentas por cobrar y de los inventarios.

La administración eficiente del capital de trabajo requiere de la atención a los procesos de la rápida conversión en efectivo de las cuentas por cobrar y los inventarios. Asimismo, el cociente apropiado depende, entre otras cosas, de las condiciones en términos de tiempo, del crédito obtenido

de los proveedores y acreedores en relación con el plazo concedido a los clientes y deudores para liquidar sus adeudos a la empresa, y de la rotación de los inventarios. El verdadero significado de la razón de solvencia puede determinarse analizando en detalle las características del activo circulante y del pasivo circulante, esto es, estudiando a fondo los componentes del capital de trabajo de la empresa. El analizador, en su estudio de la solvencia, no debe llegar a conclusiones finales hasta tanto no haya aplicado, por lo menos, las razones de solvencia, rotación y la “prueba de ácido” una vez determinadas las condiciones obtenidas de los acreedores, y también la capacidad de la empresa para generar recursos líquidos en el corto plazo.

Se considera, en general, que una empresa que tenga activos circulantes integrados principalmente por efectivo y cuentas por cobrar circulantes tiene más liquidez que una empresa cuyos activos circulantes consisten básicamente de inventarios. En consecuencia, debemos ir a herramientas de análisis “más finas” si queremos hacer una evaluación crítica de la liquidez de la empresa

Prueba Ácida: esta prueba es semejante al índice de solvencia, pero dentro del activo corriente no se tiene en cuenta el inventario de productos, ya que este es el activo con menor liquidez.

$$\text{Prueba Ácida} = \frac{\text{Activo Circulante} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivo Circulante}}$$

Esta razón complementa el estudio de la solvencia y para calcularla es necesario clasificar el activo circulante en dos grupos:

- El efectivo y los activos de rápida conversión en efectivo, tales como las inversiones temporales y las cuentas por cobrar, y

- Los activos menos líquidos, tales como los inventarios, que normalmente requieren de más tiempo para su conversión en efectivo, y los gastos pagados por anticipado.

El importe del primer grupo, al que se denomina activo disponible, se divide entre el total de pasivo circulante para obtener la razón de la prueba de ácido o razón de liquidez. Cuando las cuentas por cobrar son de lenta recuperación, se excluyen del cálculo anterior

La liquidez comúnmente baja del inventario tiene su origen en factores:

- 1) Muchos tipos de inventario no se venden con facilidad porque son productos incompletos, similares o para propósitos especiales, y

- 2) El inventario se vende normalmente a crédito, lo que significa que se transforma en una cuenta por cobrar antes de convertirse en dinero.

La prueba ácida es más rigurosa, revela la capacidad de la empresa para cancelar sus obligaciones corrientes, pero sin contar con la venta de sus existencias, es decir, básicamente con los saldos de efectivo, producido de sus cuentas por cobrar, sus inversiones temporales y algún otro activo de fácil liquidación que pueda haber diferente a los inventarios. Dentro del índice de prueba ácida es usualmente que el inventario es el activo circulante con menos liquidez por lo que no se debe tomar en cuenta. Los inventarios son más sujetos a pérdidas en caso de quiebra.

La Prueba Ácida ideal puede ser de 1: 1, por cada peso que debe en el corto plazo, se tiene un peso fácilmente convertible en dinero en el activo corriente.

El Fondo de Maniobra

El fondo de maniobra puede calcularse de dos formas:

FM= Patrimonio Neto + Pasivo No Corriente – Activo No Corriente

FM = Activo Corriente – Pasivo Corriente

- Cuando el FM es positivo ($AC > PC$), significa que parte del activo circulante está siendo financiado con recursos permanentes (propios y ajenos a largo plazo), lo que indica que la empresa mantiene un correcto equilibrio financiero.

- Por el contrario, un FM negativo ($AC < PC$) implica que parte del inmovilizado está siendo subvencionado con deudas a corto plazo, lo cual señala un desequilibrio financiero. Tan sólo determinadas empresa, como las grandes superficies, en donde los plazos de cobro resultan más pequeños que los plazos de pagos, pueden mantener estas posiciones sin provocar tensiones de liquidez.

b) Indicadores de Eficiencia o Actividad

Este indicador es el que mide la velocidad con la que diversas cuentas se convierten en ventas o efectivo.

Los indicadores de actividad también llamados indicadores de rotación tratan de medir la eficiencia con la cual una empresa utiliza sus activos, según la velocidad de recuperación de los valores aplicados en ellos. Los indicadores de esta categoría pueden explicar por qué una empresa puede hacer rotación de sus activos con mayor rapidez que otra. A continuación se presentan algunos casos de este tipo de activos.

Rotación de Inventarios

La rotación de inventarios de mercancías de la empresa muestra las veces que rota el inventario en el año. Miden comúnmente la actividad, o la liquidez, del inventario de una empresa.

Se calcula de la manera siguiente:

$$\text{Rotación de Inventario} = \frac{\text{Costo de la Mercadería Vendida}}{\text{Inventarios}}$$

La rotación de los inventarios significa la cantidad de veces promedio que durante el año estos se renuevan mediante la producción y venta, convirtiéndose su existencia en cuentas por cobrar o efectivo y nuevamente en inventarios.

Plazo Promedio del Inventario o días de rotación de inventario

Representa el promedio de días que un artículo permanece en el inventario de la empresa y se calcula de la siguiente manera:

$$\text{Plazo Promedio de Inventario} = \frac{365}{\text{Rotación de Inventarios}}$$

Este resultado es el número promedio de días de venta en un inventario

Otra interpretación del resultado de esta razón es el número de unidades monetarias de venta que genera cada unidad monetaria invertida en inventario.

Mientras mayor sea el valor de esta razón, más eficientemente se estará utilizando el inventario para generar ventas.

Rotación de cuentas a cobrar

La Rotación de Cuentas por Cobrar muestra las veces que rotan las cuentas por cobrar en el año. Se calcula dividiendo las Ventas Netas entre el saldo de las Cuentas por Cobrar a corto plazo.

$$\text{Rotación de cuentas a cobrar} = \frac{\text{Ventas a crédito}}{\text{Cuentas a cobrar}}$$

El resultado representa el número de veces que las cuentas por cobrar rotan durante el año comercial.

Período Promedio de Cobro

Para determinar los días de Venta por cobrar, o Tiempo medio que debe esperar la Empresa después de efectuar una venta para recibir efectivo, se dividen los días en el año entre la rotación de cuentas por cobrar.

Ejemplo:

Días en el año = 360

Rotación de Cuentas por Cobrar = 10 meses

Días de Venta por cobrar = $360 / 10 = 36$ días.

El período promedio de cobro es el número de veces que las cuentas por cobrar giran, en promedio de un período determinado de tiempo generalmente un año.

Este indicador permite conocer la rapidez de la cobranza pero no es útil para evaluar si dicha rotación está de acuerdo con las políticas de crédito fijadas por la empresa.

$$\text{Período promedio de cobro} = \frac{365}{\text{Rotación de cuentas a cobrar}}$$

El indicador nos señala, que las cuentas por cobrar están circulando un número de días definido, es decir, nos indica el tiempo promedio que tardan en convertirse en efectivo.

El período promedio de cobranza es importante solo en relación con los términos de crédito de la empresa. Si la compañía extiende términos de crédito a 30 días a los clientes, un periodo promedio de cobranza de 58.9días podría indicar un crédito administrado de manera deficiente o un departamento de cobranza ineficiente o ambos. Si la empresa ha extendido en términos de crédito a 60días se consideraría el resultado bastante aceptable.

Rotación de cuentas por pagar

La Rotación de las Cuentas por Pagar muestra la relación existente entre las compras a crédito efectuadas durante el año fiscal y el saldo final de las Cuentas por Pagar.

$$\text{Rotación Cuentas por Pagar} = \frac{\text{Costo de la Mercadería Vendida}}{\text{Cuentas por pagar}}$$

Plazo Promedio de Pago

El Plazo Promedio de Pago muestra los días que se demora la empresa para pagar sus deudas.

$$\text{PPP} = 365 / \text{Rotación cuentas por pagar}$$

Rotación de Activos Totales

La rotación de activos totales indica la eficiencia con la que la empresa utiliza sus activos para generar ventas. Por lo general, cuanto mayor sea la rotación de activos totales de una empresa, mayor será la eficiencia de utilización de activos.

Esta medida es quizá la más importante para la gerencia porque indica si las operaciones de la empresa han sido eficientes en el aspecto financiero.

La rotación de activos totales se calcula del modo siguiente:

$$\text{Rotación de Activos Totales} = \frac{\text{Ventas Anuales}}{\text{Activo Total}}$$

Frecuencia con que la Empresa rota el total de sus activos

Mide el tiempo que debe transcurrir antes de que la inversión total en activos sea utilizada para generar ventas.

$$\text{Frecuencia de Rotación de Activos} = \frac{365}{\text{Rotación de Activos Totales}}$$

c) Indicadores de Endeudamiento

Estos indican el monto del dinero de terceros que se utilizan para generar utilidades, éstas son de gran importancia ya que estas deudas comprometen a la empresa en el transcurso del tiempo.

El nivel de endeudamiento señala la proporción en la cual participan los acreedores sobre el valor total de la empresa. Así mismo, sirve para identificar el riesgo asumido por dichos acreedores, el riesgo de los propietarios del ente económico y la conveniencia o inconveniencia del nivel de endeudamiento presentado. Altos índices de endeudamiento sólo pueden ser admitidos cuando la tasa de rendimiento de los activos totales es superior al costo promedio de la financiación.

Razón de Endeudamiento

Mide la proporción del total de activos aportados por los acreedores de la empresa

$$\text{Razón de Endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}}$$

Esta razón muestra el porcentaje de la inversión total en activo que ha sido financiado por deuda, y es frecuentemente llamada “grado de apalancamiento financiero”

La diferencia entre la razón anterior y el 100% representa la razón del capital contable (patrimonio) al activo total, o sea el porcentaje del activo que ha sido financiado por los propietarios o accionistas.

La razón del pasivo al activo total y la del capital contable al activo total, reflejan la importancia relativa de las fuentes de recursos provenientes de la deuda del capital. Un aumento constante de la relación de pasivo al activo total, representa una insuficiencia de capital propio, en relación al volumen de los negocios. Puede representar también una estrategia de crecimiento de la empresa basada en recursos tomados en préstamo. En

ciertos casos refleja una reducción del capital debida a una operación deficitaria.

En términos generales, cuando el cociente obtenido de esta razón es inferior al 50% se considera que la situación financiera es satisfactoria. Asimismo, cuando el cociente excede del 50% muestra que la inversión de los acreedores en la empresa es preponderante en relación con la de los accionistas y que la calidad y resistencia de la situación financiera se tornan débiles.

Razón de Deuda a Capital

Indica el porcentaje que representan los pasivos totales sobre el capital total; o el número de unidades monetarias que se adeudan por cada unidad monetaria que se tiene de capital.

$$\text{Razón de Deuda a Capital} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Capital Total}}$$

Razón de Autonomía

La Razón de Autonomía muestra hasta qué punto la empresa tiene independencia financiera ante sus acreedores. Se determina dividiendo el valor del patrimonio entre el activo total.

$$\text{Razón de Autonomía} = \frac{\text{Patrimonio}}{\text{Activo Total}}$$

Multiplicador del capital

Indica el porcentaje que representan los Activos Totales sobre el Capital Total; o el número de unidades monetarias de activos que se han financiado con cada unidad del capital total. A partir de esta razón es posible conocer el porcentaje de la estructura de capital que está representado por deuda y el porcentaje que está representado por capital.

$$\text{Multiplicador del capital} = \frac{\text{Activo total}}{\text{Capital Total}}$$

El que un resultado alto o bajo sea mejor o peor para la empresa depende de la estructura de capital de la misma.

Capacidad de Pago de Intereses

Denominada con frecuencia razón de cobertura de intereses, mide la capacidad de la empresa de efectuar pagos de intereses contractuales, es decir, para pagar su deuda.

Cuanto más alto sea el valor de esta razón, mayor será la capacidad de la empresa para cumplir sus obligaciones de intereses.

La razón de la capacidad de pago de intereses se calcula de la siguiente forma:

$$\text{Capacidad de pago de intereses} = \frac{\text{UAI}}{\text{Intereses}}$$

Donde UAI = Utilidad antes de Intereses e Impuestos

Indica hasta qué punto pueden disminuir las utilidades sin poner a la empresa en una situación de dificultad para pagar sus gastos financieros.

Es un indicador utilizado con mucha frecuencia por las entidades financieras, ya que permite conocer la facilidad que tiene la empresa para atender sus obligaciones derivadas de su deuda.

d) Indicadores de Rentabilidad

Para analizar las utilidades de una empresa, se emplea una serie de indicadores que miden diversos aspectos y permiten tomar decisiones estratégicas para la empresa porque miden su capacidad de generación de utilidad.

Tienen por objetivo apreciar el resultado neto obtenido a partir de ciertas decisiones y políticas en la administración de los fondos de la empresa. Evalúan los resultados económicos de la actividad empresarial. Son indicadores muy utilizados y prácticos que salen del Informe de los Estados de Resultados.

Sin utilidades una empresa no podría atraer capital externo, más aún, los propietarios y los acreedores actuales se preocuparían por el futuro de la empresa y tratarían de recuperar sus fondos. Los propietarios, los acreedores y la gerencia concretan su atención en incrementar las utilidades debido a la gran importancia que éstas tienen en el mercado.

