



UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
CUAUTITLAN

FINANZAS CORPORATIVAS

"HERRAMIENTAS DE ANALISIS FINANCIERO PARA
DIAGNOSTICAR LA POSICION FINANCIERA DE UNA
MICRO EMPRESA COMERCIALIZADORA DEL RAMO
DE LA OPTICA"

283111

TRABAJO DE SEMINARIO
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADO EN CONTADURIA

P R E S E N T A:
LUIS ENRIQUE CRUZ MARTINEZ

ASESOR: C.P. RAFAEL MEJIA RODRIGUEZ



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLAN
UNIDAD DE LA ADMINISTRACION ESCOLAR
DEPARTAMENTO DE EXAMENES PROFESIONALES



DR. JUAN ANTONIO MONTARAZ CRESPO
DIRECTOR DE LA FES CUAUTITLAN
P R E S E N T E

ATN. Q. Ma. del Carmen García Mijares
Jefe del Departamento de Exámenes
Profesionales de la FES Cuautitlán

Con base en el art. 51 del Reglamento de Exámenes Profesionales de la FES-Cuautitlán, nos permitimos comunicar a usted que revisamos el Trabajo de Seminario:

Finanzas Cooperativas

"Herramientas de análisis financiero para diagnosticar la
posición financiera de una micro empresa comercializadora del
campo de la óptica".

que presenta el pasante Luis Enrique Cruz Martínez
con número de cuenta 09015471-1 para obtener el título de
Licenciado en Contaduría

Considerando que dicho trabajo reúne los requisitos necesarios para ser discutido en el EXAMEN PROFESIONAL correspondiente, otorgamos nuestro VISTO BUENO

A T E N T A M E N T E

"POR MI RAZA HABLARA EL ESPIRITU"

Cuautitlán Izcalli, Méx a 24 de agosto de 2000

MODULO	PROFESOR	FIRMA
<u>III</u>	<u>C.P. Jorge López Marín</u>	<u>[Firma]</u>
<u>II</u>	<u>C.P. Ramón Hernández Vargas</u>	<u>[Firma]</u>
<u>-</u>	<u>C.P. Rafael Meita Rodríguez</u>	<u>[Firma]</u>

FINANZAS CORPORATIVAS :HERRAMIENTAS DE ANALISIS FINANCIERO PARA DIAGNOSTICAR LA POSICION FINANCIERA DE UNA MICRO EMPRESA COMERCIALIZADORA DEL RAMO DE LA OPTICA.

CONTENIDO

INDICE	i
Objetivos	ii
Introducción	v
I.- Aspectos Generales.....	1
1.1. Historia.....	2
1.2. Estados Financieros.....	3
1.3. Juicio Erróneo.	4
1.4 Estados Financieros falsos.....	4
1.5. Insuficiencia de los Estados Financieros.....	5
1.6. Clasificación de los Estados Financieros	6
1.7. Bases para su formulación.	7
1.8. Pasos previos para su elaboración.....	10
1.9. Reglas de simplificación y uniformidad de los Estado Financieros..	15
II.- Diagnostico Financiero.	17
2.1. Clasificación de los Métodos de Análisis Financiero.....	18
2.2. Herramientas del Análisis Financiero.....	19
2.2.1 Método de razones simples... ..	20
2.2.2. Método de por cientos integrales.....	30
2.2.3. Punto de equilibrio económico.....	36
III.- Caso practico.....	42
3.1. Antecedentes del negocio.....	41
3.2 Definición del problema.....	43
3.3. Análisis del problema.....	44
3.4. Diagnostico	52
3.4.1. Estados Financieros Básicos.....	58
3.5 Método de razones simples.....	60
3.5.1 Análisis de solvencia.	60
3.5.2 Análisis de estabilidad.	61
3.5.3 Estudio del ciclo económico.....	63
3.5.4. Análisis de la productividad... ..	65
3.5.5. Capital de trabajo.....	68
3.6. Por Cientos Integrales.	69
3.6.1 Por ejercicio	69
3.6.2 Comparativo	70
3.6.3. Desglosado en ingresos de mayoreo y menudeo.....	71
3.7 Punto de Equilibrio... ..	81
3.8. Propuesta.....	82
Conclusiones	83

OBJETIVO GENERAL.

Determinar la utilidad de las herramientas mas adecuadas para el análisis financiero de una micro empresa de la rama óptica.

Objetivos particulares.

- 1.- Conocer la capacidad de apalancamiento de la micro empresa de la rama de la óptica, por medio de las herramientas del análisis financiero.
2. - Evaluar la capacidad de generar flujos propios que garanticen el crecimiento sano y sostenido, utilizando el análisis financiero.
- 3.- Evaluar utilidad del análisis financiero en la micro empresa, para conocer su realidad financiera.

ANTECEDENTES DEL NEGOCIO.

El negocio tiene en el mercado 5 años, el cual a tenido un crecimiento sostenido, sin acudir a prestamos bancarios y en compañía con sus proveedores y algunos otros acreedores y que siempre esta en constante evolución buscado nuevos nichos de mercados, siendo este el momento de crecimiento en el mercado de los armazones oftalmicos además de cristales, plásticos y lentes de contacto para su venta en el mercado de menudeo o al publico en general.

GIRO.

El giro principal del negocio es la comercialización de gafas de sol para adultos y niños, así como lentes pregraduados para la vista cansada y armazones oftalmicos y estuches para su protección así como líquidos especiales para su limpieza, cordones y exividores en distintos materiales.

MERCADO.

Las ventas son primordialmente para el mercado del mayoreo habiendo incursionado también en su comercialización al detalle o menudeo, este es el de *mayor dinamismo en los últimos dos años para la empresa*. Siendo que el mercado de mayoreo esta saturado y requiere de grandes capitales con los cuales no se cuenta, la razón principal por la cual se quiere crecer en el nicho de la comercialización al detalle.

PRODUCTOS.

Los productos son líneas que en su gran mayoría son de importación, siendo sus países de origen *China, Francia y los Estados Unidos* además de algunas líneas nacionales.

COMPETENCIA.

Pensamos que tenemos ventaja con la competencia en el mercado de menudeo por el apoyo en variedad, calidad y cantidad que nos agrega los negocios de mayoreo además de una experiencia ya consolidada en el mercado de sol en menudeo el cual es mas complicado que el del mercado oftalmico por precio pero que nos deo experiencia para el manejo del cliente y de la gran variedad del gusto del mercado.

MISION.

Ser importantes participantes del mercado de la comercialización y distribución de armazones y gafas de sol, además de participar de manera importante en el nicho de la ópticas.

VISION.

Ampliar y diversificar los nichos de mercado en los cuales participa la empresa, estando en todos los niveles de comercialización del giro de la empresa, par brindar mejores precios y servicio al cliente.

Introducción.

El presente trabajo pretende señalar la utilidad que puede tener el análisis financiero, como herramienta de la toma de decisiones y el conocimiento real de la situación financiera dentro de las micro empresas del ramo de la óptica, demostrando que independientemente del tamaño de la empresa en la que se pretenda aplicar el análisis financiero, este será de gran utilidad para el micro empresario ya que le ayudara a detectar fallas de tipo administrativo financieras, de su planeación de negocios o si debe de buscar nuevos nichos de mercado, esto no solamente ayudado por el análisis financiero sino también por un sereno estudio del mercado y el entorno en que se desarrolla dicha micro empresa, pero tomando como base el mismo análisis financiero y por supuesto el entorno de la micro empresa.

Para este fin se describen en el primer capítulo, algunos de los pasos que sería ideal seguir para la aplicación del análisis financiero dentro de una empresa, así como una descripción muy general de lo que son los estados financieros. En el segundo capítulo se menciona una clasificación general de los métodos de análisis financieros mencionada por el C P. César Calvo en su libro de Análisis e Interpretación de Estados Financieros, y se continúa es su descripción general de los métodos, sustentado por los libros consultados mencionados en la bibliografía del presente trabajo. Se debe de mencionar que no todos los métodos de análisis fueron utilizados y por tanto no son descriptos pero si se mencionan en su clasificación. Y por último en el tercer capítulo se describe un caso práctico de un micro empresario del ramo de la óptica que busca respuestas sobre la situación financiera de su micro empresa y que al realizar el análisis financiero sobre la información proporcionada se le hará un diagnóstico así como una propuesta de medidas a tomar para mejorar el rumbo de sus negocios, que pretendemos resuelva sus dudas acerca de la situación financiera de su negocio así como el comportamiento de su negocio y le haga

comprender la utilidad del análisis financiero como una herramienta importante para conocer su realidad financiera.

Por ultimo no queremos dejar de remarcar que en el presente trabajo se menciona el análisis de mercado y entorno de negocios en el que se desarrolla el micro empresario, pero que no se realiza una descripción detallada del mismo ni su metodología por no ser este el fin del presente trabajo, el objetivo de este trabajo lo que pretende es demostrar la utilidad del análisis financiero como una herramienta de suma importancia en la empresa no importando que esta sea una micro empresa ni el mercado en el que se desenvuelva la misma y su importante aportación para la mejor la toma de decisiones o incluso su planeación.

CAPITULO I

ASPECTOS GENERALES

- 1.10. Historia
- 1.11. Estados Financieros
- 1.12. Juicio Erróneo
- 1.13. Estados Financieros Falsos
- 1.14. Insuficiencia de los Estados Financieros
- 1.15. Clasificación de los Estados Financieros
- 1.16 Bases para su formulación
- 1.17. Pasos previos para su elaboración
- 1.18. Reglas de simplificación y uniformidad de los Estado
Financieros

I.- ASPECTOS GENERALES.

1.1. Historia.

A fines del siglo XIX, la Asociación Americana de Banqueros celebró su convención anual, en esta reunión fue presentada una ponencia en la que se propone que todos los bancos asociados exigieran, como requisito previo al otorgamiento de un crédito, la presentación de un balance por parte de los solicitantes, con la finalidad de que las instituciones estuvieran en condiciones de analizar los estados financieros como un medio de asegurarse de la recuperabilidad de dicho crédito.

Esta forma empírica de estudiar los estados financieros de empresas que solicitaban créditos marco el inicio de la implantación de métodos analíticos que permitieran detectar con mayor precisión deficiencias financieras que en un momento dado dieran lugar a no poder recuperar el crédito otorgado

Mas tarde no sólo exigían un Balance, sino también los correspondientes a los tres o cuatro ejercicios anteriores para compararlos, posteriormente se vio la necesidad de que se anexara el Estado de pérdidas y ganancias, ya que los datos que este documento reporta nos permite determinar con mayor exactitud la solvencia, la estabilidad y la productividad del negocio, así como el desarrollo de la administración de la empresa que solicite el crédito.

También el comercio y la industria observaron la utilidad de aplicar no únicamente el análisis de las cifras que reportan sus estados financieros, sino además la interpretación que de ellos se obtiene.

De lo anterior, podemos deducir que el origen de lo que hoy conocemos como la técnica del Análisis e Interpretación de Estados Financieros, fue precisamente la Convención de la Asociación Americana de Banqueros, para que a partir de esa fecha poco a poco se fuera desarrollando dicha técnica, aceptándose y aplicándose no sólo en operaciones de crédito con los Bancos, sino también precisar fallas en la administración de los negocios, sean éstos comerciales o industriales, por lo que podemos sintetizar que el campo de acción del análisis tiene relación en forma directa o indirecta con las actividades de instituciones de crédito, empresas comerciales e industriales, terceras personas, inversionistas y otros interesados.

1.2. Estados Financieros.

Definición: Documento primordialmente numérico que proporciona informes periódicos o a fechas determinadas, sobre el estado o desarrollo de la administración de una empresa. Mencionado por C.P. César Calvo en su libro Análisis e Interpretación de estados financieros

Elementos de la definición de los estados financieros.

1 - Esencialmente numéricos. Por que son datos que se obtienen directamente de los registros contables que se reflejan mediante cifras.

2 - Informes periódicos o a fechas determinadas. Ya sea que los datos abarque un periodo o éstos se muestren en un momento dado, no por eso dejan de informar aspectos financieros de la empresa.

3.- Estado o desarrollo de la administración. Cualquier política seguida dentro de una organización deberá quedar reflejada en los estados financieros, y es labor del Analista determinar e interpretar dichas situaciones.

1.3. Juicio erróneo.

Es fácil observar que muchas personas no interiorizadas en los estudios contables, consideran al leer un estado financiero, que éste refleja datos exactos sobre las operaciones que han realizado las empresas a que se refiere dicho estado financiero, puesto que creen lógico que si las matemáticas son una ciencia exacta, lo que señalan los estados financieros lo es también; ya que la contabilidad se auxilia en parte de las matemáticas, pero es necesario considerar lo siguiente.

- 1 Matemáticas. La contabilidad no es una rama de la matemáticas, sólo se auxilia de ellas para resolver algunos problemas.
2. Moneda .Es de todos conocido que la moneda no es estable y que el poder adquisitivo de ella, está sujeto a fenómenos económicos internos y externos.
3. Juicios Contables. El registro de las operaciones debe de ser de acuerdo a ciertos convencionalismos contables.
- 4 Juicios Personales. A un cuando las operaciones siguen un patrón en su forma de registro, intervienen de modo significativo el juicio personal de quien los celebra

1.4. Estados financieros falsos.

El analista para poder llevar a cabo su labor, necesita de una medida de seguridad para no incurrir en errores por estar opinando y obteniendo conclusiones de estados que no muestre un razonable reflejo de las operaciones de la empresa que analizan; por lo que es necesario que los estados financieros

estén DICTAMINADOS por un Contador Público, antes de que el analista aplique sus técnicas.

1.5. Insuficiencia de los estados financieros.

La información que nos brindan los estados financieros, tal y como son de todos conocidos no son lo suficiente claros y explícitos para determinar y conocer otros factores que ayuden a mejorar la situación de la empresa en relación a la solvencia, estabilidad y productividad en que se ha venido desarrollando la vida del negocio, es por esto que el Analista deberá poner en juego sus conocimientos para ir adicionando datos a los estados financieros, que le sirvan de base para opinar sobre la capacidad de la empresa.

Para subsanar la poca información que emana de los estados financieros, el Analista deberá auxiliarse de otros profesionales o técnicos en ramas afines al negocio sujeto a estudios analíticos, con el objeto de que su interpretación sobre los factores, índices o cifras obtenidas en la aplicación de sus métodos de análisis sean los más acertados y presten una verdadera asesoría a sus clientes.

Los Economistas y los Ingenieros Industriales, entre otros profesionistas, podrán aportar información por demás interesante sobre estudios de mercado que precise la situación de la empresa en relación a una posible expansión de la misma por tener la perspectiva de captar más centros de mercados, para sus productos, o bien, estudios técnicos de la producción que coadyuven a llegar a las metas deseadas con la mas alta calidad.

En algunas ocasiones será necesario el considerar la ayuda de técnicos especialistas que funjan como peritos en la materia.

Fecha de formulación de los estados financieros.

La fecha de formulación de los estados financieros juega un papel muy importante en nuestro estudio, por lo que se hace necesario sugerir los formulen en la época más propicia para el negocio, de acuerdo con el tipo de operaciones que realice, sujeta claro esta a las restricciones que la propia técnica contable establece dentro de sus principios, así como la obligación fiscal de presentar balances anuales. Con lo antes descrito, se trata de decir que si una empresa comercial tiene sus mejores ventas en los últimos y primeros meses del año y practica su Balance e Inventario de acuerdo con el año calendario, tendrá serios problemas por el cúmulo de trabajo tanto externo, como los de tipo interno, por lo que es recomendable medir estas situaciones, buscando una fecha en que las ventas disminuyan y pueda esta empresa dedicarse a formular sus estados financieros y todos los demás pasos inherentes a dicha formulación.

1.6. Clasificación de los estados financieros .

Balance General/Estado de situación Financiera. Es el estado que muestra la situación financiera de una empresa en un momento dado.

El Balance General actualmente conocido como Estado de Situación Financiera, por incluir todos los valores (derechos y obligaciones) con que opera una empresa, decimos que es el estado más completo que se puede formular

Además, es estático por que muestra la situación que esos valores financieros guardan en una fecha determinada, que puede ser la del cierre del ejercicio (un año) o cualquier otra que se desee (inferior a un año), pues el periodo en este estado no es fundamental.

Estado de Resultados. Es el estado que muestra las operaciones que ha tenido una empresa durante un periodo hasta llegar a los resultados obtenidos.

Este estado es de mucha importancia, no sólo por el resultado que nos arroje (utilidad o pérdida), sino por determinar paso a paso la forma en que se llegó a dicho resultado; el cual podríamos obtenerlo del propio Estado de Situación Financiera, si eso fuera lo que nos interesara; por esta razón, se considera que es un estado principal y a su vez dinámico, por no dar cifras a una fecha fija, sino el movimiento de operaciones acumuladas en un periodo.

Estado de Costo de Producción y Ventas. Es el estado que muestra minuciosamente todos los elementos que conforman el costo de lo producido, así como el de lo vendido durante un periodo determinado.

Este estado tiene razones similares al anterior, ya que su cifra final aparece dentro del estado de resultados como este a su vez dentro del estado de situación financiera, es fácil comprender que es de sumo interés saber de una forma detallada como se determina el costo, ya sea al que refleja la producción o el que se relaciona con las ventas; el cual nos permite obtener un precio de venta con un margen de utilidad bruta suficiente para absorber el costo de distribución y llegar al resultado final deseado (representativo de la productividad de la empresa).

Estados Comparativos. Aun cuando los estados comparativos que hemos ejemplificado son de tipo principal, son estados que se utilizan para complementar o aclarar datos que los estados financieros principales no pueden reflejar, por lo que se deben de considerar secundarios

1.7. Base para su formulación:

1. Comparación de estados homogéneos.
2. Consistencia en los principios de contabilidad.
3. Ejercicios completos (un año).

Respecto a que si deben considerarse dinámicos o estáticos, irá en función de lo antes señalado, es decir, si corresponde a una fecha dada (estático) o si se refieren a un periodo determinado(dinámico).

Estado de Capital de Trabajo. Es la diferencia entre el Activo y el Pasivo circularmente en una fecha determinada, por lo que se considera que es estático y es secundario, por que los datos que de él se obtienen son adicionales a los estados principales.

Como se puede observar, se está considerando Capital de Trabajo el neto entre los valores de fácil realización de la empresa con la obligaciones exigibles a corto plazo, es el neto, por que nos demuestra con lo que realmente cuenta el negocio como propio y no el total del Activo circulante que puede estar en parte o todo sujeto a obligaciones con terceros, es decir, que la compañía está utilizando capital ajeno que podría en un momento dado desequilibrar la solvencia o la estabilidad de la empresa en estudio.

Estado de Movimiento de las Cuentas de Capital. Al hablar del Estado del superávit, nos vamos a referir para nuestros fines a la deferencia que existe entre el Capital Social y el Capital Contable.

En el caso que el Capital Social se viera mermado por pérdidas (déficit), reflejaría un Capital Contable inferior, creando una situación inestable de la empresa, la cual mostraría una relativa solvencia y estabilidad de la empresa.

Por representar el cambio efectuado del principio al final de un periodo, se considera que es un estado dinámico. Es secundario por informar datos adicionales que no pueden aparecer en el Estado de Situación Financiera, ni en el Estado de Resultados.

Estado de Cambios en la Situación Financiera en Base a Flujo de Efectivo. A través del tiempo, el estado en cuestión ha tenido mayor aplicación y aceptación dentro de las personas allegas al mundo de los negocios; es tal su importancia, que amerita un estudio especial dentro de los métodos de análisis. Por lo tanto, estamos ante un fenómeno de un estado financiero, que por si solo, se ha transformado de ser un estado secundario en una principal, con cifras dinámicas lo que le hace ser un estado aún más valioso, puesto que, a través de su lectura se podrá no sólo conocer los recursos con que contó la empresa durante el período a revisión, sino además, la aplicación que de dichos recursos efectuó, datos que en manos de un Analista son por demás útiles para su debida interpretación.

Es un estado dinámico porque al comparar dos estados de situación financiera (estados estáticos) y determinar diferencias entre ambos, estos nos indican el movimiento acumulado durante un período en las diferentes cuentas de nuestro balance.

Estados Analíticos de las Cuentas de Resultados. Son estados que se formulan con un mayor detalle de como aparecen en Estado de Resultados, por lo que únicamente resta decir, que encuentran su mayor aplicación en la formulación de presupuestos.

Como su nombre lo indica, no se trata de un solo documento, sino que son tantos como renglones sean necesarios analizar; sean éstos de ingresos, de productos, de gastos de administración, de venta, o de algún otro renglón que por el giro de la empresa tomará importancia para un estudio analítico.

Concepto de análisis e interpretación.

Según el Diccionario Enciclopédico Abreviado Espasa Calpe.

Análisis.- “Distinción y Separación de las partes de un todo hasta llegar a conocer sus principios o elementos”.

“En Matemáticas, el análisis denota el proceso por medio del cual un problema queda reducido a su más simples elementos; se aplica más particularmente a aquellas ramas de las matemáticas que estudian las relaciones de cantidades variables o indeterminadas por medio de símbolos.

Así, la Geometría Analítica estudia el carácter de las líneas curva y superficies empleando para ello los símbolos algebraicos”

Interpretación.- “Acción y efecto de interpretar”.

Interpretar.- “Explicar o declarar el sentido de una cosa, y principalmente, el de textos faltos de claridad”

“Entender o tomar en buena o mala parte una acción o palabra”

“Atribuir una acción a determinado fin o causa”.

“Comprender y expresar bien o mal el asunto o materia de que se trata”

Con base en la definiciones anteriores, se puede decir que para los fines de estudio, el Análisis y la Interpretación de Estados Financieros, es el conocimiento integral que se hace de una empresa a través de un estado financiero (el todo), para conocer la base de sus principios (operaciones), que nos permiten obtener conclusiones para dar una opinión (explicar y declarar) sobre lo buena o mala política administrativa (asunto o materia) seguida por el negocio sujeto a estudio.

1.8. Pasos previos del analista.

Generalidades. El Analista debe tener en cuenta una serie de situaciones antes de entrar en funciones; a semejanza del Contador Público o Licenciado en Contaduría antes de iniciar una auditoría

I. Alcance

- 1 Parcial. Estudio de alguna de las funciones de la administración.
2. Total. Estudio total de la política administrativa de la empresa

II. Obtención de datos de tipo económico administrativo.

- 1 Constitución de la Sociedad Extraer los principales datos de la escritura constitutiva y actas de asamblea, obteniendo: fechas, capital, aumentos, actividades, nombres, etc..
- 3 Actividades Actuales. Estudiar el giro actual de la empresa, así como planes futuros.
- 4 Estudio del Mercado. Observar la situación de la empresa según su capacidad, localización geográfica, poder de compra de sus clientes, etc., durante el tiempo que abarca nuestra revisión

III Datos financieros externos.

La obtención de datos de terceros en México, es de lo más difícil; pero debe tenerse en cuenta que si está a la mano del Analista dicha información, debe aprovecharla por la gran utilidad que le puede reportará al emitir sus interpretaciones.

IV Requisitos contables.

1. Consistencia en la aplicación de los Principios de Contabilidad.
2. Consistencia en la presentación de los estados financieros. Utilizar las mismas cuentas, presentarlas con sus movimientos o saldos, de acuerdo a ejercicios anteriores.
3. Dictamen de C.P. como ya se mencionó, el Analista debe tener un margen de seguridad de las cifras que maneja.

V. Estados financieros y datos que solicita el Analista.

1. Estados Financieros Principales:

- A) Balance General/Estado de Situación Financiera.
- B) Estado de Pérdidas y Ganancias/Estado de Resultados.
- C) Estado de Costo de Producción y Venta.

2. Estados Financieros Secundarios. Los solicitantes de acuerdo a las necesidades de quien lo contrató.
3. Relaciones: De clientes, proveedores, gastos, etc.. Es conveniente que la empresa le dé amplias facilidades de información.

1.9. Reglas de simplificación y uniformidad de los estados financieros.

Generalidades. Es necesario que después de haber tomado en consideración los pasos previos anteriormente, el Analista prepare adecuadamente su materia de trabajo que no es otro que los estados financieros.

I. Simplificación de cifras.

- 1 Eliminar centavos, unidades, decenas, centenas, etc., según la importancia de la empresa.

2. El número 5 (cinco) será el límite para aumentar o disminuir la cifra posterior.
3. Datos homogéneos. Ejemplo: al comparar cifras anteriores al periodo del 1 de enero de 1993 al 31 de diciembre de 1995, con Nuevos pesos y pesos en ejercicios posteriores, se recomienda recorrer el punto tres lugares hacia la izquierda a las cifras señaladas en pesos para homogeneizar la comparación con el uso de nuevos pesos, por el lapso ya indicado.