Margen de Utilidad Bruta

Esta razón nos indica la ganancia de la compañía en relación con las ventas, después de deducir los costos de producir los bienes que se han vendido. También indica la eficiencia de las operaciones así como la forma en que se asignan precios a los productos.

$$\text{MUB} = \frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ventas}} = \frac{\text{Ventas} - \text{Costo de Ventas}}{\text{Ventas}}$$

Cuanto más grande sea el margen bruto de utilidad, será mejor, pues significa que tiene un bajo costo de las mercancías que produce y/ o vende. Lo ideal es que entre más alto sea el porcentaje resultante de las ventas menor sea el costo de ventas.

Margen de Utilidad Neta

El margen de utilidades netas nos muestra la eficiencia relativa de la empresa después de tomar en cuenta todos los gastos e impuestos sobre ingresos, pero no los cargos extraordinarios

Determina el porcentaje de cada peso de ventas que queda después de deducir todos los costos y gastos, incluyendo los intereses e impuestos. Cuanto más alto sea el margen de utilidad neta de la empresa, mejor.

Este margen se usa comúnmente para medir el éxito de la empresa en relación con las utilidades sobre las ventas. Los márgenes de utilidad neta adecuados difieren en forma considerable en las diversas industrias. Por ejemplo, el margen neto de una actividad de manufactura o agricultura tiende a ser mayor que en una actividad comercial. Esta última necesita de un gran volumen de ventas y fuertes economías de escala para lograr altos niveles de utilidad debido a sus bajos márgenes brutos.

$$\text{MUN} = \frac{\text{Utilidad Neta después de Intereses e Impuestos}}{\text{Ventas}}$$

Rendimiento sobre los Activos (ROA)

Del inglés "return on total assets" (ROA), este indicador determina la eficacia de la gerencia para obtener utilidades con sus activos disponibles.

Cuanto más alto sea el rendimiento sobre los activos de la empresa, mejor. El rendimiento sobre los activos se calcula del modo siguiente:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Utilidades Netas después de Impuestos}}{\text{Activos Totales}}$$

Esta razón es algo inapropiada, puesto que se toman las utilidades después de haberse pagado los intereses a los acreedores.

Cuando los cargos financieros son considerables, es preferible, para propósitos comparativos, calcular una tasa de rendimiento de las utilidades netas de operación en lugar de una razón de rendimiento de los activos. Se puede expresar la tasa de rendimiento de las utilidades netas de operación como:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Utilidades Antes de Intereses e Impuestos}}{\text{Activo Total}}$$

Al utilizar esta razón, podemos omitir cargos financieros diferentes (intereses y dividendos de acciones preferentes). De manera que la relación analizada, es independiente del modo en que se financia la empresa.

Razón de Rendimiento del Capital (ROE)

Del inglés "returnonequity" (ROE), estima el rendimiento obtenido de la inversión de los propietarios de la empresa. Por lo general, cuanto mayor sea el rendimiento, mejor será para los propietarios. El rendimiento sobre el capital contable se calcula por medio de la siguiente fórmula:

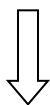
$$\text{ROE} = \frac{\text{Utilidades Netas después de Impuestos}}{\text{Capital Total}}$$

Indica el poder productivo sobre el valor contable de la inversión de los accionistas y muchas veces se utiliza para comparar dos o más empresas en una industria. Por lo general, cuanto mayor sea este rendimiento, mejor situación alcanzarán los activos de los dueños

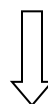
Análisis Dupont²¹

El ROA Y el ROE pueden descomponerse por el método Dupont:

$$\text{ROA} = \text{UN/ Ventas} \times \text{Ventas/ Activo Total Promedio}$$



Refleja la política
PRODUCTIVA de la
Empresa

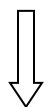


Refleja la Política COMERCIAL de la
Empresa

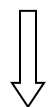
$$\text{ROA} = \text{Margen de Utilidad} \times \text{Rotación de activos}$$

Se puede concluir mediante esta fórmula que para mejorar el ROA, la empresa debe mejorar la política productiva o la política comercial.

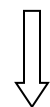
$$\text{ROE} = \frac{\text{UN}}{\text{Ventas}} \times \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Total Promedio}} \times \frac{\text{Activo Total Promedio}}{\text{Capital propio promedio}}$$



Política productiva



Política Comercial



Política Financiera

²¹ ROSPIDE, Jorge, Apuntes de clase, Materia Finanzas de Empresas II, Facultad de Ciencias Económicas, UNT (San Miguel de Tucumán, Octubre 2012)

ROE = Margen neto x Rotación de Activos x Endeudamiento

Podemos concluir que para mejorar el ROE, se debe mejorar la política productiva, la política comercial y la política financiera.

La diferencia entre el ROE y el ROA es la política financiera, o el endeudamiento.

CAPITULO V

ANÁLISIS PRÁCTICO

Sumario: 1.- Metodología aplicada 2.- Análisis Cualitativo COMBUSTIBLE DEL SUR SRL,-Antecedentes,- Análisis Estratégico 3.- Análisis Cuantitativo,- Análisis Vertical,- Análisis Horizontal,- Análisis de los Indicadores

1.- Metodología

“Metodología puede entenderse como el conjunto de procedimientos utilizados para alcanzar una gama de objetivos que rigen una investigación de tipo científico o marcan el rumbo de una exposición”.

Siguiendo esta línea, el siguiente análisis tiene por objetivo realizar un diagnóstico económico-financiero de la empresa COMBUSTIBLES DEL SUR SRL, para determinar la situación actual de la misma y a partir perspectiva integral identificar las áreas de mejora y proporcionar las recomendaciones pertinentes.

El proceso de investigación consistió en la recopilación y procesamiento de información cualitativa y cuantitativa, que se obtuvo a través de fuentes de información primaria, como los estados financieros elaborados por el CPN encargado de llevar la administración de la empresa y la entrevista realizada al gerente encargado de la estación; y secundarias,

que se refieren a la información científica obtenida de fuentes bibliográficas, que proporcionaron la base teórica y conceptual del estudio.

Se comenzó con la realización de un análisis cualitativo, aplicando las herramientas de diagnóstico para determinar la situación en la que se encuentra la empresa y la competitividad de la misma.

El análisis cuantitativo, se llevó a cabo aplicando el análisis vertical, horizontal y calculando los indicadores financieros, basándonos en la información obtenida y en los estados contables de la empresa, revisando cada una de las partidas del periodo bajo estudio, para determinar el manejo de las mismas.

Con todo lo mencionado establecimos la posición en la que se encuentra, indicando principalmente cuáles son sus fortalezas y debilidades áreas problemáticas que requieren atención y finalmente sugerir o recomendar acciones correctivas para superar las limitaciones de gestión y aprovechar las ventajas que surgen de las áreas con mejor desempeño.

El período de análisis bajo estudio es de 2 años, comprendido desde Mayo de 2010 hasta Junio de 2012.

2.-Análisis CUALITATIVO

Antecedentes: Empresa

Para el presente estudio, se analizó una Estación de Servicios denominada “Combustibles Del Sur” constituida como una Sociedad de Responsabilidad Limitada.

Es una empresa comercial constituida con capital familiar, cuyo directorio se conforma por dos socios y se encuentra ubicada en la ciudad de Aguilares, Provincia de Tucumán.

La actividad de la misma comprende el comercio minorista de combustibles líquidos (nafta, gasoil y derivados) y gaseosos (gas natural comprimido- GNC) al público general.

Además del expendio de combustibles como actividad principal, la estación cuenta con un Refishop (mini mercado) y ofrece una gran variedad de lubricantes, accesorios y repuestos para el mantenimiento de los vehículos.

Productos

Los productos que ofrece la CCSS²² "Combustibles del Sur" son principalmente combustibles líquidos y GNC, productos de reventa en playa y cuenta además con un drugstore las 24 horas para de esta manera satisfacer a sus clientes y lograr su fidelidad.

Dentro de la línea se combustibles líquidos se ofrece:

- ❖ Nafta Refinor 97
- ❖ Nafta Súper (95 octanos)
- ❖ Nafta Normal (85 octanos)
- ❖ Eco Diesel
- ❖ Eco Diesel Max

En lo que respecta a productos de reventa en playa se ofrecen: aceites, aditivos, anticongelantes, limpia parabrisas, etc.

²² CCSS= Centro de Servicios.

Planificación Estratégica

VISIÓN

Busca ser la institución líder en el suministro de combustibles y GNC de los vehículos de la Municipalidad de Aguilares y sectores aledaños, asegurando servicios de calidad, productos excelentes y confiables, y conservar el medio ambiente.

Además busca diversificar la gama de productos y servicios que el cliente exige y busca en una estación de servicios, logrando de esta manera la capacidad de adaptar cambios a las necesidades de las posibles demandas.

MISIÓN

Satisfacer integralmente las necesidades de desplazamiento de los vehículos que circulan en el Municipio de Aguilares y sus alrededores a través de la venta de combustibles y sus derivados y la mejor atención al consumidor, ofreciendo servicios y productos de calidad y cantidad justa, precautelando la conservación del medio ambiente, todo esto en un clima laboral óptimo y desarrollo integral.

VALORES

Los valores apoyan la misión, de atender a los clientes de la mejor manera, crear un ambiente laboral ideal y un desarrollo integral de la organización.

Es necesario que se tengan presentes y se lleven a la práctica dentro de la empresa:

- Respeto y Honestidad
- Atención al Cliente
- Trabajo en equipo
- Competitividad
- Responsabilidad
- Puntualidad

Ante todo en la estación se busca el bienestar de los clientes internos y los clientes externos, donde la dedicación al trabajo se hace el factor más importante ya que genera eficiencia y eficacia en todas las actividades y sirve como punto de partida para que los empleados se identifiquen e involucren con ella mediante la motivación y el compromiso, donde las relaciones giran entorno a un ambiente en el cual prima el respeto que favorece la convivencia de todos los miembros internos y externos de la empresa.

OBJETIVOS

Los objetivos de la empresa son la base de la planificación estratégica, estos están enlazados con la visión de futuro de la misma, buscando concordar los recursos que posee con las condiciones de mercado.

- ✓ Distribuir combustibles de excelente calidad y con medidas exactas.
- ✓ Competir en base a calidad, cantidad y servicio.
- ✓ Incentivar a sus colaboradores para un buen desempeño y atención al cliente, y de esta manera mantener un clima laboral óptimo.

- ✓ Cada miembro es responsable de la calidad de su trabajo. La dirección es responsable de impulsar la implementación de la política y los objetivos de calidad.
- ✓ Mejoramiento del proceso productivo.

Estrategia

La empresa sigue una ESTRATEGIA DE DIFERENCIACIÓN

Debido a que el precio del combustible está regulado y controlado, estas no compiten en cuanto a costo, sino en cuanto a calidad y valor agregado que son capaces de ofrecer a la clientela, es por ellos que la estrategia que utilizan es la diferenciación. Además los clientes buscan combustibles que no contengan otros tipos de sustancias y pueda perjudicar la vida útil de los vehículos.

Asimismo la estación busca ofrecer servicios adicionales que agregan valor a los productos y/o servicios posee cualidades distintivas importantes para el consumidor.

Análisis Estratégico

ANALISIS FODA DE LA ESTACION DE SERVICIO

Para el análisis FODA de la empresa se desarrollará una lista general de todos los factores encontrados dentro de Estación de Servicio “Combustibles del Sur SRL”, y que pueden tener incidencia positiva o negativa en el negocio. Posteriormente se elaborará la lista plana FODA en la cual se ordenará cada factor según su importancia.

LISTA FACTORES FODA

FORTALEZAS

- El 90% del personal de despacho o atención al cliente se trata de empleados con más de 5 años de experiencia.
- La Estación de servicios no incurre en costos por flete del combustible ya que se posee un camión con tanque cisterna propio, asegurando que el combustible llegue sin ser alterado y en la cantidad exacta comprada.
- El control de ventas y de inventarios es a diario, por lo que se reduce las posibilidades de faltantes del combustible en los tanques.
- Ubicación estratégica, al situarse frente de la plaza principal de la Ciudad de Aguilares, impulsa una buena demanda de combustible por parte de los habitantes de la ciudad.
- Brinda un servicio Integral, desde combustibles, GNC, lubricentro hasta drugstore (Refishop).
- Cumple con la Certificación de las Normas ISO de Calidad y Seguridad.
- Excelente atención y trato con los clientes.
- Seguridad contractual de cupo de combustibles con su principal proveedor.
- KnowHow: Conjunto de conocimientos, producto de la información, la experiencia y el aprendizaje del gerente, determinantes del éxito comercial.
- Excelente calidad en los productos y servicios.
- Amplio espacio físico.

- El crédito que otorga la estación de servicios para entidades públicas como ser la policía local, hospitales y para distintas empresas del lugar.

DEBILIDADES

- Rapidez en el deterioro en la infraestructura de la estación de servicio, lo que implica un continuo gasto de presupuesto en mantenimiento.
- Poco presupuesto destinado publicidad y promociones.
- La planeación para facilitar créditos de combustible a los clientes no se lo realiza con previo estudio financiero.
- Poco margen de rentabilidad de los combustibles y altos costos.
- Alto nivel de la cartera de cuentas a cobrar, por lo que reduce la rotación de activos.
- No cuentan con un sistema de gestión de clientes.
- Perdida del mercado carretero que son los vehículos y transportistas que van de paso.

OPORTUNIDADES

- La ciudad de Aguilares presenta una tasa de promedio anual de crecimiento poblacional registrada en el periodo intercensal de 2001 a 2010, de 10%.²³
- Demanda en plena expansión.

²³Fuente: INDEC, resultados del censo nacional de población, hogares y viviendas en 2010.