II. Cuenta que refleja los ajustes de cifras por simplificación.

1. Conciliación por Análisis. Esta cuenta aumentará o disminuirá dentro del balance el capítulo del capital contable; en los demás estados aparecerá en el renglón anterior al resultado que reporten.
2. Afectando directamente una cuenta de Reserva de Capital. Procedimiento que se considera inadecuado, aun cuando muchos autores lo aconsejan.

III. Agrupación de cuentas.

Con el objeto de precisar errores y facilitar el análisis, es conveniente agruparse bajo un mismo rubro cuentas de naturaleza similar.

IV Cuentas complementarias.

1. Reservas Se tratarán a la cuenta correspondiente para trabajar con valores netos.
2. Otras diferencias a Reservas. Aparecerán con su saldo, sin disminuir el valor el cual complementan. Ejemplo: documentos descontados, anticipo de clientes, anticipo a proveedores, etc..

Reglas de simplificación del estado de situación financiera.

Generalidades:

- Se elimina los rubros de cargos y créditos diferidos.
- Se crea el grupo de "Otro activo".

I Activo.

1 Circulante:

- a) Incluirá valores de fácil realización (menos de un año).
- b) Valores provenientes de operaciones normales.
- c) Aquellos valores que no reúnan los requisitos anteriores, pasarán a formar parte del "Otro activo".
- d) Excepción. Las mercancías en tránsito se aceptarán en este grupo si esta próxima su llegada (menos de un mes).

2. Fijo.

- a) Se incluirán inversiones permanentes propias del giro.
- b) Acciones, bonos y valores de otras empresas, se aceptarán en este grupo, cuidando de que no se infle su valor.
- c) Se presentaran valores netos
- d) Las revaluaciones no deben de aceptarse, por lo que se procederá extra libros a deshacer el asiento correspondiente al ejercicio analizado o bien, a afectar la cuenta de "conciliación por analizar" si la revaluación proviene de los ejercicios anteriores.

3. Otros activos:

- a) Se forman con la cuentas de "cargos diferidos".
- b) De aquellas cuentas que no reúnen los requisitos señalados en el "circulante" y "fijo".
- c) Se presentarán valores netos.

- II. Pasivo.
 - 1. Circulante.
 - a) Pasivo reales o no exigibles en un período hasta de un año.
 - b) Agrupar cuentas bajo un mismo rubro cuando éstos tengan relación.
 - 2. Fijo:
 - a) Pasivos reales o no exigibles en un período mayor de un año.
- III. Capital.
 - 1. Capital Social.
 - a) Sólo se aceptará el pagado.
 - b) La cuenta de Accionistas deberá pasar al Activo o Pasivo, según sea su saldo.
 - 2. Reserva de capital. Se presenta un solo renglón.
 - 3. Utilidades de Varios Ejercicios. Se presentarán bajo un mismo rubro. Ejemplo: utilidades no distribuidas de ejercicios anteriores; en caso de tener resultados negativos, se utilizará el renglón de Pérdidas de ejercicios anteriores.
 - 4. Resultados del Ejercicio. Se presentará separado de los ejercicios anteriores mencionados: Utilidad o Pérdida del ejercicio.
 - 5. Superávit por Revaluación de Inventarios o de Activo Fijo, en el caso que se generalice la Reexpresión de Estados Financieros.

Reglas de Simplificación del Estado de Resultados.

Generalidades. Para poder hacer un buen análisis, es necesario que este estado sea lo más analítico posible, a diferencia del Estado de Situación Financiera.

- I. Ventas.
 1. Separación de ventas: al contado y a crédito.
 2. Separación de las ventas locales y la foráneas.
 - 3 Separación de las ventas matriz y de las sucursales.
 - 4 Análisis de las devoluciones, rebajas y bonificaciones sobre ventas.
 5. Eliminación de operaciones no normales (venta de activo fijo, desperdicios, etc.).
 6. Puede aceptarse que los descuentos sobre ventas disminuyan a éstas, pero debe observarse la consistencia en los demás ejercicios.

- II. Costo de ventas.
 - 1 En empresas industriales solicitar el Estado de Costo de Producción y Ventas que aparezca además en unidades.
 2. Cuidar que se haya valuado correctamente el inventario; que el criterio del auditor sea de acuerdo al nuestro.
 3. Eliminar operaciones que no son normales o propias.

- III. Gastos de operación.
 1. Detalle de cada uno de los 3 principales rubros que forman los gastos de operación: gastos de administración, ventas y financieros.
 2. El detalle de estos gastos es base para la determinación de los gastos fijo y los variable.
 3. Facilitar la determinación y comparación del presupuesto que ellos se haga.

- IV. Otros gastos y productos.
 1. Por lo general, este grupo está formado de partidas que corresponden a operaciones no normales.
 2. Por lo tanto deben de eliminarse para objeto de análisis, salvo que fueran de importancia.

CAPITULO II

DIAGNOSTICO FINANCIERO

2.1. Clasificación de los Métodos de Análisis Financiero

2.2 Herramientas del Análisis Financiero

2.2.1 Método de razones simples

2.2.2. Método de por cientos integrales

2.2.3. Punto de equilibrio económico

2.1. Clasificación de los métodos de análisis.

No obstante de ser una técnica relativamente moderna, el análisis de estados financieros cuenta a la fecha con una cantidad considerable de métodos para llevar acabo dichos estudios.

Sin embargo. Podemos decir que mucho de estos métodos son simples derivaciones de un número más reducido de métodos que podríamos considerar como básicos y que lógicamente son los más aplicados ya que son los que presentan un análisis más completo.

Tenemos que hacer la salvedad que es conveniente que en toda ocasión el Analista, aplique varios de los métodos de análisis y no se conforme con el uso de uno de ellos, ya que podemos afirmar que no existe un método que por sí solo haga que se consideren suficiente su única aplicación.

Por otro lado, el Analista debe evitar el peligro de que lleve a cabo análisis demasiado detallados, lo cual tendrá como consecuencia una cantidad excesiva de datos que sólo producen confusión a la hora de interpretarlos.

Los métodos a estudiar se clasifican de la siguiente manera.

Métodos de análisis:

1. Métodos estadísticos Se clasifican como métodos estadísticos a aquellos sistemas de análisis cuyos datos corresponden a estados financieros de un ejercicio, podrían considerarse como de análisis vertical.

1. Método de razones.

a) Razones simples.

- b) Razones estándar.
 - c) Razones índice.
 - 2. Método de por cientos integrales
 - a) Totales.
 - b) Parciales.
 - 3. Estudio del punto de equilibrio económico.
 - a) Fórmula.
 - b) Gráfica.
- II Métodos dinámicos. Los métodos dinámicos son los que abarcan datos financieros de 2 o más ejercicios, podrían considerar como de análisis horizontal.
- 1. Método de aumentos y disminuciones.
 - a) Estado de origen y aplicación de recursos.
 - b) Estados comparativos.
 - 2. Método de tendencias.
 - 3. Estado de resultados por diferencias.
 - 4. Métodos gráficos.

2.2. HERRAMIENTAS DEL ANÁLISIS FINANCIERO.

2.2.1. MÉTODO DE RAZONES SIMPLES.

Este método consiste en relacionar cifras de conceptos homogéneos de los estados financieros y de su resultados obtener consideraciones que nos sirvan para apoyar nuestra interpretación acerca de la solvencia, estabilidad de la empresa.

El fundamento de este método está determinado en la íntima relación que guardan los conceptos que forman a los estados financieros, así como las ligas entre rubros que son homogéneos de un estado financiero a otro, es por esto que nacen las llamadas:

1. *Razones Estáticas.* Por formarse de rubros del Balance General/Estado de Situación Financiera, que es un estado estático.
2. *Razones Dinámicas.* Por corresponder a cuentas del Estado de Resultados, que es un estado dinámico.
3. *Razones Estático-Dinámicas* En las que intervienen cifras de conceptos de uno y otro estado.

Pueden formarse razones tomando en consideración cuentas o conceptos de otros estados que no sean el Balance o el de Resultados, por lo que se incluirán en el grupo de las razones estáticas si el estado es de tal naturaleza, o dinámicas si el estado fuere dinámico, o bien, estático-dinámico si los datos obtenidos provienen de dos estados financieros de diferente naturaleza.

A continuación, se presentarán primeramente las "Razones Financieras" que se consideran más comunes, dando la fundamentación y la interpretación

general de cada una de las razones seleccionadas, posteriormente se ejemplifican con alternativas, interpretando las cifras reportadas.

Método de razones simples.

Análisis de la solvencia.

$$\begin{array}{l} \text{Activo circulante.} \\ \text{-----} = \text{Solvencia Circulante.} \\ \text{Pasivo Circulante.} \end{array}$$

Fundamentación:

Parte de la base que las deudas a corto plazo están garantizadas con los valores del Activo Circulante, que constituyen los bienes disponibles con los que se cubrirán las deudas próximas a vencer. Visto desde otro punto de vista, el Pasivo Circulante es el resultado del financiamiento del Activo Circulante.

Interpretación:

Esta razón es la más antigua y se exigía una relación de 2 a 1. Actualmente. En vista del uso del crédito como auxiliar económico de las grandes empresas, su relación puede y debe de ser menor, de acuerdo con el giro de la empresa, para que tenga una solvencia circulante buena.

$$\begin{array}{l} \text{Activo Disponible.} \\ \text{-----} = \text{Solvencia Inmediata.} \\ \text{Pasivo Circulante} \end{array}$$

Fundamentación:

Es una prueba muy rigorista por considerar la liquidez de la empresa mediante la utilización de los valores de fácilmente realizables como es el efectivo en Caja y Bancos y las inversiones en acciones, bonos y valores.

Interpretación:

Al igual que en la razón anterior, se exigía una proporción de 1 a 1; pero la práctica enseña que al tener efectivo ocioso es tan perjudicial como tener una relación inferior a 0.40 esta razón es llamada como la "Prueba del Acido".

Análisis de la estabilidad.

1 Estudio del Capital.

Pasivo Total.

Capital Contable.

Pasivo Circulante

----- = Origen del Capital.

Capital Contable.

Pasivo Fijo.

Capital Contable

Fundamentación.

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

Interpretación:

Como regla general se puede aceptar como relación máxima la de 1 a 1 respecto a la primera razón, es decir, que el capital ajeno sea igual al propio, debido a que una razón superior provocaría un desequilibrio y habría peligro de que pasara a ser propiedad de terceras personas. Respecto de las otras dos razones, es conveniente que la segunda de ellas sea superior.

Activo Fijo.

----- = Inversión del Capital.

Capital Contable.

Fundamentación.

Si se observa con detenimiento se encuentra lógica la íntima relación que guardan los bienes estables con el capital propio que es una inversión permanente y esta razón a su vez como préstamo a largo plazo (capital ajeno), que normalmente sirve para la adquisición de nuevos activos fijos.

Interpretación:

El resultado aceptable de esta razón, es en función al tipo de empresa de que se trate, ya que es muy natural que una compañía industrial necesite de mayores recursos fijos (maquinaria y equipo) que una comercial, por lo que una relación en el primer caso de más de 1 sin pasar del 1.50 es bueno, no así para el comercio.

Capital Contable.

----- = Valor Contable del Capital.

Capital Social Pagado.

Fundamentación:

Son valores provenientes de conceptos similares que varían a través del tiempo y como resultado de las operaciones realizadas por la empresa determinándose el rendimiento obtenido, aprovechando por la compañía o bien el reflejo de los errores de administración.

Interpretación:

Esta razón muestra la aplicación de interés obtenidos para el mejor aprovechamiento de futuras operaciones, por lo que una relación superior a 1, nos indicará el grado de aprovechamiento mientras dicha relación aumente y siendo inferior a 1, una situación de peligro.

Estudio del ciclo económico.

Ventas Netas a Crédito.

----- = Rotación de Cuentas por Cobrar.

Promedio de Cuentas por Cobrar.

Fundamentación:

Como se indica en la razón, es necesario analizar las ventas y tomar solamente aquellas que son a crédito, después de deducir la devoluciones, rebajas, bonificaciones y descuentos de este tipo de operaciones, para que al compararlas con el promedio de los saldos mensuales de clientes (mínimo el saldo de 3 fechas distintas), nos de el número de veces que este promedio se desplaza a través de las ventas.

Interpretación:

Estas razones indicarán indirectamente el resultado de la aplicación de una buena o mala política administrativa; por lo que en forma general, podrá decirse que mientras nos dé un desplazamiento superior, mejor será la política administrativa seguida, ya que señalará el uso eficiente de los valores que se estudian.

Compras Netas a Crédito

----- = Rotación de Cuentas por Pagar.

Promedio de Cuentas por Pagar

Fundamentación.

Nos indicará como en la primera rotación señalada, el número de veces que se desplazan las deudas a corto plazo por adquisición de mercancías o de materias primas en relación al total de las mismas adquiridas en el ejercicio que se analiza.

Interpretación:

La interpretación correcta a esta razón la dará el conocimiento que se tenga de las Rotaciones de cuentas por cobrar, y tendremos la pauta para precisar si está o no de acuerdo al crédito que nos conceden y de ahí que nuestro razonamiento sea más lógico, aun cuando sobrepasaran los límites ideales.

Convertibilidades:

$$\frac{360 \text{ días}}{\text{-----}} = \text{Días de Rotación}$$

Rotación de Cuentas por Cobrar

Fundamentación

Si los resultados obtenidos por las razones anteriores que muestran la rotación de diferentes cuentas y las traducimos a días, tendremos datos mas comprensibles.

Referente a cuentas por cobrar, sabremos si el crédito concedido está de acuerdo a la política administrativa y se recuperará en el tiempo razonable para no entorpecer nuestro ciclo económico.

Interpretación:

Sin poder establecer un resultado fijo para los datos que nos reportan esta razones que convierten a días las diferentes rotaciones, si se puede deducir que mediante un dato que represente el menor número de días será más ventajoso, ya que la duración del ciclo económico será corto y más rápidamente se recuperará el efectivo puesto en actividad.

$$\frac{360 \text{ Días}}{\text{-----}} = \text{Días de Cuentas por Pagar.}$$

Rotación de Cuentas por Pagar

Fundamentación:

Si se comprara esta razón con la del crédito que concede la empresa, sabremos si la empresa trabaja con ventaja de crédito o no al que le concede sus proveedores.

Interpretación:

Esta razón indicará el número de días en que la empresa está liquidado sus deudas, situación que debe estar acorde con los plazos que le han sido concedidos por sus proveedores.

Suma de Convertibilidades = Duración del ciclo Económico

Fundamentación:

Se obtienen el ciclo económico de la empresa sumando el resultado de las anteriores convertibilidades, de esta manera se determinará el plazo medio necesario para que las operaciones de la empresa se transforme en efectivo a comprar de productos, colocarse en el mercado y por último el cobro en efectivo. (no incluir la relación de cuentas por pagar).

Interpretación:

En principio, si la suma de las convertibilidades muestra un ciclo económico acorde a la actividad de la empresa, se considerará que la estabilidad estará dentro de los límites aconsejables. Ahora bien, si los días que da la suma es superior, tendrá el Analista la obligación de investigar en donde se encuentra la falla administrativa.

Análisis de la productividad.

Ventas Netas
----- = Estudio de las Ventas en relación al C.C.
Capital Contable

Ventas Netas
----- = Estudio de las Ventas en relación al C.T.
Capital de Trabajo

Fundamentación:

Para tener el dato que muestre la productividad de la empresa de la empresa, es necesario utilizar las ventas en relación con el capital propio y con el capital de trabajo de trabajo, ya que estas ventas están supeditadas a la debida potencialidad de dichos capitales.

Interpretación:

El estudio de las ventas por medio de este método no es del todo exacto, por lo que se hace necesaria la aplicación de otros métodos que nos señale la debida interpretación.

Utilidad Neta
----- = Rendimiento en relación al Capital Contable
Capital Contable

Utilidad Neta
----- = Estudio de la Calidad
P.T. + C Contable

Utilidad Neta
----- = Rendimiento en relación a las Ventas.
Ventas Netas

Fundamentación:

Las razones que se indican mostrarán el rendimiento obtenido, de acuerdo a diferentes factores y por ende, la eficiencia de la política administrativa.

La primera razón señala la productividad obtenida de acuerdo a la inversión propia

En la segunda razón se tomara en consideración no sólo los recursos propios sino además los ajenos

La tercera dará el rendimiento que por cada peso de venta obtiene la empresa

Interpretación.

Como es lógico suponer. Mientras mayores sea el rendimiento obtenido, será índice de una mejor política administrativa que redundará en una situación financiera solvente y estable.

Es necesario comparar la utilidad con las ventas para precisar si la empresa esta obteniendo el resultado normal de acuerdo al giro y volumen de sus operaciones.

2.2.2. MÉTODO DE POR CIENTOS INTEGRALES.

Se aplica este método en aquellos casos en los cuales se desea conocer la magnitud o importancia que tiene las partes que integran un todo. En otras palabras, si el activo circulante de una empresa es de \$ 100,000, mediante este método se determina la magnitud de cada uno de los renglones que componen el activo circulante en relación con su monto total.

Para ello se equipara la cantidad total o global con el 100 % y se determina en relación con dicho 100 % el por ciento relativo a cada parte

Los resultados obtenidos quedan lógicamente expresados también en por cientos, encontrando aquí la ventaja y la desventaja del método. La ventaja es porque al trabajar con números relativos nos olvidamos de la magnitud absoluta de las cifras de una empresa y con ello se comprende más fácilmente la importancia de cada concepto dentro de la empresa. Sin embargo, también aquí aparece el defecto del sistema, ya que al hablar en términos de por cientos es fácil llegar a conclusiones erróneas, especialmente si se quiere establecer por cientos comparativos. Por ejemplo: el costo de ventas de una empresa en un año fue del 65 % sobre las ventas y en otro año es del 70 % con lo cual aparentemente el costo de ventas fue superior en el segundo año en relación con el primero, ello es cierto en relación con su 100 % anual, pero probablemente no entre sí, pues puede suceder que ese 65 % tenga una magnitud o volumen superior a la cantidad representada por el 70 %.

Por lo anterior, es útil este método para obtener conclusiones aisladamente, ejercicio por ejercicio, pero no es aconsejable si se desean establecer interpretaciones al comparar varios ejercicios.

Desde el punto de vista de su aplicación, este método puede ser total o parcial. Será total si el todo, o sea el 100 % corresponde a la cantidad máxima incluida en un estado financiero y será parcial, si se toma como 100 % uno de los capítulos o aspectos parciales de un estado financiero.

Por cientos integrales totales.

La aplicación de este método desde un punto de vista total podemos encontrarlo tantas veces como estados financieros puedan formularse; sin embargo, ha encontrado su mayor aplicación en el Estado de Situación Financiera, así como los por cientos parciales de cada uno de los conceptos.

En el Estado de Resultados, el 100 % corresponde a las ventas netas, pero no hay que olvidar que en dicho estado deben quedar señaladas las ventas totales y sus correspondientes disminuciones por concepto de rebajas, bonificaciones y devoluciones sobre ventas; así como también pueden manejarse los descuentos sobre ventas siempre y cuando esta cuenta de naturaleza financiera en forma consistente se controle junto con otras disminuciones.

El control debe de ejercerse para fijar la magnitud de estas disminuciones dentro del volumen de operaciones de una empresa, y en su caso, hacer notar los excesos para evitar incrementos desmedidos que perjudican el desarrollo de la empresa.

Por cientos integrales parciales.

Prácticamente es ilimitado el número de aplicaciones que podemos encontrar bajo este aspecto, ya que el capítulo de un estado financiero o un concepto del mismo, puede quedar sujeto a un cálculo de esta naturaleza.

Sin embargo, como ejemplo se presenta su aplicación en 7 casos:

Estudio del activo circulante.

Debido a la importancia que tienen los valores que conforman el activo circulante, se ha establecido la costumbre, dentro de la técnica del análisis, de hacer un estudio minucioso y detallado de este capítulo del balance.

1° Por cientos integrales de los valores del activo circulante.

Es el caso más sencillo y generalizado, se toma como igual a 100 % el valor del activo circulante y sobre esta base, se calculan los valores parciales de cada uno de sus conceptos.

2° Por cientos integrales acumulativos del activo circulante en relación al pasivo circulante.

En este segundo estudio del activo circulante se tiene presente el descubrir la verdadera capacidad de pago de la negociación en forma más completa y verídica que la razón simple del circulante.

En este caso equipararemos al pasivo circulante como igual a 100 y posteriormente se calculará el por ciento que representa cada uno de los valores del activo circulante en relación a dicho 100 %, con la circunstancia de que dichos por cientos se van acumulando.

En esta forma y debido a que los distintos conceptos del activo circulante se encuentran ordenados de acuerdo con su disponibilidad, podremos observar

como este método toma en consideración tanto la solvencia de la empresa como la liquidez de sus valores circulantes.

3° Por cientos integrales de cuentas por cobrar

Este estudio se realiza no únicamente en análisis, sino que es bastante común, tanto en auditoría como durante el manejo de las cobranzas de una empresa. Consiste en formular una clasificación de la antigüedad de las cuentas por cobrar y determinar el por ciento que representan la suma de cada uno de estos grupos en relación con el total de cuentas por cobrar que es la cantidad que se iguala a 100 %.

En nuestro caso del análisis existe una pequeña variante en relación con el uso de estos por cientos citados anteriormente. Se trata de la reserva para cuentas incobrables. Recordemos que en nuestro balance presentamos las cantidades netas y en este caso la reserva se ha deducido de las cuentas por cobrar.

Por lo tanto, para trabajar con cantidades iguales una vez que se ha establecido la antigüedad, vamos deduciendo el importe de la reserva de los grupos más antiguos hasta llegar a una cantidad igual a la del balance, que es igual a 100 %.

4° Por cientos integrales de inventarios

Este caso es similar al de las cuentas por cobrar, solamente referido a los inventarios.

También aquí tratamos de determinar los por cientos correspondientes a diversos grupos de acuerdo con la antigüedad de los inventarios, ya que como resultado de la aplicación de este cálculo puede llegarse a la conclusión que

existen fuerte cantidades de mercancías que tienen bastante tiempo en las bodegas, con lo cual el Analista puede llegar a conclusiones muy distintas de las que podría producir si no se aplicara este método.

Como resultado de la aplicación de estos por cientos, puede observarse la elevación de éstos en los últimos grupos de inventarios, o sea, aquellos que tienen bastante tiempo en la negociación, por lo cual habrá necesidad de buscar la causa de esta actividad tan elevada, hasta llegar al extremo de que si no se encuentra una explicación satisfactoria, se deducirá el importe de estos inventarios para incluirlos en el otro activo, ya que prácticamente no sirve para el ciclo económico de la empresa.

También en este caso puede encontrarse una reserva por valuación de inventarios que se hayan deducido en el balance para efectos de análisis, en cuyo caso deduciremos esta reserva de aquellos grupos que muestren una mayor antigüedad en sus entradas.

5° Origen del capital.

En este caso, el total del pasivo más e total del capital contable se iguala al 100 % y se calcula los por cientos correspondientes al pasivo circulante, al pasivo y al capital contable.

6° Aplicación del capital

En este caso se considera el total del activo (incluyendo el otro activo) como igual al 100 % partiendo de la base de que los recursos obtenidos por una empresa están aplicados a cualquiera de los renglones que constituyen el activo. Posteriormente, se determina los por cientos parciales que corresponden al activo circulante, activo fijo y a otro activo (algunos tratadistas no consideran

este último capítulo partiendo de la base de su exclusión desde el punto de vista administrativo); sin embargo, se aconseja que se incluya por que resulta interesante cuando menos conocer el por ciento que representa su importe dentro del total de la aplicación de recursos.

7° Por cientos integrales en las utilidades.

A través de este estudio, se analizarán los rendimientos obtenidos tomando los diferentes parámetros más comunes, en los que en circunstancias normales conservarán un orden ascendente, pugnando por mejorar dichos resultados.

2.2.3. PUNTO DE EQUILIBRIO ECONÓMICO.

Aun cuando la aceptación de los métodos que sirven para analizar e interpretar los estados financieros ha sido relativamente reciente en nuestro país, varios son los métodos de análisis que han surgido; pero ninguno considerado tan valioso como el sistema del Punto de Equilibrio Económico.

El Punto de Equilibrio Económico fue descubierto aproximadamente en el año de 1920; siendo su descubridor el Ing. Walter Rautenstrauch, Profesor de la Universidad de Columbia en Nueva York, quien considero que los estados financieros no presentaban una información sobre los siguientes aspectos:

- a) Solvencia. Situación de crédito presente.
- b) Estabilidad. Situación de crédito futura.
- c) Productividad. Que se refiere a todos los aspectos relacionados con el rendimiento o resultado de una empresa.