AMENAZAS

- La apertura de más estaciones de servicio en la ciudad.
- La subida constante de precios en los productos, versus el margen de rentabilidad del combustible pone en riesgo la actividad de las estaciones de servicios.
- Economía del país muy inestable e incierta.
- Política del país inestable.
- Alto poder de negociación de los proveedores

Se resume el análisis FODA de la estación de servicio en el siguiente cuadro n° 1:

FORTALEZAS		DEBILIDADES	
F1	Ubicación estratégica	D1	Poco margen de rentabilidad
F2	Empleados con Experiencia	D2	deterioro en la infraestructua
F3	Seguridad contractual en cupo de combustible	D3	Poco presupuesto para publicidad y promociones
F4	Excelente atencion y trato con los clientes	D4	Alto nivel de cuentas a cobrar
F5	Servicio Integral	D5	Otorgamiento crediticio sin estudio financiero previo
OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
O1	Ubicación estratégica	A1	Apertura de estaciones de servicios
O2	Amplio espacio fisico de la E/S	A2	Subida constante en el precio de combustibles
O3	Otorgamiento de creditos		
O4	Tasa de crecimiento poblacional 10%		

Cuadro N° 1: Elaboración Propia

Si bien no constituye directamente al objeto de estudio de dicho trabajo de seminario, el análisis FODA realizado nos orienta sobre el marco en que se desarrolla dicha organización y nos ayuda a entender el comportamiento de algunos de los índices financieros calculados en próximos capítulos.

Así mismo, para otorgar un valor agregado a dicho trabajo de investigación se desarrolló una lista de estrategias como conclusión del análisis elaborado. La misma se presenta de la siguiente forma

	Estrategia	Factor de Referencia
E1	Realizar un analisis exhaustivo de costos, para determinar aquellos que se puedan reducir y en cosecuencia aumentar el margen de rentabilidad	D1
E2	Elaboracion de una politica de publicidad y promocion para los clientes mas recurrentes	D3
E3	Elaboracion de un plan de inversion para aprovechar el espacio fisico disponible y reestructuracion del espacio deteriorado	D2
E4	Elaboracion de politica Crediticia que realice analisis financieros de otorgamiento de creditos	D5

Cuadro N° 2: Elaboración Propia

Modelo de las 5 Fuerzas Competitivas

Modelo de las 5 Fuerzas Competitivas de Porter, aplicado a Combustibles del Sur SRL

1. Rivalidad entre competidores

En el sector donde se encuentra la empresa existen dos competieres más, una estación de servicios de YPF y otra de Shell.

La clave para poder hacer frente a la competencia, es principalmente la zona estratégica donde encuentra ubicada la empresa, ya que esta es la única que está en el centro de la ciudad y su competencia se encuentra en las afueras y esto hace que se preferida por los habitantes de la misma.

Por otro lado, dado que los precios son similares por las regulaciones que rigen al mercado de combustible, la ventaja competitiva tendrá que ser aquella que brinde algún servicio o beneficio adicional sobre el producto o servicio que se comercializa.

Es por ello que es de vital importancia estudiar las actividades y servicios ofrecidos por los otros CCSS que se presentan en el mismo territorio. De esta manera poder identificar las fortalezas y debilidades que cada empresario gasolinero tiene respecto a sus competidores, a fin de establecer objetivos y estrategias pertinentes.

2. Amenaza de la entrada de nuevos competidores

Debido a que las barreras de entrada al sector son altas, es en cierta medida poco probable la entrada de nuevos competidores.

Las barreras de entrada lo constituye principalmente la elevada inversión inicial especialmente la infraestructura, y además se requiere experiencia adquirida en el negocio.

3. Amenaza del ingreso de productos sustitutos

No encuentran sustitutos

4. Poder de negociación de los proveedores

Hay una alta dependencia de la refinería, ya que imponen cupos de entrega de combustibles y la alta demanda hace que haya inconvenientes en el abastecimiento y esto les permite tener la libertad en cuanto a la imposición de precios.

Los precios fijados son cada vez mayores y no aumentan las comisiones de los estacioneros ni tampoco se les permite flexibilizar la comercialización por lo que se va produciendo una pérdida paulatina de su rentabilidad.

5. Poder de negociación de los consumidores

Los consumidores no tienen poder de negociación en cuanto al precio del combustible y GNC.

3.- Análisis Cuantitativo

Análisis e Interpretación de los Estados Financieros Período 2010-2012

Para realizar el análisis de los estados financieros de la “Estación de Servicios Combustibles Del Sur SRL” utilizaremos los estados de resultados y balances generales de los períodos comprendidos entre 2010-2012, los mismos serán analizados mediante: vertical y horizontal, así como también mediante las razones financieras. Los estados financieros de la empresa a ser analizados constan en los anexos.²⁴

Análisis Vertical

Este análisis consiste en tomar un solo estado financiero y relacionar cada una de sus partes con un total determinado dentro del mismo estado, el cual se denomina cifra base. Es un análisis estático pues estudia la situación financiera en un momento determinado, sin considerar los cambios ocurridos a través del tiempo”²⁵ .

El aspecto más importante del análisis vertical es la interpretación de los porcentajes. Las cifras absolutas de un balance o un Estado de Resultados no dicen nada por sí solas, en cuanto a la importancia de cada una en la composición del respectivo estado financiero y su significado en la estructura de la empresa. Por el contrario, el porcentaje que cada cuenta representa sobre una cifra base, nos dice mucho de su importancia como tal, de las políticas de la empresa, del tipo de empresa, de la estructura financiera, de los márgenes de rentabilidad, etc.”²⁶

En el Análisis Vertical, los Activos de la empresa presentan la siguiente composición:

²⁴ Ver Anexo N.1 Balance General y Anexo N.2 Estado de Resultados.

²⁵ ORTIZ ANAYA, Héctor, Análisis Financiero Aplicado, Editorial Jorge Waldhuter, (Buenos Aires, 2006) Pág. 169.

²⁶ Ibidem.

Tabla N°1: Composición del Activo de la Empresa Combustible del Sur

CUENTAS	31/05/2012	31/05/2011
ACTIVO CORRIENTE	76,91%	65,28%
ACTIVO NO CORRIENTE	23,09%	34,72%
TOTAL ACTIVO	100,00%	100,00%

Gráfico N° 1: Composición del activo de la empresa Combustibles Del Sur

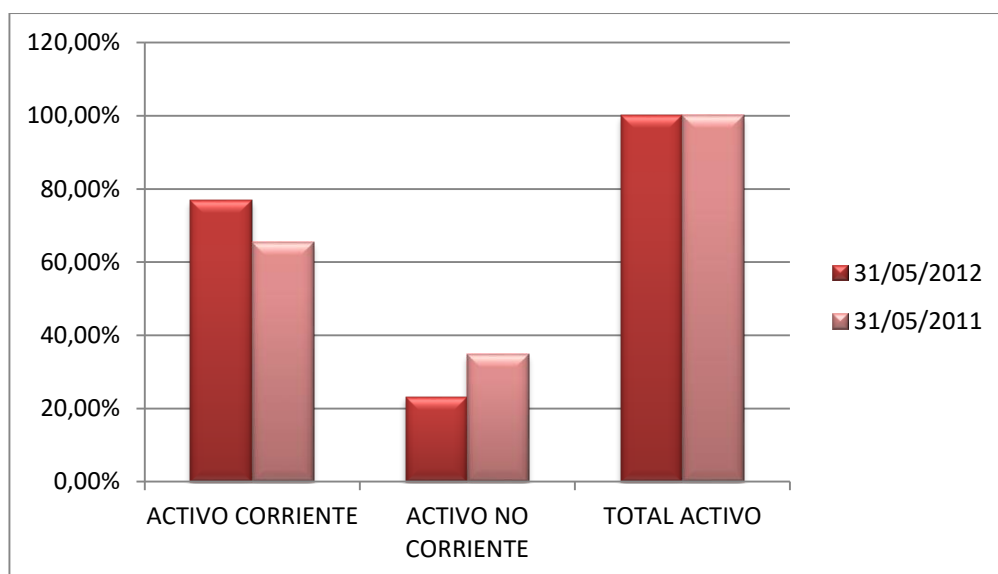
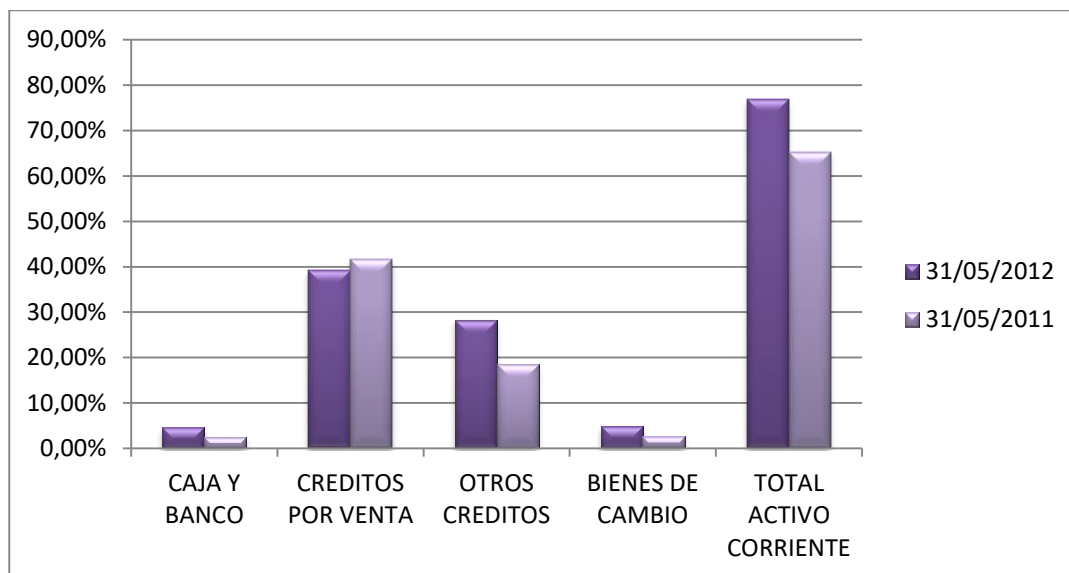


Tabla N° 2: Composición del Activo corriente en porcentajes

CUENTAS	31/05/2012	31/05/2011
CAJA Y BANCO	4,56%	2,52%
CREDITOS POR VENTA	39,22%	41,61%
OTROS CREDITOS	28,25%	18,56%
BIENES DE CAMBIO	4,88%	2,60%
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	76,91%	65,28%

Gráfico N° 2: Composición del Activo Corriente



Como se observa en la tabla N°1 y la gráfica N° 1, en la composición de los activos para los dos años, los Activos Corrientes superan el 65% del total de los activos.

Estos recursos se componen con los siguientes rubros: caja y banco, créditos por ventas, otros créditos y bienes de cambio, con una participación del 2,52%, 41,61%, 18,56%, 2,60% y el 4,56%; 39,22%, 28,25%, 4,88%, respectivamente de los periodos 1 y 2²⁷.

Respecto a estas proporciones, las mayores ponderaciones se encuentran concentradas en los créditos por ventas y otros créditos

Como se observa en la Tabla N° 1 y la Gráfica N° 1, en el período 1 los activos corrientes representan un 65,28% y los activos no corrientes un 34,72%. Se destacan en los activos totales la alta participación de los créditos por ventas con un 41,61%, otros créditos con un 18,56% y bienes de uso con un 34,71% y dentro de estos últimos se enfatiza la elevada ponderación que se asigna a cuenta equipo de GNC.

²⁷Período 1: 31/05/2010 al 31/05/2011; Período 2: 31/05/2011 al 31/05/2012

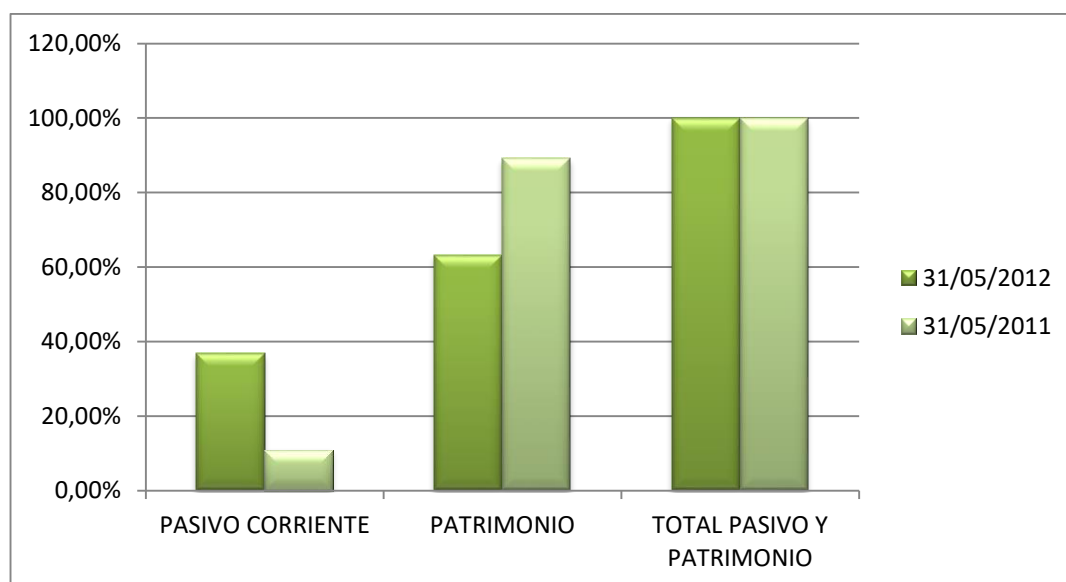
En el período 2 los activos corrientes absorbieron un 76,91%, y los activos fijos un 23,09%. Del total de Activos se destacan la alta participación de los rubros créditos por ventas con un 39,22%, otros créditos con un 28,25% y bienes de uso con un 23,09%

Respecto a la estructura financiera de la empresa, es decir la composición del Pasivo y Patrimonio, se tiene:

Tabla N°3: Composición del pasivo y patrimonio en %

CUENTAS	31/05/2012	31/05/2011
PASIVO CORRIENTE	36,76%	10,88%
PATRIMONIO	63,24%	89,12%
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	100,00%	100,00%

Gráfico N°3: Composición del pasivo y patrimonio



En la Tabla N° 3, Gráfico N° 3 se tiene que el período 1, los Pasivos representan un 10,88% del Total de Pasivo y Patrimonio, siendo en su

totalidad pasivos corrientes, compuesto por las cuentas a pagar (cuentas con los proveedores y facturas pendientes de recibir), cargas sociales y fiscales y otras deudas. El patrimonio representa el 89,12% del Total Pasivo y Patrimonio.