Basándose en lo anterior y observando llanamente el Estado de Situación Financiera, encontramos que representa datos estacionales en un momento dado ignorando por completo el movimiento que se haya efectuado en favor o en contra del rendimiento de una compañía. Ahora bien, si nos dirigimos al Estado de Resultados, encontramos que es un estado que presenta el movimiento ocurrido durante un período determinado. Si quisiéramos determinar las eficiencias en el financiamiento del negocio, deudas contraídas, incrementos o reducciones de capital y todo lo relativo a producción, distribución y venta de artículos según el caso, sería necesario ir más lejos en nuestros estudios y anexar datos que complementarían a los estados antes citados.

En Estados Unidos de América, el estudio analítico por medio del Punto de Equilibrio Económico ha sido aceptado y se ha generalizado bastante, no así en nuestro país, debido a la falta de libros donde se encuentra explicada la utilidad que de él se puede llegar a obtener. Es más, no sólo obras para profesionistas o estudiantes, sino también libros que sirvan a los dueños de empresas, accionistas, administradores, etc.; para que ellos constaten la utilidad que les brindaría un análisis de los estados financieros de la compañía que dirigen o en la cual tienen invertido su dinero.

Por lo tanto el Punto de Equilibrio Económico es uno de los métodos analíticos más avanzados y de mayor atractivo, no se trata de descartar a los demás métodos, ya que éstos son necesarios, según el caso, para comprobar y darle mayor fuerza a los resultados obtenidos por el método en cuestión.

Por lo tanto para elaborar el Punto de Equilibrio Económico de una empresa será necesario realizar los mismos pasos preliminares que realiza un Analista para poner en práctica cualquiera de los métodos de análisis que se conocen. A continuación se indica la secuencia para determinar el Punto de Equilibrio Económico.

El estudio del Punto de Equilibrio Económico requiere de dos datos básicamente:

1. Ventas. Deberán ser tomadas en forma global y además como dato adicional el número de unidades vendidas. Todo lo anterior, como ya se dijo, debe ser operación normal del negocio.
2. Costo de ventas y gastos de operación. Estos costos y gastos se dividen a su vez en tres grupos principales:
 - a) Costos o gastos fijos. Son aquellos costos o gastos que por su propia naturaleza no varían en su importe de ejercicio; o bien, el gasto o gastos

que se van a efectuar de acuerdo con los planes que la compañía tenga en perspectiva para determinen de antemano.

- b) Costos y gastos variables. Son aquellos gastos que comúnmente varían con relación al volumen de ventas que efectúa la empresa, puesto que a mayor volumen de ventas mayores serán estos gastos en una negociación.
- c) Semifijos Estos costos o gastos, llamados también gastos semi-variables, semi-constantes, regulables, etc., son aquellos gastos que dan elasticidad en determinar si un costo o gasto es fijo o variable, ya que varían según el criterio del Analista, es decir, que el importe del costo o gasto puede cargarse a uno de los dos grupos anteriormente mencionados, o bien, se puede prorratear entre los dos.

Así con los datos reunidos hasta este momento, nos encontramos en condiciones de poder aplicar la fórmula del Punto de Equilibrio Económico (E o P.E.E.).

En la correcta aplicación de la fórmula, hay que saber cómo se determina y el razonamiento que se sigue.

Nos encontramos con lo siguientes elementos para combinarlos:

- a) Costos o gastos fijos.
- b) Costos o gastos variables.
- c) Ventas netas.
- d) Utilidad de operación.

Si nosotros relacionamos los costos o gastos variables con las ventas netas, obtendremos el porcentaje que absorben dichos costos o gastos de las ventas y si el resultado lo deducimos de la unidad, la diferencia daría la utilidad marginal que tiene la empresa antes de deducir sus costos o gastos fijos.

Observamos que la relacionando los costos o gastos fijos con el resultado obtenido en el razonamiento anterior, encontraremos el volumen mínimo de ventas que necesita la compañía para no perder y que cada venta que sobrepase esa cantidad llevará un porcentaje de utilidad, o sea, la utilidad marginal.

Sustituyendo los razonamientos anteriores con las siguientes literales:

a = Costos o gastos fijos

b = $\frac{\text{Costos o gastos variables}}{\text{Ventas totales}}$

E = Punto de Equilibrio Económico

La fórmula será :

$$E = \frac{a}{(1-b)}$$

CAPITULO III

CASO PRACTICO.

- 3.1. Antecedentes del negocio
 - 3.2. Definición del problema
 - 3.3. Análisis del problema
 - 3.4. Diagnostico
 - 3.4.1. Estados Financieros Básicos
 - 3.5. Método de razones simples
 - 3.5.1. Análisis de solvencia
 - 3.5.2. Análisis de estabilidad
 - 3.5.3. Estudio del ciclo económico
 - 3.5.4. Análisis de la productividad
 - 3.5.5. Capital de trabajo
 - 3.6. Por Cientos Integrales
 - 3.6.1. Por ejercicio.
 - 3.6.2. Comparativo
 - 3.6.3. Desglosado en ingresos de mayoreo y menudeo
 - 3.7. Punto de Equilibrio
 - 3.8. Propuesta
- Conclusiones

CASO PRACTICO.

3.1. *Antecedentes del negocio.*

El negocio tiene cinco años en el mercado siendo su principal giro la venta a mayoreo de lentes, gafas de sol, armazones oftalmicos, lentes pregraduados y todos los accesorios relacionados con el giro. Estos productos son importados de intermediarios de los Angeles, California en U.S.A. estos mismos compran en las fabricas en varios países de Asia como China, Taiwan, Hong Kong, Malasia y Singapur. También pero en menor medida de los que se compran U.S.A. y algunos pocos son de origen nacional.

Las líneas de armazones oftalmicos y gafas de sol que maneja el mercado son las siguientes:

- a) Armazones oftalmicos y gafas de sol de marcas de prestigio o comerciales.
- b) Armazones oftalmicos y gafas de sol de marcas de presencia local
- c) Armazones oftalmicos y gafas de sol sin marca o genéricos.

A) Armazones oftalmicos y gafas de sol de marcas de prestigio o comerciales: Estos son productos que se comercializan directamente en el país por empresas representantes de las marcas o empresas que compran los derechos de marca. Estas líneas de producto se dividen a su vez en base al segmento del mercado a la que esta dirigido, siendo estos segmentos de mercado de alto poder adquisitivo, representado por algunas marcas como son

Giorgio Armani, Gucci, Hugo Boss, Calvin Klein, Flexon, Monchon, Tommy Hilfiger, Polo Sport, Versace, Ray Ban y Oakley, por mencionar algunas; el segmento de poder adquisitivo medio esta representado por marcas como Guess, Ray Ban y algunas otras. El de poder adquisitivo bajo y mas comercial, son marcas que no tienen una gran prestigio pero que comercialmente son de alta venta por su calidad y precio.

Hay que hacer notar que algunas de las marcas tienen productos en los tres segmentos del mercado, en el que precio y calidad varia de acuerdo al segmento. Tan bien hay que resaltar que la mayoría de las empresas comerciales que venden estos productos en el país, no son los fabricantes directos, si no, distribuidores de las fabricas que se encuentran en Asia o directamente U.S.A. En ambos casos la calidad de los productos es la mejor del mercado aun que esta puede variar dependiendo de la marca

b) Armazones oftalmicos y gafas de sol de marcas de presencia local:

Estas son marcas que crecieron a nivel local y que en su gran mayoría son elaboradas por fabricas de Asia por encargo del dueño de la marca. Con una importante presencia en el mercado local que cuentan con publicidad y en cuestión de su calidad, esta es mas bien de nivel medio ya que no utilizan metales preciosos como el oro o plata para su elaboración; pero si, materias primas comerciales como el titaniun de gran calidad y presencia en el mercado.

c) Armazones oftalmicos y gafas de sol sin marca o genéricos:

Estos productos son los llamados genéricos que son parecidos en su diseño a los productos de las marcas de prestigio pero que no utilizan el nombre de la marca, evitando problemas con los derechos de autor y que les da un valor en el

mercado al ofrecer un producto en diseño parecido, pero a un precio sumamente inferior. Aunque, hay que remarcar que en este mercado el precio va íntimamente ligado a la calidad del producto, siendo superior la calidad de producto de marcas. Esto motivado por su alto precio en el mercado, que les permite ofrecer al consumidor final la mas alta calidad del mercado, en el caso de este segmento la calidad del producto se puede catalogar de media - baja. Aclarando que también hay productos en el mercado que son sencillamente el saldo de otros países o su desecho y el cual llega al país a precios inferiores ya que no cumple con los mínimos de calidad requeridos.

3.2. DEFINICION DEL PROBLEMA.

Hace tres años, el negocio inicio la venta al publico en general a menudeo, esto como una estrategia para aumentar sus márgenes de utilidad ya que los mismo son muy bajos en las ventas al mayoreo, llegando estos a ser de un 10 %, en sus márgenes, el cual no permitía el crecimiento al ritmo deseado. En el nuevo nicho de mercado, el de la venta al publico en general, ofrece al negocio márgenes muy aceptables llegando a niveles del 100 % al 200 %, aun que no con el mismo volumen del negocio al mayoreo pero si con la suficientes ganancias, para apoyar el crecimiento general del negocio con contribuciones marginales de hasta un 25% de las utilidades totales. Pero, cuál es el problema real del negocio, radica básicamente en que el segmento de las ventas a mayoreo esta retrocediendo de forma preocupante. Motivado por varios aspectos entre los que destaca la aparición de varios competidores del segmento de ventas a mayoreo que incluso son importadores directos desde los países de origen como son: China, Taiwan, Hong Kong, Malasia, Singapur y de los Estados Unidos de América de los cuales importan todo tipo de calidades desde las líneas económicas hasta las de mayor calidad, incluso saldos o mercancía fuera de temporada, a precios muy bajos, que nos ponen en

desventaja ante estos. Además algunos nuevos competidores y también los ya establecidos, que tienen capitales de trabajo muy altos al parecer por el volumen de mercancías que manejan, o están altamente apalancados ya sea con proveedores o créditos bancarios.

3.3. ANALISIS DEL PROBLEMA.

El principal giro de la empresa son las ventas a mayoreo, que participa con un 75 % de los ingresos totales del negocio, antes de que estas bajen a tal grado que la saque del mercado se están estudiando medidas para solucionar el problema. En seguida se enlistan los problemas que se piensa son el motivo de la disminución de los ingresos del negocio:

- a) Altos precios en mercancías con respecto a la competencia.
- b) Falta de variedad en modelos.
- c) Excesiva oferta de parte del mercado.
- d) Mala ubicación del negocio.
- e) Falta de publicidad.
- f) Mal trato a la clientela.
- g) Mala política de créditos.
- h) No ser importadores directos.
- i) Desconocimiento de las tendencias de modelos de temporada.
- j) Importación de saldos.
- k) Baja calidad del producto.
- l) Ventas estacionales.
- m) Bajo capital de trabajo.

n) Sub-inversión en capacidad de endeudamiento.

a) Altos precios con respecto a la competencia. De acuerdo con el posible problema, se realizó un sondeo entre los diferentes oferentes del negocio mayorista, tomando en cuenta los dos principales centros de distribución que están establecidos en la capital del país, que concentran a la mayoría de los oferentes y estos centros de distribución son a los que acuden la mayor parte de los clientes por que les ofrece la facilidad de comparar precios y encontrar mayor diversidad de productos en un mismo lugar sin tener que desplazarse a distintos lugares. Los centros de distribución del interior de la República Mexicana no son significativos; por su volumen de compras no pueden conseguir los precios que se ofrecen en los dos principales centros de distribución que se encuentran en la capital de nuestro país, e incluso se surten en estos centros de distribución.