En el período 2, la participación de los Pasivos fue del 36,76% y el Patrimonio de un 63,24% con respecto al Total Pasivo y Patrimonio, para este periodo la estructura financiera se modificó respecto al año anterior, incrementando su endeudamiento.

Con respecto al Estado de Resultados se Observó lo Siguiete:

Los resultados operacionales en el periodo 1, arrojan unas utilidades operativas de \$815.671,03 un 4,22% de los ingresos, frente a unos ingresos de \$19.317.745,29 y costos de mercadería vendida y gastos de comercialización y administración que asciende a un total de \$18.502.074,26 que representan el 95,78% de los ingresos netos. La utilidad del ejercicio después de otros ingresos, representa un 4,38% de las ventas.

En el periodo 2, arrojan unas utilidades operativas de \$613.165,85 un 2,31% de los ingresos, frente a unos ingresos de \$26.566.838,74 y costos y gastos de \$25.953.672,9 que representan el 97,69% de los ingresos. La utilidad del ejercicio, después incorporar otros ingresos, representa un 2,47% de las ventas.

En ambos periodos, la cuenta que más se destaca es la del costo de la mercadería vendida, siendo la mayor influencia en el resultado operativo.

Análisis Horizontal

Es una técnica dinámica que relaciona las cifras individuales de un año con uno varios años.

Se ocupa de los cambios en las cuentas individuales de un período a otro, y por lo tanto, requiere de dos o más estados financieros de la misma clase, presentados para períodos diferentes. Es un análisis dinámico, porque se ocupa del cambio o movimiento de cada cuenta de uno a otro período²⁸.

En este caso específico se relacionan los cambios ocurridos durante períodos 2010-2011 y 2011-2012 de la empresa Combustibles El Sur S.R.L.

Se realiza este análisis con el objetivo de determinar qué variaciones o qué cifras merecen una atención especial y cuáles no. Por dicho motivo, el análisis se debe centrar en los cambios más significativos, en cuya determinación es fundamental tener en cuenta tanto las variaciones absolutas como las relativas. En ocasiones un solo tipo de variación, examinada aisladamente, no nos dice nada o nos puede llevar a conclusiones dudosas.

El Análisis Horizontal o Comparativo puede hacerse en valores absolutos, en términos de porcentajes o en términos de razones.

Después de aplicar la técnica de Análisis Horizontal en los Estados Financieros de Combustibles El Sur S.R.L, se muestran las variaciones absolutas y relativas en cada una de las cuentas y se presentan los resultados y análisis respectivo;

²⁸ORTIZ ANAYA, Op. Cit., pág. 169

Tabla N°4 Variación absoluta y relativa Período 1 – Período 2 - EERR

Estado De Resultados	VARIACIÓN PERIODO 1 - PERIODO 2	
	Variación absoluta	Variación relativa
VENTAS	\$ 7.249.093,45	37,53%
Costo de Mercadería Vendida	\$ 7.265.854,87	43,10%
Utilidad Bruta s/ ventas	-\$ 16.761,42	-0,68%
Gastos de Comerc. y Administración	\$ 185.743,77	11,30%
Resultado Operativo	-\$ 202.505,19	-24,83%
OTROS INGRESOS	\$ 11.801,10	38,20%
Resultado Ordinario	-\$ 190.704,09	-22,53%
Resultado del Ejercicio	-\$ 190.704,09	-22,53%

De la tabla anterior, podemos observar que los costos de mercadería vendida aumentaron en mayor proporción que los ingresos por ventas, lo que provocó una disminución del -0,60% en la Utilidad bruta s/ ventas de un período al otro. Lo anterior sumado al incremento en los gastos de comercialización y administración hizo que la utilidad operativa y la utilidad del ejercicio disminuyeran un -24,83% y -22,53% respectivamente.

Esta situación respecto de un periodo a otro, se debe fundamentalmente a que los precios del combustible se encuentran regulados y controlados lo que provoca una pérdida de la rentabilidad, sumada a presión creciente de los costos comercialización y administrativos, principalmente salarios y cargas impositivas, además de las limitaciones para lograr para lograr un pleno abastecimiento del combustible hace se presente una cierta amenaza en cuanto a su estabilidad.

Tabla N° 5: Variación absoluta y relativa- Período 1 y Período 2 - Estado de Situación Patrimonial

	31/05/2012	31/05/2011	Variación absoluta	Variación relativa
<u>Activo Corriente</u>				
Caja y Bancos	117.505,10	50.128,95	67.376,15	134,41%
Créditos por Ventas	1.011.690,18	829.005,29	182.684,89	22,04%
Otros Créditos	728.593,26	369.795,15	358.798,11	97,03%
Bienes de cambio	125.916,74	51.860,05	74.056,69	142,80%
Total Activo Corriente	1.983.705,29	1.300.789,44	682.915,85	52,50%
<u>Activo No corriente</u>				
Bienes de Uso	595.630,46	691.698,95	-96.068,49	-13,89%
Total Activo No corriente	595.630,46	691.698,95	-96.068,49	-13,89%
Total Activo	2.579.335,75	1.992.488,39	586.847,36	29,45%
<u>Pasivo Corriente</u>				
Cuentas por Pagar	253.345,75	161.937,99	91.407,76	56,45%
Cargas Sociales	42.112,78	42.180,54	-67,76	-0,16%
Cargas fiscales	52.658,44	12.711,88	39.946,56	314,25%
Otras Deudas	600.000,00	0,00	600.000,00	100,00%
Total Pasivo Corriente	948.116,97	216.830,41	731.286,56	337,26%
Pasivo No corriente	0,00	0,00	0,00	
Total Pasivo	948.116,97	216.830,41	731.286,56	337,26%
Patrimonio Neto	1.631.218,78	1.775.657,98	-144.439,20	-8,13%
Total pasivo + PN	2.579.335,75	1.992.488,39	586.847,36	29,45%

Análisis de la composición del Activo de Combustibles El Sur SRL:

- **Caja y Bancos:** La variación relativa del período 1 con respecto al período 2 se incrementó en un 134,41% con una Variación Absoluta de \$67.376,15.
- **Créditos por Ventas:** La variación Relativa de esta cuenta se incrementó en el período 2 respecto al anterior en un 22,04%, con una Variación Absoluta de \$182684,89. Esta variación, se debe al aumento de las

ventas a crédito realizadas aproximadamente en un 90% a clientes que tienen cuenta corriente en la empresa (Deudores por Venta) y en un 10% a las tarjetas de crédito a cobrar.

- **Otros Créditos:** La variación Relativa de esta cuenta se incrementó en el período 2 respecto al anterior en un 97,03%, con una Variación Absoluta de \$358.798,11. Esto se debe a los créditos impositivos nacionales, provinciales y municipales y a un anticipo realizado a su principal proveedor Refinarías del Norte S.A.

- **Bienes de cambio:** La variación Relativa de esta cuenta se incrementó en el período 2 respecto al anterior en un 142,80%, con una Variación Absoluta de \$74.056,69. Es la cuenta que tuvo el cambio más significativo dentro de los activos corrientes de la empresa, debido al stock de combustibles líquidos que forman parte de la mercadería de reventa a la fecha de cierre.

- **El total de activos corrientes:** tienen una Variación Relativa en aumento en el período 2011-2012 con respecto al período 2010-2011 en un 52,50% con una Variación Absoluta de \$682.915,85, que se debe principalmente a los bienes de cambios en existencias a la fecha de cierre y a la disponibilidad en caja y bancos.

- **Los activos no corrientes (BIENES DE USO):** se observa que disminuyeron en el período 2 con respecto al período 1 con una Variación Relativa de -13,89% y una Variación Absoluta de \$96068,49. Esta disminución se debe a las amortizaciones aplicadas a los bienes de uso en existencia (instalaciones, obra civil y equipos de GNC).

Con respecto al Pasivo Corrientes, las cuentas que presentaron variaciones significativas son:

- **Cargas Fiscales:** es la cuenta de pasivo que mayor incremento tuvo, con una Variación Relativa de 314,25% y una Variación Absoluta de \$39.946,56.
- **Otras Deudas:** la Variación Relativa de esta cuenta aumentó en un 100%, con una Variación Absoluta de \$600.000. Se debe al aporte realizados por los socios y esto reflejado en la disminución del patrimonio.
- **Cuentas por pagar:** tuvieron incremento relativo de 56,45% y absoluta de \$91.407,76.

Respecto al Patrimonio, se puede observar una disminución de un 8,13%, lo que en valores absolutos corresponde a \$144.439,20.

Análisis de los Indicadores Financieros

El análisis de indicadores financieros nos permitirá medir en un alto grado la eficacia de la utilización de recursos y comportamiento de la estación de servicios Combustibles del Sur SRL y de esta manera tener una perspectiva amplia de su situación financiera.

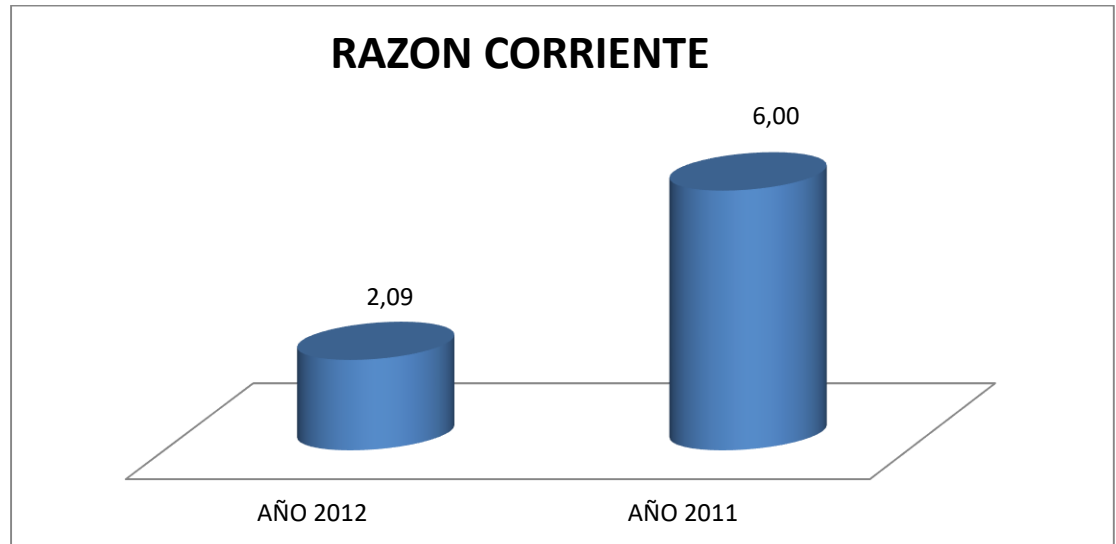
RATIOS FINANCIEROS DE LIQUIDEZ	31/05/2012	31/05/2011
RAZON CORRIENTE (VECES)	2,09	6,00
PRUEBA ACIDA (VECES)	1,96	5,76
CAPITAL DE TRABAJO (PESOS ARGENTINOS)	\$ 1.035.588,32	\$ 1.083.959,03

a) Índices de Liquidez

Razón de circulante

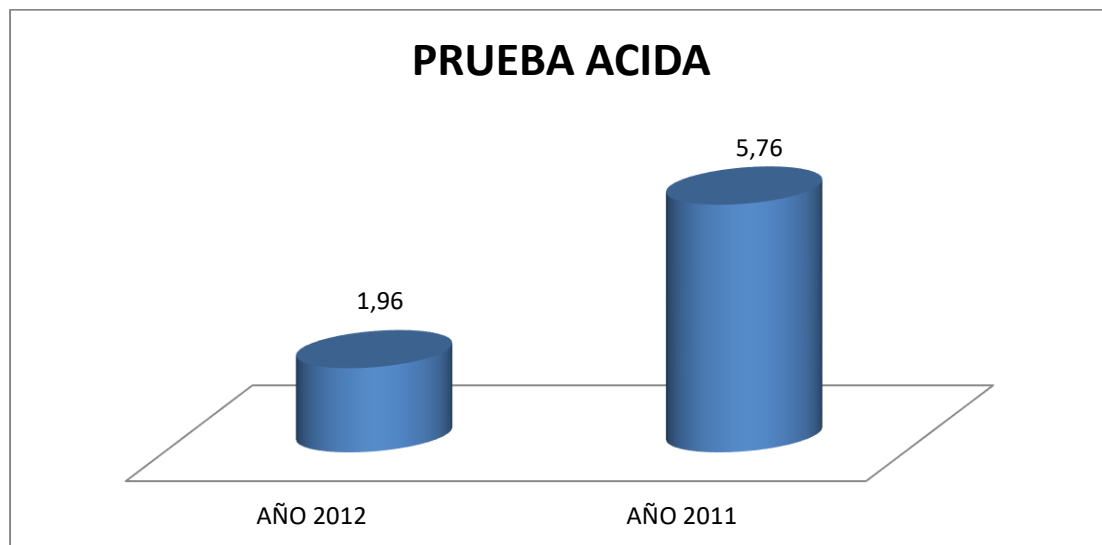
También conocida como razón corriente, nos dice con cuantos pesos de activo corriente cuenta la empresa para hacer frente a cada peso

del pasivo corriente o deuda de corto plazo. Como se observa, en la empresa bajo análisis hay \$2,09 realizables en el corto plazo por cada peso de deuda de corto plazo, para el año 2012, mientras que en el año 2011 dispone de \$6 por cada peso de deuda.



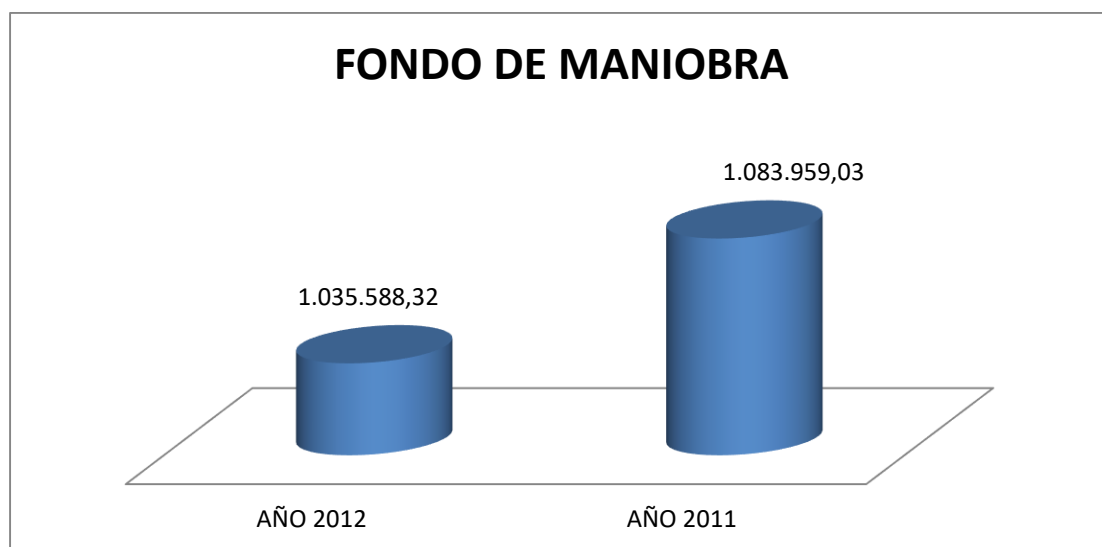
Prueba Acida

La liquidez seca es una medida más severa de la liquidez de una empresa, la cual nos revela que por cada peso de deuda a corto plazo, se tiene disponible para su cancelación en el año 2012 \$1,96 y en el año 2011 \$5,76. Estos valores representan un buen indicador ya que implica que la empresa cuenta con reservas de efectivo líquido para hacer frente a sus deudas a corto plazo, sobre todo en el primer periodo (AÑO 2011).



Capital de Trabajo

También denominado Fondo de Maniobra; mide aproximadamente la reserva potencial de tesorería de la empresa. Queda reflejado por los números aquí observados que la compañía cuenta en ambos periodos con un capital de trabajo importante para solventarse, uno de los motivos que generan su incremento es la mayor obtención de utilidades, la cual es levemente notoria en nuestro análisis.

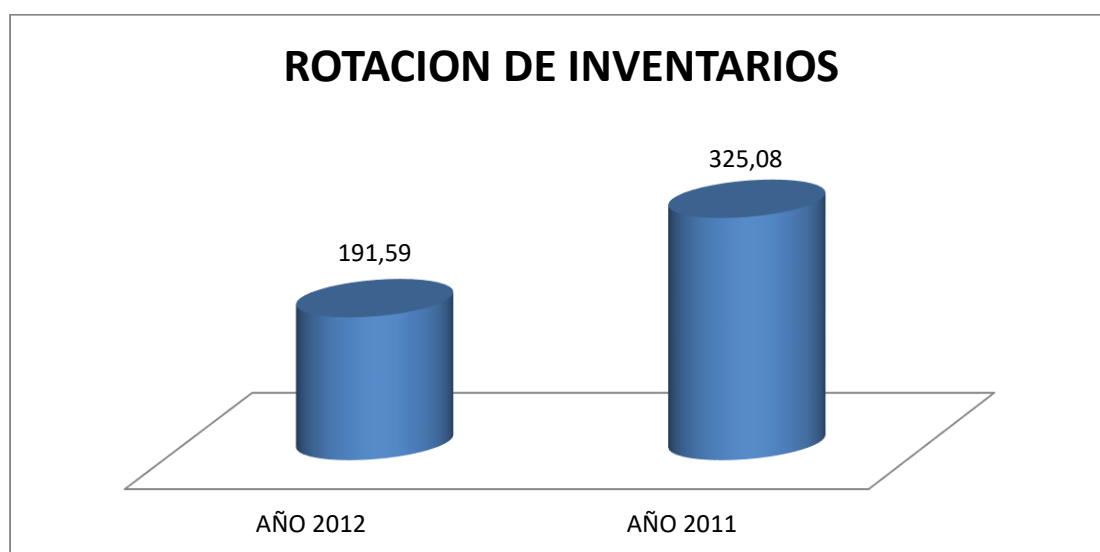


b) Índices de Actividad

RATIOS FINANCIEROS DE ACTIVIDAD	31/05/2012	31/05/2011
ROTACION DE INVENTARIOS (VECES)	191,59	325,08
DIAS DE ROTACION DE INVENTARIOS (DIAS)	1,91	1,12
PLAZO PROMEDIO DE COBRANZA (DIAS)	13,90	15,66
ROTACION DE CUENTAS A PAGAR (VECES)	95,22	104,10
PLAZO PROMEDIO DE PAGO (DIAS)	3,83	3,51
ROTACION DE ACTIVOS TOTALES (VECES)	10,30	9,70
FRECUENCIA DE ROTACION DE ACTIVOS (DIAS)	35,44	37,65

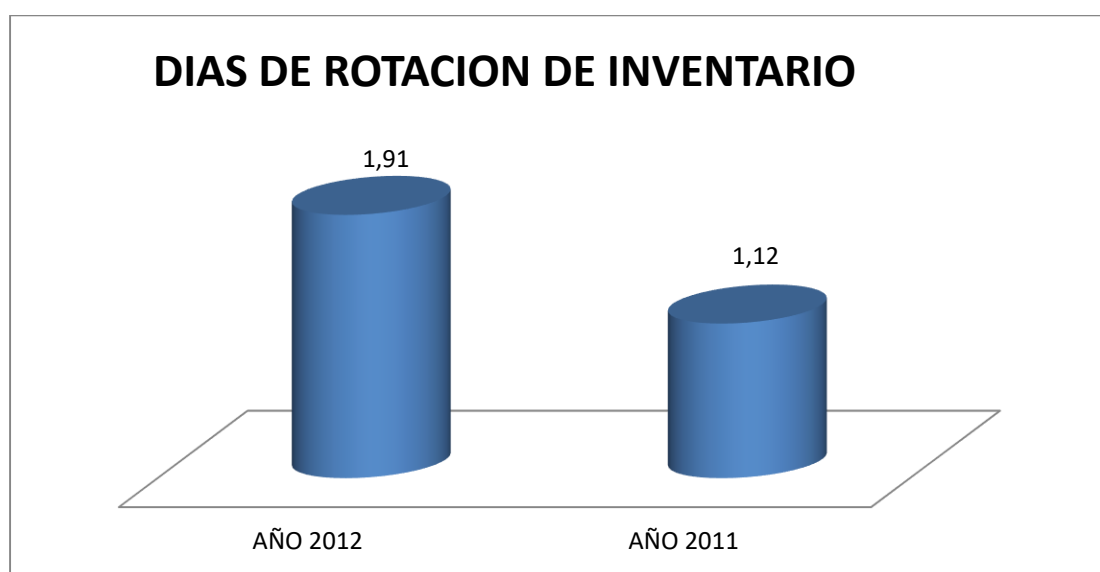
Rotación de Inventarios

Esta razón nos indica la cantidad de veces en promedio que se renueva el inventario durante un periodo determinado, generalmente un año. En el año 2012 los inventarios rotaron 192 veces y en el año 2011 rotaron 325 veces, lo que evidencia que la empresa compraba combustible prácticamente de forma diaria.



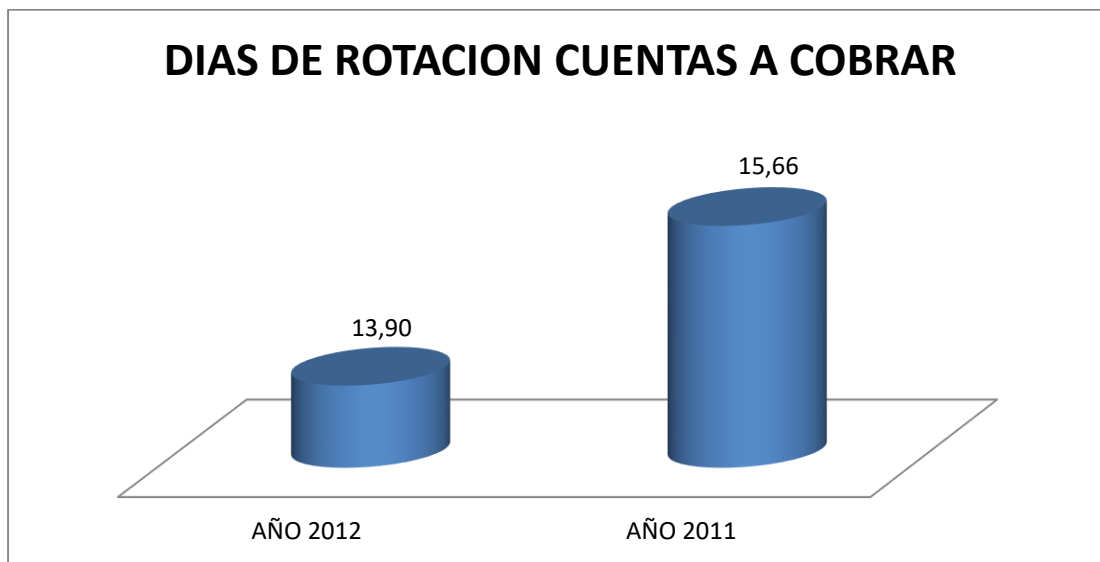
Días de Rotación de Inventario

Conocido también como Plazo Promedio del Inventario, muestra la cantidad de días que tarda en venderse la mercadería desde que entra al stock hasta que sale. Como se puede apreciar en Combustibles Del Sur S.R.L la frecuencia de rotación es prácticamente diaria y esto se debe al Rubro en el que se desenvuelve la actividad. Esta es una característica usual en empresas que comercializan al detalle.



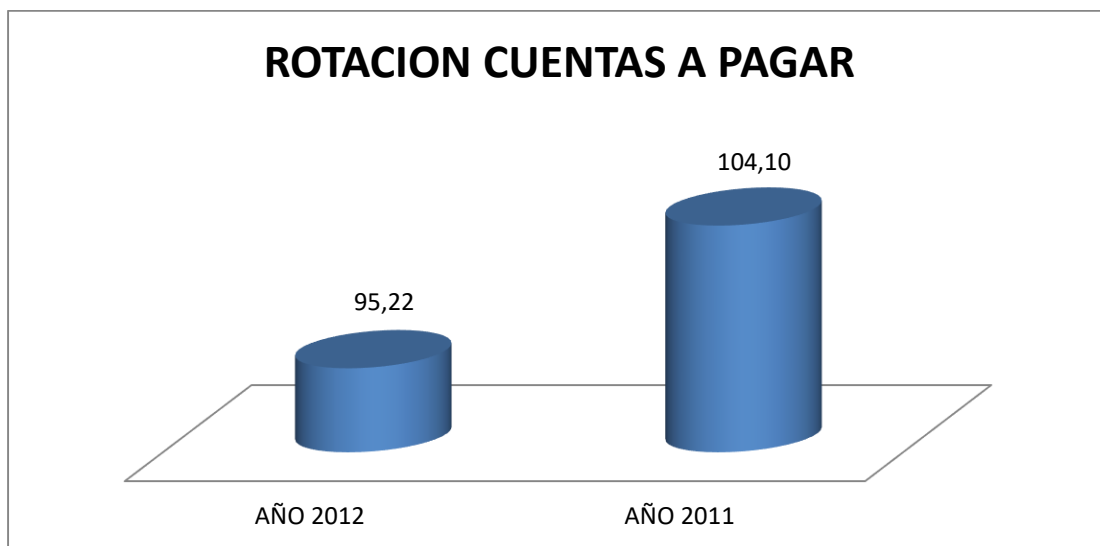
Plazo Promedio de Cobranza

Este índice nos muestra la cantidad de días que demora la empresa en realizar sus cobros. Para nuestro análisis, no contamos con la información exacta de que proporción de las ventas totales se realizan de contado y que proporción a crédito, por lo que tuvimos que efectuar este cálculo de la siguiente manera: (cuentas a cobrar/ ventas diarias), así obtuvimos los valores que se observan en el gráfico. Concluimos que la compañía demora en cobrar a sus deudores por venta aproximadamente 15 días.