Así el resultado obtenido por el sondeo de los principales mercados del país fue, que los precios que en estos centros de distribución son ligeramente distintos a los del negocio siendo la diferencia menor a un 5 % y en algunos casos sin variaciones o incluso mas bajo que con los demás oferentes, pero que en general se ofrecen los mismos precios que en estos centros de distribución. Aun que hay que hacer resaltar dos puntos, uno, que en estos centros la gran diversidad de competencia entre los distintos oferentes, ofrece una inmensa oferta de productos tan distintos en calidad como en precios llegando a ser esta gran variedad un atractivo para los compradores, haciendo muy difícil y costoso poder ofrecer una variedad tan grande y extensa para el negocio; el otro punto a resaltar seria que en ocasiones se encontró con remates de distintas líneas de mercado, que a pesar de que eran

ofertas temporales, no podían permanecer dentro del mercado por falta de existencias mucho tiempo ya que eran ofertas temporales y no permanentes como los demás precios normales; hay que hacer notar que la razón de estas ofertas no era gratuita debido a que los productos que se ofertaban eran saldos de distintos tipos, muchos eran productos que no se podían vender por que no estaban dentro de las tendencias que más se desplazaban y por lo tanto sus ventas se estancaban o que definitivamente eran líneas de otras temporadas, llegando a observar modelos de hasta cinco temporadas pasadas, modelos que cuesta mucho vender o que simplemente ya no se vende a menos de que se oferte a un precio tan bajo que lo haga mas fácil de vender: Así este sondeo explica el por que de la aparición de mercancía muy barata con calidad bastante aceptable pero con modelos obsoletos que cuesta trabajo vender o que solamente permite márgenes muy bajos. Hay que hacer resaltar que también nos aqueja el problema de la aparición de producto robado, el cual se oferta mas barato que el producto normal, aun que este punto no es muy significativo ya que el mercado, es tan cerrado con respecto a los oferentes que, si se llega ofrecer el producto con una diferencia significativa de inmediato se hace notar que esta mercancía es robada.

b) Falta de variedad en los modelos.- En este punto antes mencionado se encontró; que sí, efectivamente nos disminuía las ventas por falta de algunas líneas, las cuales por no encontrarnos dentro de los centros de distribución físicamente junto con los demás oferentes, los clientes prefieren comprarlo en los otros centros de distribución que con nosotros. Aun que no se puede concluir que esta pueda ser la causa principal de la baja de ventas ya que en los últimos

5 años esto no lo había sentido, al contrario las ventas habían aumentado a un ritmo del 25 % en los últimos 3 años.

Por otro lado la solución a este problema, es aumentar el capital de trabajo de forma muy fuerte, a niveles que son difíciles de alcanzar debido una ampliación de nuestra variedad de productos que requiere de inversión permanente en inventario de aproximadamente de un millón de dólares americanos, a un plazo aproximado de 5 años, independiente del financiamiento recibido por los distintos proveedores que podía ser de unos trescientos mil dólares americanos, además se haría necesario una ampliación del local ya que en este momento se encuentra ha un espacio limitado y con un aumento en volumen de mercancía. El local que se necesita, sería de aproximadamente del 300 % más de lo que actualmente se tiene.

c) La excesiva oferta por parte del mercado.- Este punto preocupa, puesto al analizar el aumento de oferentes dentro y fuera de los dos principales centros de distribución, se encontró demasiado oferta de productos para la demanda, concluyendo con la saturación del mercado de mayoreo, esto nos indico la correcta decisión tomada años atrás en la cual, se había decidido el incursionar en el mercado de menudeo y formar una cadena de puntos de venta.

d) Mala ubicación del negocio.- Este es un factor que se a observado, al estar fuera de los dos principales centros de distribución, no recibimos la cantidad de clientes como en los dos centros de distribución, pero aun así no se piensa que sea la causa de la baja de las ventas, puesto que siempre se ha ubicado el negocio en el mismo sitio desde que comenzó y esto no ha sido freno para su crecimiento por lo contrario se ha acumulado una cartera de clientes

importante la cual de alguna forma está cautiva por no tener competencia cercanos al negocio.

e) Falta de publicidad.- En este tipo de negocio la publicidad no juega un papel importante como medio de comunicación puesto que no es redituable, ni en revista, ni periódicos. Tal vez el único vehículo para realizar la publicidad sea el repartir propaganda que consiste en imprimir volantes y repartirlos en los lugares donde circulan los posibles clientes. Este medio ya se realizó pero no se obtuvieron resultados que justifiquen el gasto, por lo que el único vía de publicidad que se utiliza en el medio es el de anunciarse en la sección amarilla, además la mejor publicidad la realiza la misma clientela con sus conocidos.

f) Mal trato a los clientes.- Este es realizado por los vendedores que labora en el negocio, sin embargo se lleva acabo una constante vigilancia del trato a los consumidores y en caso de que un cliente se queje se le atiende directamente por personal altamente calificado y de alta confianza para el negocio y él se encarga de evaluar si es el empleado el que ofrece el mal trato al cliente o es el cliente el ocasiona el problema. Hay que mencionar que el nivel de quejas es muy bajo por lo cual no se considera que sea este el factor que haga que los niveles de venta estén disminuyendo.

g) Mala política de créditos.- La política del mercado es, la de no otorgar créditos y solo se otorgan a los clientes, que llevan algunos años comprando mercancía con ellos, esto por causa de que la mayoría de los créditos se llegan a perder, por ser otorgados en su mayoría a personas físicas, las cuales resulta muy difícil el cobrarles, en el caso de que no pagaran. Los montos son tan bajos que no es

costeable el cobrarlos por medios legales. También hay que resaltar que la política de créditos es escasa, si se encuentran en el medio que los otorga a clientes con gran cantidad de puntos de venta los cuales les dan la fuerza de poder comprar volúmenes interesantes de productos y que estos están dispuestos a someterse a ciertos lineamientos legales que hacen mas fácil su cobro en caso de no pago.

h) No ser importadores directos.- Es más que un problema no ser un importador directo, debido a que no se tiene la suficiente solvencia económica para serlo, por que las condiciones de venta de los país productores hace difícil el comprar sus artículos, sin una capacidad financiera suficiente.

Revisando las condiciones de venta de las fabricas de los países productores, se encontró que el mínimo de venta por modelo excedía en mucho los máximos de compra por producto del negocio; mientras el máximo de compra normal es de 1000 piezas por modelo, ellos requerían compras mínimas de 50,000 piezas, además de pedido mínimo de 4000 modelos, lo que representa una dificultad ya que los pedidos normales son de 1000 modelos en cada pedido. El problema tal vez mas grave seria que para la venta del producto y su realización hay que esperar como mínimo 6 meses, ya que los productos no están disponibles puesto que hay que mandarlos a fabricar y ese es el periodo que se tardan en fabricarlos, otro problema es que para que se levante la orden de fabricación hay que pagar el 50 % en el momento de levantar el pedido y el otro 50 % a la entrega en puerto de la mercancía, la cual se tarda aproximadamente 1 mes en llegar para su venta. Esto dificultad su venta, por que su tiempo en transito de el lugar de fabricación a los anaqueles de venta es largo y en ocasiones no llega en tiempo para su comercialización y esto hace

que baja de precio de una forma muy acelerada ya que en muchas ocasiones les sucede a varios distribuidores de los Angeles, California en U.S.A. y es cuando ellos paro no perder todo el lote mejor bajan el precio y lo rematan.

i)Desconocimiento de las tendencias o modelos de moda.

Se hacia mención a que por el tiempo de entrega largo era difícil importar directamente el producto desde su país de origen ya que podría pasar a la llegada del producto este estuviera en el final de su temporada de mayor venta, esto por que el mismo mercado marca las tendencias en base a la demanda del publico, marcado por las tendencias encontradas en los productos que desarrollan las grandes marcas a nivel mundial, gastando millones de dólares en todo el mundo en campañas publicitarias, por lo que hay que estar pendiente de las colecciones que año con año lanzan las marca mas prestigiadas a nivel mundial.

j)Importación de saldos.- Si se efectuara seria un problema para las líneas de producto manejados que por estar al día en cuanto a moda suelen ser mas caras de lo normal, por ser modelos pasados o defectuosos el publico; por defectuosos no son adquiridos por el publico consumidor de productos de calidad, pero hay sectores del mercado compradores de líneas de bajo precio. Cabe mencionar en cuanto al negocio, en sus inicios fueron sus primeros productos los del segmento mas económico o saldos y fue gracias a este tipo de mercancías cuando el negocio comenzó a incursionar en productos cada vez de mejor calidad; y hasta este momento tienen poca presencia dentro de la oferta ofrecida actualmente a los clientes, y se reducio por ofrecer bajos márgenes que hoy combinados con los de

altos márgenes permiten hacer una mezcla ideal para el negocio. Razón por lo cual la solución mas aceptable es poner a disposición de la cliente este tipo de mercancías y ellos escojan al comparar físicamente que producto es mejor.

k) Baja calidad del producto.- Este factor pensamos no puede ser un motivo influyente en la baja de las ventas, siempre se le hace mención al cliente acerca del el precio que esta muy ligado a la calidad del producto, y si el escoge comprar productos de bajo precio, entonces el esta escogiendo baja calidad del producto y al contrario si compra producto con un precio mas elevado su calidad del mismo es superior. Cabe notar en cuanto a la oferta del negocio con respecto a sus distintos precios es la mas diversa y solamente falta la oferta de los productos del segmento mas bajo que ya se sugirió que se vuelva a incorporar a su oferta de mercancías.

l) Ventas estacionales.- Es una situación real, según los registros revisados, hay dos periodos de altas ventas y uno de ventas medias y uno periodo de tres meses al año donde las ventas se reducen. Pero esto ya esta contemplado al hacer las comparaciones en periodos iguales en los mismo meses del año y esto no justifica la baja venta, razón por la cual esta opción que da descartada como causa principal.

m) Bajo capital de trabajo.- Se hizo un análisis financiero que se realizo a los Estados Financieros del negocio y estos nos indicaron un razonable capital de trabajo con respecto a su nivel de ventas y posteriormente se analizara de forma mas profunda mas adelante.

n)Subinversión en la capacidad de endeudamiento.- Este punto también se reviso con el análisis financiero con mas amplitud.

3.4. DIAGNOSTICO.

Con base en lo resultados obtenidos de los distintos estudios de los problemas que tiene el negocio, podemos concluir que :

La causa de baja de ventas no esta ocasionada por un solo factor si no por varios que en mayor o menor medida contribuyen en su bajo crecimiento.

a) Los altos precios con respecto a los competidores, se puede concluir que no es causa de las bajas ventas ya que los mismos productos con la misma calidad y precio los encontramos en el mercado llegando a encontrar pequeñas diferencias que no son significativas las cuales no llegan a pasar el 5 % en los casos mas extremos y que se compensa en otros artículos que llegan a ser mas bajos de precio que el de los demás. Pero es bueno que este tipo de sondeo se realice periódicamente con el fin de que no se pierda el seguimiento de los precios y así no salir de la oferta en precios que ofrece la competencia.

b) Falta de variedad en los modelos, en este punto, se observo la falta de la inmensa variedad de modelos ofrecidos en los dos principales centros de distribución, afectando de una forma importante las ventas del negocio, a pesar

de que se ofrecen a los clientes una cantidad de 1500 modelos diferentes aproximadamente y estos se están renovando constantemente en promedio de 2 meses en todas la líneas y es difícil no estar satisfecho con ellos. Pero cabe notar, el hecho de la necesidad de solucionar este problema, el cual se analizo y se llevo a dos conclusiones :

Primera solución, esta seria el ubicar el negocio o abrir una sucursal en alguno de los dos centros de distribución ya mencionados

Ventajas.

Eliminación del problema de variedad de modelos.
Mayor afluencia de clientes.
Aumento de ventas.

Desventajas.

Mayor competencia directa.
Disminución de márgenes.
Aumento de gastos.
Mayor inversión en inventario.
Afecta las ventas a menudeo.
Pérdida de clientes exclusivos.

La segunda solución es aumentar esas líneas de productos faltantes de la oferta del negocio y al estudiar el costo implicado en esta solución, se encontró la conveniencia de realizarlo, puesto es menos costoso y se obtienen mayores beneficios. Además este aumento en líneas se puede obtener con la mezcla de tres estrategias, una el correcto manejo de los inventarios, dos el crecimiento del crédito de los proveedores y por ultimo un aumento directo de capital de trabajo.

c) *La excesiva oferta del mercado*, en este punto no se puede recomendar nada, por razón de que no se puede hacer nada con respecto a la saturación de un mercado, lo única recomendación prudente es el aumentar la calidad del servicio al cliente, el tener el producto en existencia, y ofrecer asesoría a los mismos con respecto a tendencias y modelos de actualidad. Por

otra parte la política de extender el mercado del negocio al sector de ventas de menudeo, pare ser apropiada y rentable.

d) La mala ubicación del negocio, con respecto a este punto, es esta muy ligado al inciso b, referente a la falta de variedad y en el se encontró, la poca rentabilidad o alto costo de cambiar la ubicación del negocio, además la tendencia que se ha observado en los demás competidores es la de salir de los dos centros de distribución, esto causado por varios motivos entre los que destacan la inseguridad del lugar, la alta competencia y lo caro de las ampliaciones, aunado a los inconvenientes ya mencionados en el inciso b.

e) Falta de publicidad, en este punto no hay opinión ya que el mercado no la requiere.

f) Mal trato a los clientes, en este punto la revisión realizada nos, indica que hay poco a corregir y en lo única recomendación seria el de implementar algún sistema informativo que ayudara a conocer los gustos de cada cliente su frecuencia de compra niveles de los mismo, dirección y otros datos personales que nos pudiera ayudar a dar les un trato mas personalizado dando una ventaja considerable sobre la competencia, puesto se reviso y los de más oferentes no cuentan con ninguno sistema implantado de este tipo, además de las recomendaciones echas con respecto a lo de servicio al cliente echas en el inciso c.

g) La mala política de créditos, en este punto no pensamos que haya un problema por resolver, puesto la política acostumbra en el medio es el limitar

los créditos, en caso de otorgados solamente se hace cuando el cliente cumple ciertas condiciones como son:

Es un cliente que lleva un tiempo mínimo de 2 años de serlo.