Rotación de cuentas por pagar

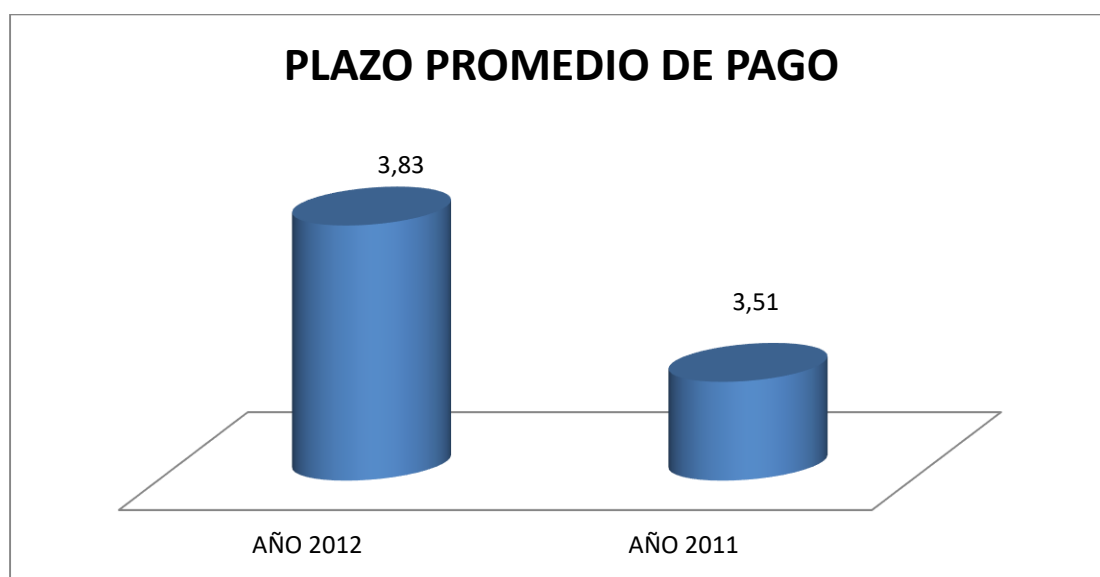
Este indicador refleja la relación que existe entre las compras a créditos efectuadas durante un año fiscal y el saldo final de las cuentas a pagar.



Plazo Promedio de Pago

Este ratio nos muestra cuantos días tarda la empresa en pagar sus deudas, en este caso un claro ejemplo seria la cuenta proveedores.

Es notorio que la compañía salda sus deudas en periodos muy cortos y esto es consecuencia resultante del contrato con su principal proveedor, que es Refinor, quien estipula las formas de pago, en donde se exige a cada estación de servicios mantener el saldo de la cuenta con el monto necesario para cada solicitud o pedido de combustibles.

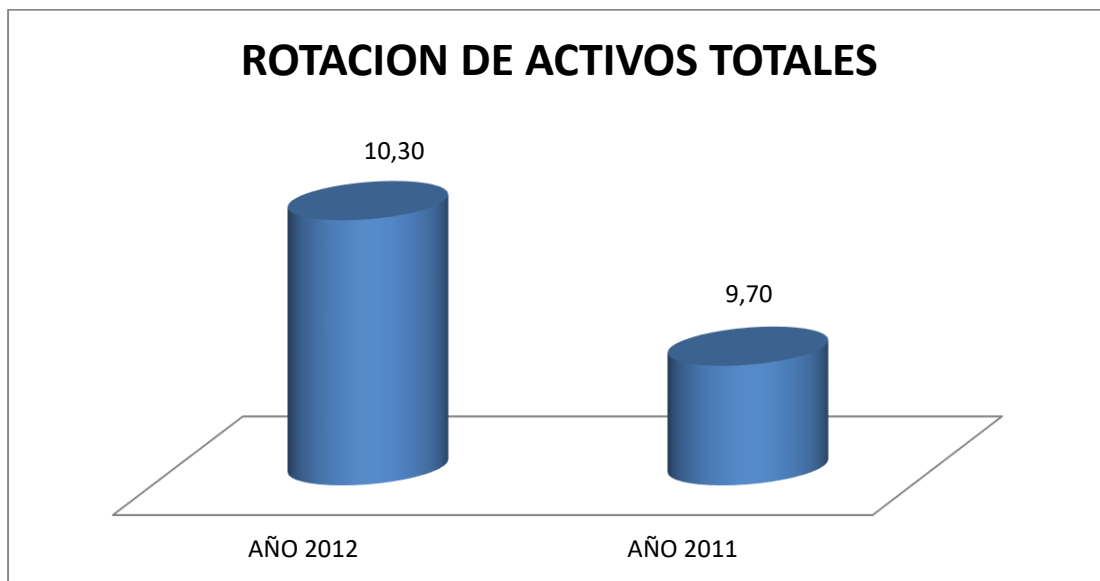


Rotación de Activos Totales

Interpretamos que por cada peso invertido en Activos Totales durante los años 2011 y 2012, se generaron ventas por \$9,70 y \$10,30 respectivamente.

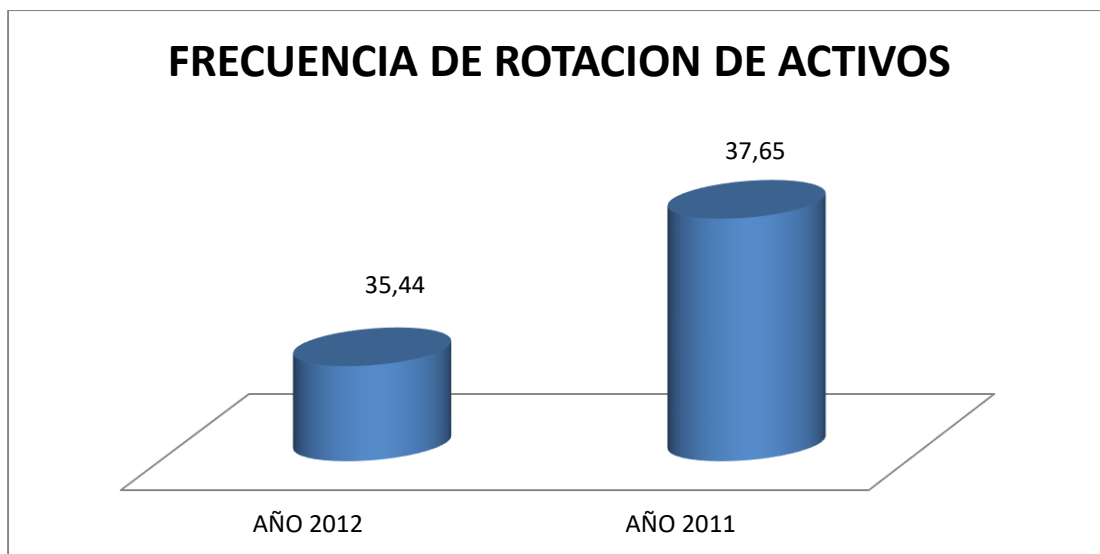
Quedando evidenciado que la empresa aumento su eficiencia de un año a otro, usando sus activos de una manera más eficaz para generar ventas y así incrementar sus ingresos.

Estos valores reflejan una rotación elevada y una tendencia positiva en la comparación entre periodos consecutivos.



Frecuencia de Rotación de Activos

En el año 2011 deben transcurrir 38 días para que la inversión total de activos sea utilizada para generar ventas. En el 2012 este número se reduce a 35 días.

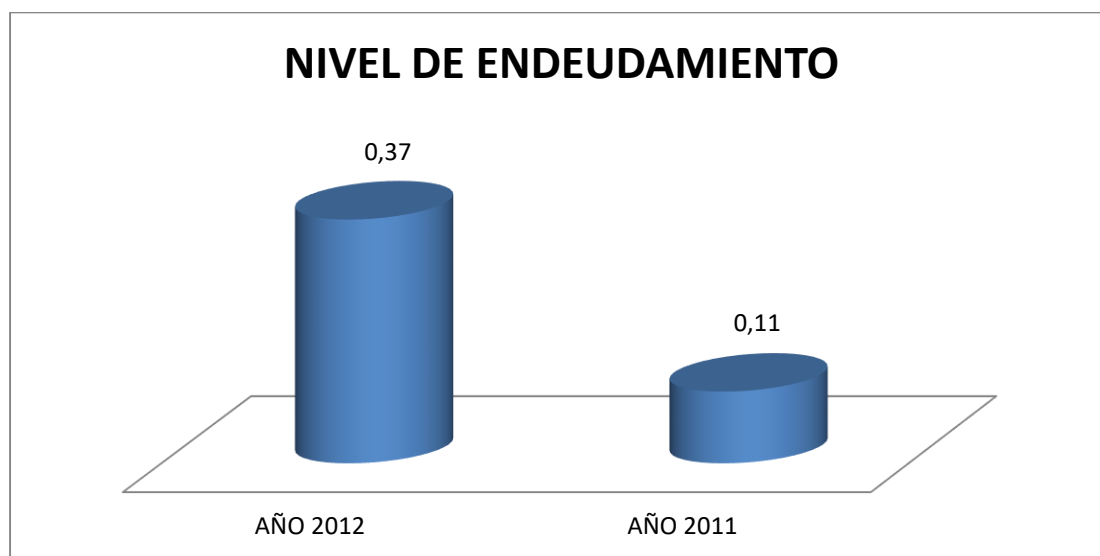


c) Índices de Endeudamiento

RATIOS FINANCIEROS DE ENDEUDAMIENTO	31/05/2012	31/05/2011
RAZON DE ENDEUDAMIENTO (%)	37%	11%
RAZON DE DEUDA A CAPITAL (%)	58%	12%
RAZON DE AUTONOMIA (%)	63%	89%
MULTIPLICADOR DEL CAPITAL (VECES)	1,58	1,12
RAZON DE COBERTURA DE INTERESES (VECES)	91,13	71,47

Razón de Endeudamiento

Nos muestra el porcentaje de la inversión total en Activo que ha sido financiado por deuda, en este caso observamos que la empresa incremento su grado de apalancamiento financiero de un año a otro pasando de un 11% a un 37%. Este nivel puede considerarse relativamente bajo, teniendo en cuenta algunos parámetros ideales como un 50%, lo que deja de manifiesto el carácter conservador de la organización a la hora de adquirir deudas. Consideramos que la empresa Combustibles del Sur S.R.L todavía tiene margen para endeudarse a futuro.



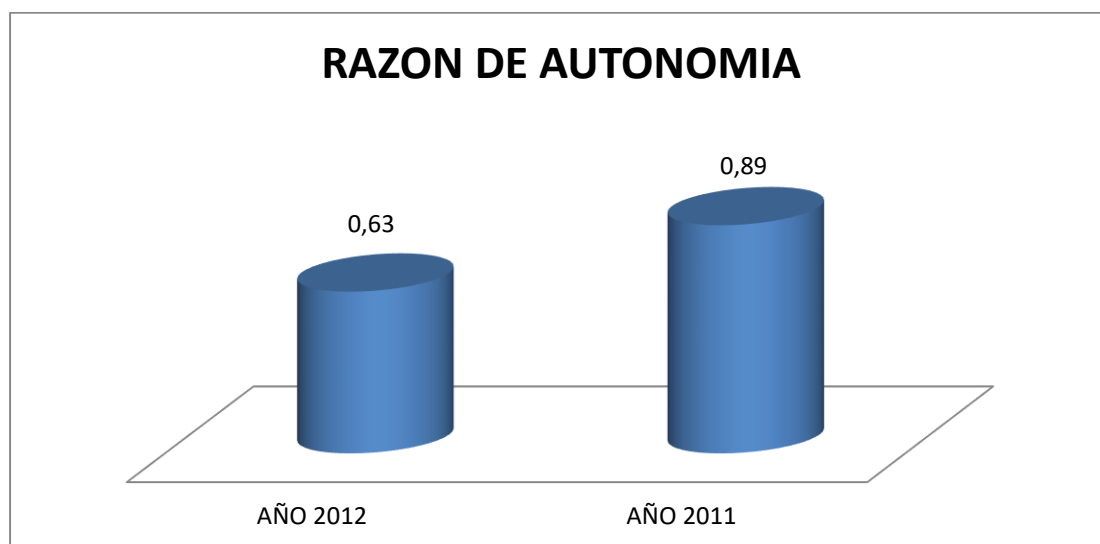
Razón de Deuda a Capital

Los Pasivos totales representan el 12% del Capital Total en el primer periodo, mientras que en el periodo siguiente el Pasivo representa un 58% del Capital Total. En este análisis podemos reflejar los cambios en la política de financiación de la empresa, que opto por endeudarse más en el.



Razón de Autonomía

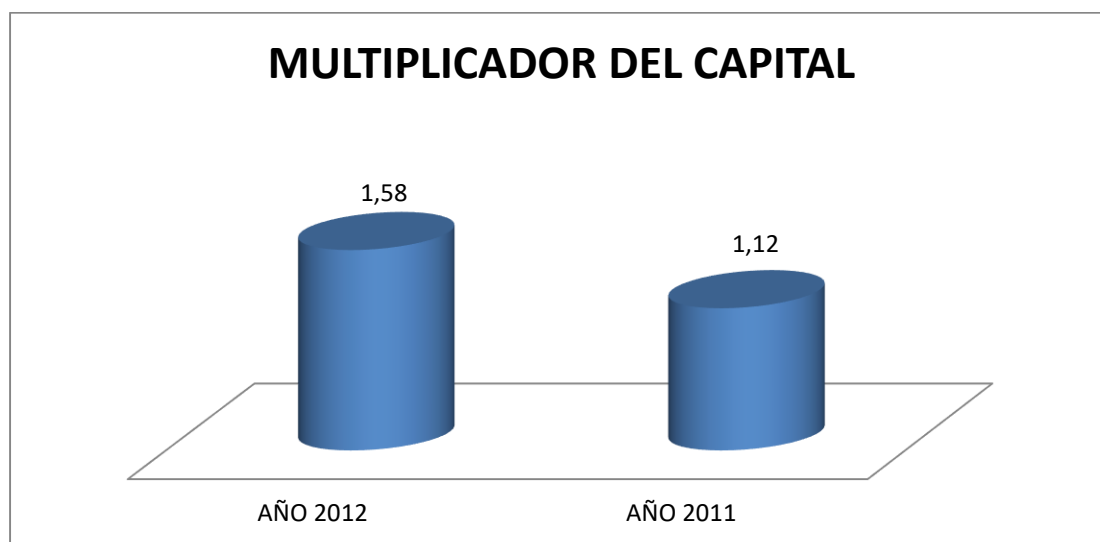
Este índice arroja un valor del 89% para el año 2011, lo que deja de manifiesto que hasta ese momento la empresa tenía demasiada independencia financiera ante sus acreedores, la cual disminuyo en el año siguiente a un 63%.



Multiplicador del Capital

Por cada \$1 de dinero invertido por los dueños en el año 2011 se generó \$1,12 de Activos y en el año 2012 \$1,58 de Activos. En el primer año los propietarios participaron en un 89% ($100/1,12$) en el financiamiento del Activo y en el año siguiente la participación fue de 63% ($100/1,58$).

Los valores de este ratio y del índice de autonomía pueden corroborarse con el indicador del nivel de endeudamiento, ya que son proporciones complementarias de un total común.

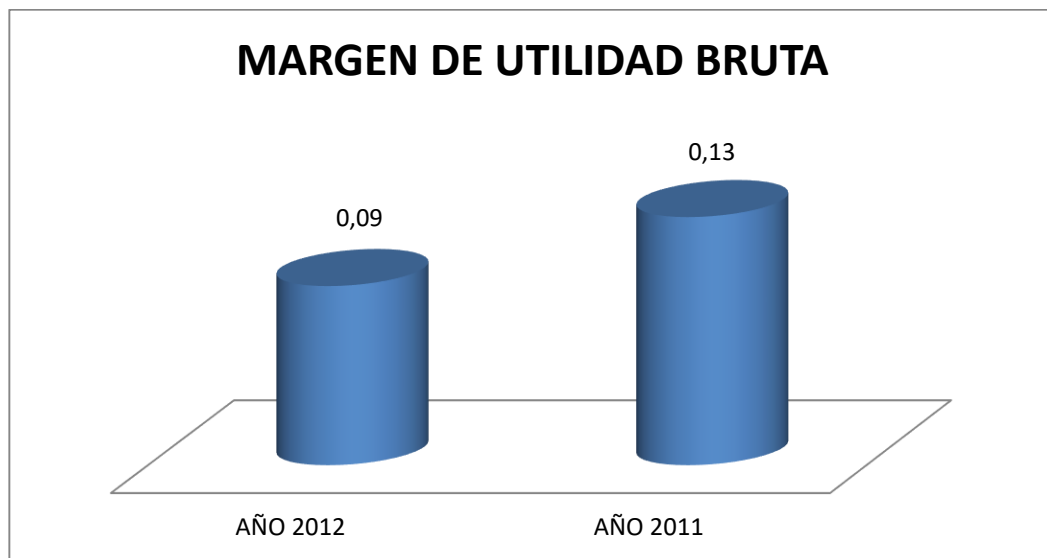


d) Índice de Rentabilidad

RATIOS FINANCIEROS DE RENTABILIDAD	31/05/2012	31/05/2011
MARGEN DE UTILIDAD BRUTA (%)	9%	13%
MARGEN DE UTILIDAD OPERATIVA (%)	4%	6%
MARGEN DE UTILIDAD NETA (%)	1%	2%
RENDIMIENTO SOBRE LOS ACTIVOS (%) - ROA	14%	22%
RETORNO SOBRE EL PATRIMONIO NETO (%) - ROE	21%	25%

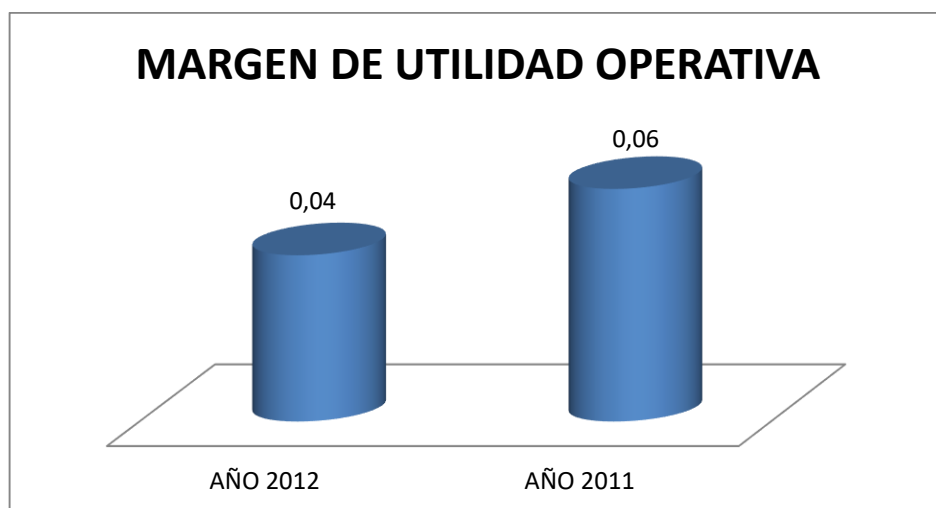
Margen de Utilidad Bruta

En el grafico se puede apreciar que la utilidad bruta generada por las ventas disminuyo del 13% al 9% de un periodo a otro. Este decremento se debe al aumento en los costos de la mercadería vendida, a pesar que las ventas totales reflejaron un incremento entre ambos periodo el mismo se dio en una proporción inferior al de los costos, lo cual repercute directamente sobre este margen.



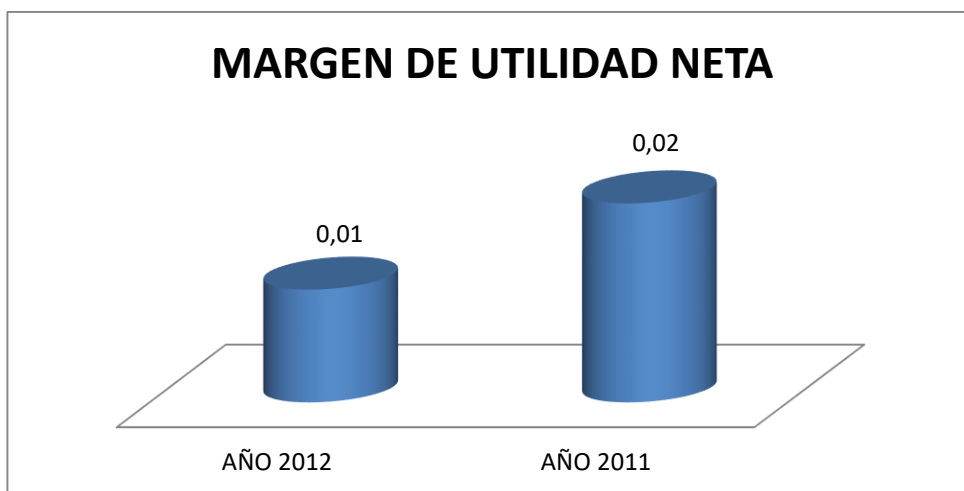
Margen de Utilidad Operativo

Como podemos ver en este margen también se presenta una disminución entre los periodos 2011-2012, sin embargo se manifiesta con una variación negativa del 33,33% la cual es superior al 30% de variación, también negativa, que se registró entre los márgenes de utilidad bruta. Esto puede deberse a una variación incremental del 11% en los gastos de administración y comercialización incurridos en ambos periodos.



Margen de Utilidad Neta

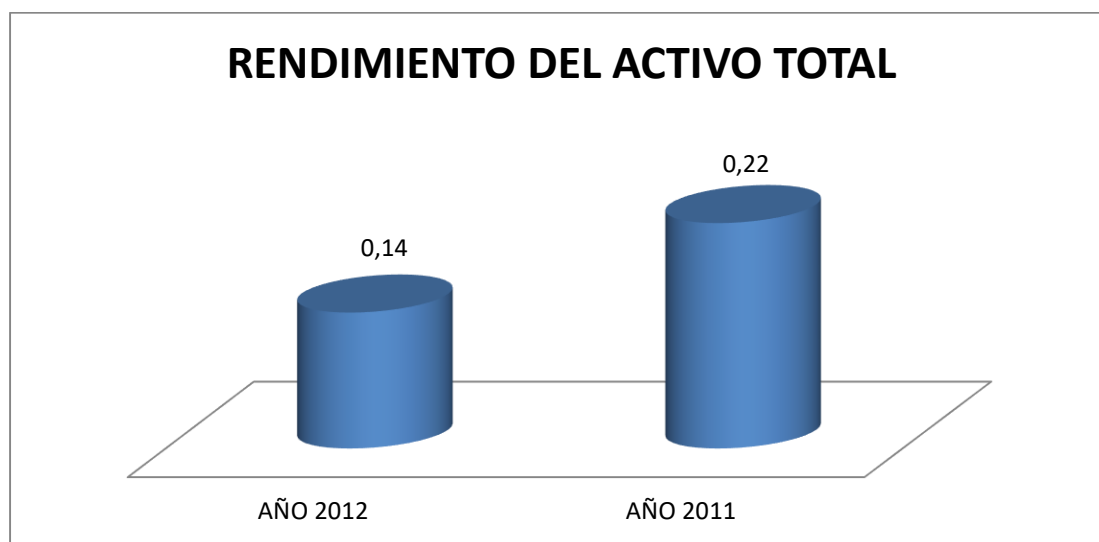
Podemos observar que por cada peso de venta, quedaron de ganancia neta \$0,01 en el año 2012 y \$0,02 en el año 2011. Esta variación negativa de un periodo a otro se condice con los resultados anteriores, los cuales están muy influenciados por la economía actual que rige en el mercado del combustible.



Rendimiento sobre los Activos

Este índice mide el porcentaje de rentabilidad que representa la Utilidad Neta sobre el Activo Total. En el primer año la Utilidad Neta representaba un 22% del Activo Total y en el año siguiente ese porcentaje disminuye a un 14%. También se interpreta el gráfico diciendo que por cada peso invertido en el Activo Total, se obtuvieron \$0,22 y \$0,14 para los años 2011 y 2012 respectivamente.

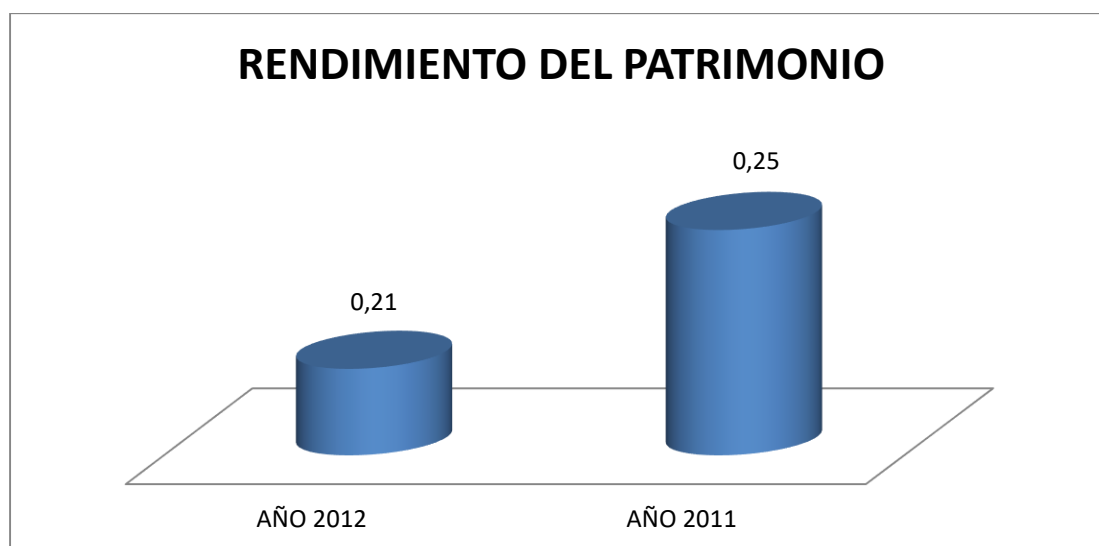
El ROA disminuye en un 36,36% de un año a otro, estos valores representan un indicador del crecimiento de la empresa poco favorable.



Rendimiento del Patrimonio Neto

El ROE nos indica el porcentaje de rendimiento que representa la Utilidad Neta o final después de impuestos, sobre el Patrimonio Neto.

En el primer periodo el Retorno sobre la Inversión fue del 25% mientras que en el segundo periodo arrojó un valor relativo del 21%, lo que nos demuestra nuevamente una variación negativa entre ambos ejercicios.