Que sea constante en sus compras mínimo 4 veces al mes

Que sus compras sean como mínimo de diez mil pesos mensuales

Calidad moral de los sujetos a crédito.

Y todos los demás requisitos normales para el otorgamiento de créditos.

En este punto a analizar sus condiciones de crédito y al consultar a otros oferentes llegamos a la conclusión de la conveniencia de este modelo, puesto es el de mayor funcionamiento, ya que su cartera vencida prácticamente no existe y lo mas interesante del caso es su recuperación de cartera que al contrario de la tradicional en la que se señala una fecha de pago mas largos, esta se realiza en periodos mas cortos, haciendo su rotación de cartera muy dinámica a pesar de su política restringente de crédito.

h) No ser importadores directos, al realizar la evaluación del grado de afectación de las ventas del negocio concluimos, que no influyó de manera significativa, puesto la gran mayoría de los oferentes no es importador directo de las fábricas y en el caso de los importadores directos, a ellos no les interesaba la venta al público de mayoreo, lo importante para ellos es la venta a los distribuidores como es el caso del negocio, los cuales compran volúmenes importantes de productos y al contrario su presencia en el país nos beneficiaba al ahorrar en gastos, ya que al ofrecerse el producto en el país con el mismo precio de Los Angeles, California, U.S.A. implica ahorros significativos y por tanto ventajas.

i) El desconocimiento de las tendencias o modelos de moda de temporada, en este punto, es poco probable el desconocimiento de las tendencias o modelos de actualidad, motivado por la gran cantidad de modelos enviados por los fabricantes que son los que en verdad están pendientes de las tendencias a nivel mundial, los intermediarios como es el caso del negocio solamente se encargan de ver cuál de los productos es el más demandado por el mercado.

j) La importación de los saldos, este tipo de productos había sido rechazado de las líneas comercializadas por el negocio, en base a la política de mantener un mínimo de calidad en sus productos y esta clase de productos no cumple con los requerimientos básicos de calidad, pero este tipo de producto es muy solicitado por el mercado hasta el punto que se recomienda la introducción de este tipo de productos para no descuidar el sector del mercado que consume estos artículos. Es de mencionar que ya se encuentran a la venta estos productos pero todavía no de forma tan extensa como es el caso de las demás líneas de productos.

k) La baja calidad del producto, esta como se ha mencionado esta ligada al precio de las distintas líneas manejadas y los clientes esta consientes de esto, razón por la cual lo recomendable es adherir etiquetas aclarando el tipo de producto vendido y especificar la calidad del producto.

l) Ventas estacionales, nos permite tomar ventaja y poder planear las compras así como política de créditos, financiamiento. Por lo que al analizar el cuadro de desarrollo de las ventas en el año y compararlo con los de años anteriores encontraremos una herramienta importante para el análisis financiero que se pretende realizar.

m) Bajo capital de trabajo, este es el punto tal vez mas importante en la baja de las ventas, esto motivado en razón a la falta de este capital de trabajo para la adquisición de mayor inventario, ampliación del negocio, importación directa del producto etc. Pero la realidad del negocio es que para aumentar este rubro se necesita de una análisis profundo de la situación financiera del negocio y si saber si es rentable el inyectarle nuevos recursos o si tiene capacidad de aumentar su endeudamiento y cuales son los caminos mas convenientes para el negocio.

n) baja utilización de la capacidad de endeudamiento, este punto también se analiza de forma mas profunda en el análisis financiero del negocio.

ACTIVO.

1999 1998 1997

ACTIVO CIRCULANTE.

Caja.	7,000.00	4,500 00	4,000 00
Bancos	85,000.00	45,000 00	35,000.00
Clientes	69,000.00	49,500 00	29,345 00
Deudores Diversos	25,000 00	18 345.00	8,500.00
Almacen.	285,000 00	215,000.00	145,000.00
SUMA ACTIVO CIRCULANTE.	471,000.00	332,345.00	221,345.00

ACTIVO FIJO.

Moviliario y Equipo de Oficina.	50,000 00	50,000 00	50 000.00
Dep. Acum de Oficina	(20,000.00)	(15,000 00)	(10,000.00)
Equipo de Transporte	35,000 00	35,000 00	35,000 00
Dep Acum Equipo de Transport	(5,000.00)	(4,000.00)	(2,000 00)
SUMA ACTIVO FIJO.	60,000.00	66,000.00	73,000.00

ACTIVO DIFERIDO

Rentas en Deposito	10,000 00	10,000.00	15,000 00
Depositos en Garantia	60,000.00	60,000.00	30,000 00
Gastos de Instalacion.	15,000.00	15,000.00	15,000 00
Amrt Gastos de Instalacion	(2,000 00)	(1,000 00)	(500 00)
SUMA ACTIVO DIFERIDO.	83,000.00	84,000 00	69,500.00

SUMA TOTAL ACTIVO. **614,000.00** **482,345 00** **364,345 00**

PASIVO.

1999 1998 1997

PASIVO CIRCULANTE.

Proveedores.	185,000 00	145,000 00	124,751.00
Documentos por Pagar	35,000 00	5,000 00	5,000.00
Acreedores Diversos	12,000 00	24,000.00	9,590 00
Impuestos por Pagar	15,000 00	10,000.00	2,000 00
SUMA PASIVO CIRCULANTE.	247,000.00	184,000.00	141,341.00

PASIVO A LARGO PLAZO.

Acreedores Div Largo Plazo.	30,000 00	50,000 00	20,000 00
SUMA PASIVO LARGO PLAZO.	30,000.00	50,000.00	20,000.00

CAPITAL CONTABLE.

CAPITAL CONTRIBUIDO.			
Capital Social.	100,000 00	100,000 00	100,000.00
SUMA CAPITAL CONTABLE.	100,000 00	100,000.00	100,000.00

CAPITAL GANADO.

Utilidades Acumuladas	148,345 00	93,004.00	47,887 00
Utilidades Neta del Ejercicio	88,655 00	55,341.00	45,117 00
SUMA CAPITAL GANADO.	237,000 00	148,345.00	93,004.00

SUMA PASIVO MAS CAPITAL **614,000 00** **482,345 00** **364,345.00**

MAYA KING LABS
CARLOS GALICIA ROMERO
ESTADO DE RESULTADOS COMPARATIVO POR LOS EJERCICIOS DE 1997, 1998 Y 1999

VENTAS.	1999	1998	1997
Ventas Totales.	1,804,141.00	1,666,748.00	1,452,200.00
Menos: Bonificaciones	35,000.00	15,022.00	60,000.00
Devoluciones.	22,200.00	4,580.00	240,000.00
Ventas netas.	1,746,941.00	1,647,146.00	1,152,200.00
COSTO DE LAS VENTAS.			
Inventario Inicial	215,000.00	145,000.00	63,362.00
Compras Totales	922,000.00	858,922.00	726,200.00
Menos.. Bonificaciones	55,293.00	2,560.00	36,522.00
Devoluciones	1,000.00	-	2,412.00
Compras Netas	865,707.00	856,362.00	687,266.00
Suma entradas al Almacén	1,080,707.00	1,001,362.00	750,628.00
Menos Inventario Final.	285,000.00	215,000.00	145,000.00
Costo de lo Vendido	795,707.00	786,362.00	605,628.00
Utilidad Bruta en Mercancías	951,234.00	860,784.00	546,572.00
GASTOS DE OPERACION.			
Gastos de Venta	430,400.00	320,160.00	213,724.00
Utilidad en Venta.	520,834.00	540,624.00	332,848.00
Gastos de Administración.	224,976.00	252,835.00	160,768.00
Gastos Financieros.	15,000.00	45,000.00	24,900.00
Productos Financieros	9,000.00	7,000.00	5,000.00
Pérdida Financiera	6,000.00	38,000.00	19,900.00
Utilidad en Operación.	289,858.00	249,789.00	152,180.00
OTROS GASTOS Y PRODUCTOS.			
Otros Productos	7,450.00	7,450.00	15,220.00
Otros Gastos.	158,710.00	158,710.00	85,000.00
Utilidad Ajena a la Operación	(151,260.00)	(151,260.00)	(69,780.00)
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO.	138,598.00	98,529.00	82,400.00
2 % SOBRE INGRESOS SIN DEDUCIONES	36,082.82	33,334.96	29,044.00
P.T.U.	13,859.80	9,852.90	8,240.00
UTILIDAD DEL EJERCICIO.	88,655.38	55,341.14	45,116.00

3.5. METODO DE RAZONES SIMPLES.

3.5.1. ANALISIS DE SOLVENCIA.

Solvencia	1999	1998	1997
Mediata.			
Activo Circulante.	471,000.00	332,345.00	221,845.00
Pasivo Circulante.	247,000.00	184,000.00	141,341.00
Solvencia Mediata.	1.91	1.81	1.57
Variación Porcentual.	6 %	15 %	Base.

Interpretación:

La razón de 1.91 en el año de 99, de 1.81 en 98 y de 1.57 de 97, nos indica que su solvencia mediata a mejorado con aumentos del 15 % para el 98 y de 6 % para el 99, siendo esta adecuada; aun cuando podría ser más productiva, ya que aparentemente está operando con una sobre-inversión en sus inventarios.

Liquidez.	1999	1998	1997
Activo Circulante.	471,000.00	332,345.00	221,845.00
Inventarios.	285,000.00	215,000.00	145,000.00
Pasivo Circulante.	247,000.00	184,000.00	141,341.00
Solvencia Inmediata.	0.75	0.64	0.54
Variación Porcentual.	18.08 %	17.30 %	Base.

Interpretación:

Con base en la razón de la liquidez, el resultado obtenido para 97 de 0.54, 0.64 en 98 y 0.75 para el 99 es muy buena llegando esta hacer excesiva para el 99 Representando un crecimiento del 18.08 % para el 99 y la de el 17.30 % para el 98, se observa que su liquidez es buena y se podría dar un mejor manejo a los fondos en efectivo del año de 99 que representa el 11 % .del activo (la cual a crecido en un 85.44 % desde el 97 en el rubro de bancos) y que debería estar en inversiones.

3.5.2. ANALISIS DE LA ESTABILIDAD.

Estudio del Capital.	1999	1998	1997
Pasivo Total.	277,000.00	234,000.00	161,341.00
Capital Contable.	337,000.00	248,345.00	193,004.00
Origen del Capital.	0.82	0.94	0.84
Variación Porcentual.	-12.77 %	12.72 %	Base.

Estudio del Capital.	1999	1998	1997
Pasivo Circulante.	247,000.00	184,000.00	141,341.00
Capital Contable.	337,000.00	248,345.00	193,004.00
	0.73	0.74	0.73
Variación Porcentual.	-1.08 %	1.17 %	Base.

Estudio del Capital.	1999	1998	1997
Pasivo Largo Plazo	30,000.00	50,000.00	20,000.00
Capital Contable.	337,000.00	248,345.00	193,004.00
	0.09	0.20	0.10
Variación Porcentual	-55.78 %	94.29 %	Base.

Inversión del Capital.	1999	1998	1997
Activo Fijo.	85,000.00	85,000.00	85,000.00
Capital Contable.	337,000.00	248,345.00	193,004.00
	0.25	0.34	0.44
Variación Porcentual.	-26.47 %	-22.72 %	Base.

Interpretación:

La estabilidad de el negocio está en una situación preocupante, ya que el total de sus obligaciones es un poco mas de $\frac{3}{4}$ de su capital propio observando que esta relación aumento desde el 97 y se logro bajar un poco en el 99 También las deudas a corto plazo, representa un problema ya que estas son muy altas puesto representan $\frac{3}{4}$ partes del capital propio y las deudas a largo plazo son muy bajas a penas representando el 9% para el 99, por lo que seria recomendable el cambiar esta relación de deudas corto plazo por las de largo plazo.

La inversión en activo fijo se considera aceptable y adecuada para un negocio de comercialización, ya que apenas representa un cuarto del capital propio, puesto la inversión fuerte esta en los inventarios.