CONCLUSIÓN

Como objetivo general de este trabajo, nos propusimos analizar y diagnosticar la situación actual de la empresa Combustibles del Sur SRL, para identificar sus fortalezas y debilidades o áreas problemáticas, y finalmente sugerir o recomendar acciones correctivas para superar las limitaciones de gestión o aprovechar las ventajas que surgen de las áreas con mejor desempeño.

La situación de la empresa es buena, mas no la ideal, para empezar al no ser una empresa de gran envergadura, no cuenta con una estructura operativa organizada, por lo cual pueden presentarse falencias en cuanto a una definición clara de las funciones a realizar por los mandos medios y superiores.

La planificación estratégica es una asignatura pendiente de la compañía ya que no ha llevado nunca a cabo un proceso de diagnóstico y reflexión estratégica que le permita analizar las posibilidades de adaptación de la empresa a su entorno por lo que es considerada una debilidad importante de la misma.

Tampoco se realizan grandes esfuerzos en cuanto a análisis de ingresos, costes y márgenes por líneas de producto y clientes.

Los esfuerzos de la empresa han sido dirigidos a otros ámbitos que poseen un impacto de mayor relevancia en el corto plazo.

El gerente general no lleva una agenda organizada de sus actividades, se dedica a todos los aspectos operativos, descuidando los demás asuntos.

Un hecho que nos llamó la atención es que no hay un análisis previo sobre la situación financiera de los potenciales clientes en cuenta corriente a la hora de otorgar créditos.

En cuanto al marco cuantitativo analizado, notamos que en lo que respecta a la gestión financiera se manifiestan algunos problemas y potencialidades, como por ejemplo que la empresa no tiene establecido una política financiera o por lo menos no de una manera sistemática. Tampoco realiza proyecciones de ingresos y egresos.

Es notorio que la empresa solo se encuentra enfocada en el día a día, es decir, en el corto plazo.

Es por esto que, recomendamos a la empresa Combustibles del Sur SRL, llevar a cabo proyecciones a mediano/largo plazo de ingresos y costos.

Del análisis de los ratios financieros podemos observar que los resultados obtenidos fueron generalmente buenos, ya que se encuentran por encima de los valores establecidos teóricamente, sin embargo a través de una adecuada gestión financiera y administrativa los valores actuales que arrojaron estos índices podrían mejorarse con el apoyo de los objetivos establecidos por medio de una planeación estratégica que permita definir los rangos de los indicadores a los cuales se pretenda llegar.

Más allá de esto es relevante destacar que se logró concientizar a la administración sobre la importancia de realizar un análisis financiero que le permita replantear el direccionamiento estratégico de la compañía para así poder encontrar el foco de los problemas que surgen de las actividades diarias, y en base a esto tomar acciones correctivas y preventivas que la lleven a mantenerse y crecer en el mercado en el cual se desenvuelve.

Puesto que nuestro estudio se enfocó en un periodo de análisis de tan solo dos años, dada la restricción de información, consideramos apropiado manifestar que dicho periodo no es suficiente para reflejar los diagnósticos de manera objetiva, ya que los mismos pueden verse influidos por factores de estacionalidad así como también por factores situacionales del micro y macro entorno.

Como último cabe destacar que las conclusiones de nuestro análisis serían más contundentes, es decir reflejarían mejor la realidad, si a los valores obtenidos para la empresa COMBUSTIBLES DEL SUR SRL los podríamos comparar con los valores parámetros de la industria en donde desarrolla su actividad. Debido a que no contamos con dicha información dejamos abierta esta línea de investigación para un diagnóstico más profundo del sector en el que se desenvuelve la compañía.

ANEXOS

COMBUSTIBLES EL SUR S.R.L.

Estado de Situación Patrimonial

Al 31 de Mayo de 2012

ACTIVO		31/05/2012	31/05/2011	PASIVO		31/05/2012	31/05/2011
<u>Activo Corriente</u>				<u>Pasivo Corriente</u>			
Caja y Bancos	(nota 3;a)	117.50	50.128,95	Cuentas a Pagar	(nota 3;d)	253.34	161.93
Creditos por Ventas	(nota 3;b)	1.011.690,18	829.005,29	Cargas Sociales	(nota 3;e)	42.112,78	42.180,54
Otros Creditos	(nota 3;c)	728.593,26	369.795,15	Cargas Fiscales	(nota 3;f)	52.658,44	12.711,88
Bienes de Cambio	(s/Anexo "I")	125.916,74	51.860,05	Otras Deudas	(nota 3;g)	600.00	0,00
Total Activo Corriente		1.983.705,29	1.300.789,44	Total Pasivo Corriente		948.116,97	216.830,41
<u>Activo No Corriente</u>				<u>Pasivo No Corriente</u>			
Bienes de Uso	(s/Anexo "III")	595.630,46	691.698,95	No Existe		0,00	0,00
Total Activo no Corriente		595.630,46	691.698,95	Total Pasivo No Corriente		0,00	0,00
Total Activo		2.579.335,75	1.992.488,39	Total Pasivo		948.116,97	216.830,41
				PATRIMONIO NETO			
				S/Estado respectivo		1.631.218,78	1.775.657,98
				Total Patrimonio Neto		1.631.218,78	1.775.657,98
				Total Pasivo y P.N.		2.579.335,75	1.992.488,39

COMBUSTIBLES EL SUR S.R.L.			
Estado de Resultados			
Al 31 de Mayo de 2012			
		31/05/2012	31/05/2011
VENTAS		-	19.317.745,29
Costo de Mercadería Vendida		(24.124.273,71)	(16.858.418,84)
	Utilidad Bruta s/ Ventas	(24.124.273,71)	2.459.326,45
Gastos de Comerc. y Administración		(1.829.399,19)	(1.643.655,42)
	Resultado Operativo	(25.953.672,89)	815.671,03
OTROS INGRESOS	(nota 3;h)	42.691,42	30.890,32
	Resultado Ordinario	(25.910.981,47)	846.561,35
	Resultado del Ejercicio	<u>(25.910.981,47)</u>	<u>846.561,35</u>

COMBUSTIBLES EL SUR S.R.L.								
Estados Contables								
Al 31 de Mayo de 2012								
Anexo III: BIENES DE USO								
Conceptos	Valores Originales			Amortizaciones				Valor Residual
	Al Inicio	Altas Bajas	Al Cierre	Acumuladas	Bajas	Del Ejercicio	Total	
Instalaciones	14.820,23	0	14.820,23	4.446,07	0	1.482,02	5.928,09	8.892,14
Obra Civil	324.588,48	0	324.588,48	88.586,82	0	32.458,85	121.045,67	203.542,81
Equipos GNC	621.276,25	0	621.276,25	175.953,11	0	62.127,63	238.080,74	383.195,52
TOTALES	960.684,96	0	960.684,96	268.986,00	0	96.068,50	365.054,50	595.630,46

COMBUSTIBLES EL SUR S.R.L.	
Estados Contables	
Al 31 de Mayo de 2012	
Anexo I: COSTO DE MERCADERIA VENDIDA	

Existencia Inicial	51.860,05
Compras	0,00
Sub-Total	51.860,05
Existencia Final	(125.916,74)
Costo Mercaderia Vendida	-74.056,69

COMBUSTIBLES EL SUR S.R.L.

Estados Contables

Al 31 de Mayo de 2012

Notas a los Estados Contables

B) COMPOSICION Y/O EVOLUCION DE LOS PRINCIPALES RUBROS

NOTA 3: Composición de los Rubros de los Estados Contables

	31/05/2012	31/05/2011
a) Caja y Bancos		
Caja	36.067,71	30.919,98
Bancos Ctas. Ctes.	81.437,39	19.208,97
Total	117.505,10	50.128,95
b) Creditos por Ventas		
Ds. Por Ventas	903.946,02	789.177,13
Tarjeta de Credito a Cobrar	107.744,16	39.828,16
Total	1.011.690,18	829.005,29
c) Otros Creditos		
A.F.I.P. - I.V.A. Saldo a Favor	39.760,07	39.432,13
A.F.I.P. - I.V.A. Ret. Y Percep. No Computadas	11.274,02	4.949,10
A.F.I.P. - I.V.A. No Computado	44.385,14	1.491,31
A.F.I.P. - Anticipo Imp. a las Ganancias:	175.931,60	42.502,62
A.F.I.P. - Retenc. Imp. a las Ganancias:	14.942,34	5.720,39
A.F.I.P. - Imp. Ley 25,413 - Credito Fiscal	2.908,58	2.259,16
D.G.R. - Imp. Ing. Brutos Sdo. a Favor	121.605,37	69.882,06
D.G.R. - Perc. yRet. Imp. Ing. Brutos No Computadas	57.012,43	31.128,83
SUSS - Retenciones	179,51	135,38
Anticipo Proveedores	260.594,20	172.294,17
Total	728.593,26	369.795,15
d) Cuentas por Pagar		
Proveedores	201.339,37	78.120,48
Facturas Pendientes de Recibir	52.006,38	83.817,51
Total	253.345,75	161.937,99

e) Cargas Sociales			
Sueldos a Pagar		25.226,92	22.149,47
A.N.Se.S.	may-09	14.545,26	17.310,73
Sindicato	may-09	2.340,60	2.720,34
	Total	<u>42.112,78</u>	<u>42.180,54</u>
f) Cargas Fiscales			
Nacionales		31.822,48	11.987,47
Provinciales		835,96	724,41
Municipales		20.000,00	0,00
	Total	<u>52.658,44</u>	<u>12.711,88</u>
g) Otras Deudas			
Socios Ctas Particular		600.000,00	0,00
	Total	<u>600.000,00</u>	<u>0,00</u>
h) Otros Ingresos			
Comisiones		9.717,65	4.310,89
Ingresos Varios		0,00	2.117,01
Dcto. 814/01		32.973,77	24.462,42
	Total	<u>42.691,42</u>	<u>30.890,32</u>

ÍNDICE BIBLIOGRÁFICO

a) General:

MARTINEZ NAVAJA, Joaquín y RODRIGUEZ LÓPEZ, Ángel, ¿Cómo evaluar la salud financiera de una empresa?, 2º Edición, Ediciones Roble, (Madrid, 2008)

MORENO, Joaquín, Las Finanzas en la Empresa, 4º Edición, Editorial C.E.C.S.A (México, 2002)

NAME, Alberto, Contabilidad Superior, Editorial Orbe, (Cuba, 1990)

ROJO PEREZ, N. La Investigación Cualitativa. Aplicaciones en Salud, 1º Edición. (La Habana, 2002),

WESTON, Fred, Fundamentos de la Administración Financiera, 10º Edición, Editorial McGraw Hill, (México, 1994),

b) Especial

AMAT, Oriol, Análisis Económico Financiero, 20º Edición, Ediciones Gestión 2000, (Barcelona, 2008)

DEMESTRE, A, Técnicas para analizar los Estados Financieros, 2º Edición Editorial Publicentro (La Habana, 2002),

ESCOBAR, Francisco, ABC del Análisis Financiero, Editorial Ariel Divulgación

FLEITMAN, Jack, Negocios Exitosos, Editorial Mc Graw Hill(México, 2000)

GIL ALVAREZ, Ana, Introducción al Análisis Financiero, 3º Edición, Editorial Club Universitario, (Alicante, 2004)

ORTIZ ANAYA, Héctor, Análisis Financiero Aplicado, Editorial Jorge Waldhuter, (Buenos Aires, 2006)

PÉREZ CARBALLO VEIGA, Juan, El Diagnóstico económico-financiero de la empresa, s.d.

PONTI, Franc, Los Caminos de la Negociación, Ediciones Granica, (Buenos Aires, 2002),

SIERRA, Guillermo, Análisis Financiero, Editorial Pirámide, (España, 2003)

THOMPSON, Arthur y STRICKLAND A. J. III, Administración Estratégica Conceptos y Casos, 11º Edición, Editorial Mc Graw Hill, (México, 2001)

URQUIJO, José L. Planificación Financiera de la Empresa, 5º Edición, Ediciones Deusto S.A.(Bilbao, 1974)

c) **Otras Publicaciones:**

AMAT, Oriol, Nota Técnica Claves del Análisis de Empresas

FERNANDEZ, Bari Domínguez, Factores que nos pueden indicar la salud de una Empresa

THOMPSON, Iván, Definición de Misión, Artículo Publicado en Internet:

www.capega.org.ar

www.energia.gov.ar

ÍNDICE

Prologo.....	1
Introducción.....	3

CAPITULO I EL NEGOCIO DEL PETROLEO

1.- El origen del petróleo.....	5
2.- Proceso del petróleo.....	6
3.- La importancia del petróleo en la economía mundial.....	9
4.- El petróleo en la Argentina.....	10
5.- El negocio de los CCSS en la Provincia.....	15
6.- Cámara de comerciantes de derivados del petróleo, gas y afines.....	17

CAPITULO II ANALISIS ECONOMICO FINANCIERO

1.- Concepto del análisis económico financiero.....	19
2.- Los estados contables como herramientas de información financiera.....	21
3.- Método de investigación.....	27

CAPITULO III ANALISIS CUALITATIVO

1.- La estrategia empresarial.....	35
2.- El análisis estratégico.....	37
3.- Elección de la estrategia.....	44

CAPITULO IV
ANALISIS CUANTITATIVO

1.- Definición del análisis financiero.....	46
2.- Estados Financieros.....	48
3.- Métodos de análisis financieros.....	56
4.- Razones o ratios financieros.....	57

CAPITULO V
ANALISIS PRACTICO

1.- Metodología aplicada.....	75
2.- Análisis cualitativo de la empresa Combustibles del Sur SRL.....	76
3.- Análisis cuantitativo.....	85

Conclusión.....	110
Anexos.....	113
Índice Bibliográfico.....	119
Índice.....	121