Hay que resaltar que el inventario representa el renglón mas importante de la empresa y que casi cubre la totalidad de los pasivos (ver Edo. comparativo a valor real de 97 a 99)

3.5.3. ESTUDIO DEL CICLO ECONOMICO.

Rotación de cuentas por Cobrar.	1999	1998	1997
Vtas Netas a Crédito.	1,746,981.00	1,647,146.00	1,152,200.00
Promedio de ctas. Cobrar.	69,000.00	49,500.00	29,345.00
	25.31	33.27	39.26
Días.	14	11	9
Variación Porcentual.	-27.27 %	-22.22 %	Base.

Rotación de cuentas por Pagar.	1999	1998	1997
Copras Netas a Crédito.	865,707.00	856,362.00	687,266.00
Promedio de ctas Pagar.	185,000.00	145,000.00	124,751.00
	4.67	5.09	5.50
Días.	77	70	65
Variación Porcentual.	-10 %	-8 %	Base.

Rotación de Inventarios	1999	1998	1997
Costo de Ventas.	795,707.00	786,362.00	605,628.00
Promedio de Inventarios	285,000.00	215,000.00	145,000.00
	2.79	3.66	4.18
Días.	128.94	98.43	86.19
Variación Porcentual	31.00 %	14.20 %	Base.

Interpretación :

Las razones anteriores demuestran que el negocio se encuentra en una irregular situación de ciclo económico, lo que se confirma al relacionar la rotación de cuentas por cobrar que ha empeorado de 9 días en 97 a 14 en el 99, que es un

tiempo muy bueno, sin embargo demuestra un deterioro, pero que en la rotación de cuentas por pagar es de 70 días en promedio lo que ocasiona que nos estén financiando a nuestros clientes nuestro proveedores dando un margen muy favorable, sin embargo la poca rotación del inventario la contra resta.

Comparando el la rotación de los inventarios encontramos que su estancia en el negocio es muy grande y que incluso esta aumentando desde el 97 casi en un 40 % acumulado al 99. Siendo su rotación de 86 días en 97, 98 días para el 98 y por ultimo 129 días en el 99.

Cabe notar que algunas líneas de productos del negocio son de muy lento movimiento, pero que aportan un margen muy amplio de utilidad y que se tienen que tener en existencia en toda su extensa variedad, por lo cual se justifica su manejo.

3.5.4. ANALISIS DE LA PRODUCTIVIDAD.

Estudio de las Ventas.	1999	1998	1997
Ventas Netas.	1,746,941.00	1,647,146.00	1,1152,200.00
Capital Contable.	337,000.00	248,345.00	193,004.00
	5.18	6.63	5.97
Variación Porcentual.	-21.84 %	11.10 %	Base.

Estudio de las Ventas.	1999	1998	1997
Ventas Netas.	1,746,941.00	1,647,146.00	1,1152,200.00
Capital de Trabajo.	224,000.00	148,345.00	80,504.00
	7.80	11.10	14.31
Variación Porcentual.	-29.76 %	-22.42 %	Base.

Estudio de la Utilidad.	1999	1998	1997
Utilidad Neta	88,655.00	55,341.00	45,116.00
Capital Contable.	337,000.00	248,345.00	193,004.00
	0.26	0.22	0.23
Variación Porcentual.	18.05 %	-9.89 %	Base.

Estudio de la Utilidad.	1999	1998	1997
Utilidad Neta.	88,655.00	55,341.00	45,116.00
P. Total + C. Contable	614,000.00	482,345.00	354,345.00
	0.14	0.11	0.13
Variación Porcentual.	25.85 %	-9.89 %	Base.

Estudio de la Utilidad.	1999	1998	1997
Utilidad Neta.	88,655.00	55,341.00	45,116.00
Ventas Netas.	1,746,941.00	1,647,146.00	1,1152,200.00
	0.05	0.03	0.04
Varación Porcentual.	51.05 %	-14.19 %	Base.

Interpretación :

El negocio no tiene problemas con su solvencia, pero sí tiene problemas con la estabilidad, también a través de estas razones nos damos cuenta que sus ventas son 6 veces en promedio su capital propio, y que su capital de trabajo es casi 8 en el 99 y hasta 14 en el 97 lo que nos puede hacer pensar que existan medios ociosos.

Las razones que nos indican el estudio de las utilidades, nos confirman que el margen de utilidades relacionadas con su capital propio y ajeno, así como con las ventas, guardan un desequilibrio ya que mientras la utilidad por peso invertido de capital propio es de 26 % para 99 y de 22.5 % para el 98 y 97 que es buena, en el caso de la utilidad por peso invertido de capital propio y ajeno es aceptable siendo esta de 13 % en promedio para los tres años, pero en el caso de la utilidad en base a las ventas totales esta es muy baja apenas siendo del 4 % en promedio para los tres años, reflejando que el negocio es de altos volúmenes con márgenes de utilidad bajos, pero con utilidad por peso invertido propio alta.

3.5.5. Capital de trabajo.

Capital de Trabajo.	1999	1998	1997
Activo Circulante.	471,000.00	332,345.00	221,845.00
Pasivo Circulante.	247,000.00	184,000 00	141,341.00
Capital de Trabajo.	224,000.00	148,345.00	80,504.00
Variación Porcentual.	50.99 %	84.27 %	Base.

Interpretación :

El capital de trabajo a aumentado desde el 97, reflejando recursos ociosos para el 99 pudiendo estos ser invertidos o disminuir el pasivo a corto plazo.

Conclusiones y recomendaciones.

1. Los sobrantes de efectivo se deberían invertir en instrumentos financieros mas rentables o en su defecto liquidar sus pasivos de corto plazo.
2. Debe de cambiarse la relación de sus pasivos de corto plazo que son muy altos, con los de largo plazo que son muy bajos.
3. Convendría una implantación de control de inventarios de justo a tiempo, de forma de que este no estuviera tanto tiempo en el almacén. .

El negocio es bueno sus márgenes con respecto a su capital son atractivos aunque podrían ser mucho mejores si se revisan sus gastos de venta y administración que representa altos porcentajes para mejorar su margen con respecto a sus ventas.

MAYR SUNDLASS
CARLOS GALCIA HERNANDEZ
BALANCE GENERAL AL 31 DE DICIEMBRE DE 1997, 1998 Y 1999

ACTIVO	CIFRAS			PORCENTAJES			PASIVO	CIFRAS			PORCENTAJES		
	1999	1998	1997	1999	1998	1997		1999	1998	1997	1999	1998	1997
ACTIVO CIRCULANTE							PASIVO CIRCULANTE						
Caja	7,000.00	4,500.00	4,000.00	1.14%	0.93%	1.13%	Proveedores	185,000.00	145,000.00	124,751.00	30.10%	30.08%	35.21%
Bancos	85,000.00	45,000.00	35,000.00	13.84%	9.33%	9.88%	Documentos por Pagar	35,000.00	5,000.00	5,000.00	5.70%	1.04%	1.41%
Clientes	69,000.00	49,500.00	29,345.00	11.24%	10.26%	8.28%	Acreedores Diversos	12,000.00	24,000.00	9,500.00	1.95%	4.98%	2.71%
Deudores Diversos	25,000.00	18,345.00	8,500.00	4.07%	3.30%	2.40%	Impuestos por Pagar	15,000.00	10,000.00	2,000.00	2.44%	2.07%	0.56%
Almacén	285,000.00	215,000.00	145,000.00	46.42%	44.57%	40.92%	SUMA PASIVO CIRCULANTE	247,000.00	184,000.00	141,341.00	40.23%	58.16%	39.89%
SUMA ACTIVO CIRCULANTE	471,000.00	332,345.00	221,845.00	78.71%	68.90%	82.81%							
ACTIVO FIJO							PASIVO A LARGO PLAZO						
Mobiliario y Equipo de Oficina	50,000.00	50,000.00	50,000.00	8.14%	10.37%	14.11%	Acreedores Div. Largo Plazo	30,000.00	50,000.00	20,000.00	4.89%	10.37%	5.84%
Dep. Acum. de Oficina	(20,000.00)	(15,000.00)	(10,000.00)	-3.26%	-3.11%	-2.82%	SUMA PASIVO LARGO PLAZO	30,000.00	60,000.00	20,000.00	4.89%	10.37%	5.84%
Equipo de Transporte	35,000.00	35,000.00	35,000.00	5.70%	7.26%	9.80%							
Dep. Acum. Equipo de Transporte	(5,000.00)	(4,000.00)	(2,000.00)	-0.81%	-0.83%	-0.56%	CAPITAL CONTABLE						
SUMA ACTIVO FIJO	60,000.00	66,000.00	73,000.00	9.77%	13.89%	20.80%	CAPITAL CONTRIBUCIVO						
							Capital Social	100,000.00	100,000.00	100,000.00	18.29%	20.73%	28.22%
							SUMA CAPITAL CONTABLE	100,000.00	100,000.00	100,000.00	18.29%	20.73%	28.22%
ACTIVO DIFERIDO							CAPITAL GANADO						
Rentas en Depósito	10,000.00	10,000.00	15,000.00	1.83%	2.07%	4.23%	Utilidades Acumuladas	148,345.00	80,004.00	47,807.00	24.16%	19.28%	13.51%
Depósitos en Garantía	60,000.00	60,000.00	30,000.00	9.77%	12.44%	8.47%	Utilidades Neta del Ejercicio	88,055.00	55,341.00	45,117.00	14.44%	11.47%	12.73%
Gastos de Instalación	15,000.00	15,000.00	15,000.00	2.44%	3.11%	4.73%	SUMA CAPITAL GANADO	237,000.00	148,345.00	93,004.00	38.60%	30.75%	28.26%
Amort. Gastos de Instalación	(2,000.00)	(1,000.00)	(500.00)	-0.33%	-0.71%	-0.14%							
SUMA ACTIVO DIFERIDO	83,000.00	84,000.00	69,800.00	13.82%	17.41%	14.79%							
SUMA TOTAL ACTIVO	614,000.00	482,345.00	364,345.00	100.00%	100.00%	100.00%	SUMA PASIVO MAS CAPITAL	614,000.00	482,345.00	364,345.00	100.00%	100.00%	100.00%

MAYA SUNGLASS
CARLOS GALICIA ROMERO
ESTADO DE RESULTADOS COMPARATIVO POR LOS EJERCICIOS DE 1997, 1998 Y 1999
POR CENTUALES

VENTAS.	1999	1998	1997	1999	1998	1997
Ventas Totales	1,804,141.00	1,666,748.00	1,452,200.00	100.00%	100.00%	100.00%
Menos Bonificaciones	35,000.00	15,022.00	60,000.00	1.94%	0.90%	4.13%
Devoluciones	22,200.00	4,580.00	240,000.00	1.23%	0.27%	16.53%
Ventas netas	1,746,941.00	1,647,146.00	1,152,200.00	96.83%	98.82%	79.34%
COSTO DE LAS VENTAS.						
Inventario Inicial	215,000.00	145,000.00	63,362.00	11.92%	8.70%	4.36%
Compras Totales	922,000.00	858,922.00	726,200.00	51.10%	51.53%	50.01%
Menos Bonificaciones.	55,293.00	2,560.00	36,522.00	3.06%	0.15%	2.51%
Devoluciones.	1,000.00	-	2,412.00	0.06%	0.00%	0.17%
Compras Netas	865,707.00	856,362.00	687,266.00	47.98%	51.38%	47.33%
Suma entradas al Almacén.	1,080,707.00	1,001,362.00	750,628.00	59.90%	60.08%	51.68%
Menos Inventario Final	285,000.00	215,000.00	145,000.00	15.80%	12.90%	9.98%
Costo de lo Vendido.	795,707.00	786,362.00	605,628.00	44.10%	47.18%	41.70%
Utilidad Bruta en Mercancias	951,234.00	860,784.00	546,572.00	52.73%	51.64%	37.64%
GASTOS DE OPERACION.						
Gastos de Venta.	430,400.00	320,160.00	213,724.00	23.86%	19.21%	14.72%
Utilidad en Venta.	520,834.00	540,624.00	332,848.00	28.87%	32.44%	22.92%
Gastos de Administración.	224,976.00	252,835.00	160,768.00	12.47%	15.17%	11.07%
Gastos Financieros.	15,000.00	45,000.00	24,900.00	0.83%	2.70%	1.71%
Productos Financieros	9,000.00	7,000.00	5,000.00	0.50%	0.42%	0.34%
Pérdida Financiera	6,000.00	38,000.00	19,900.00	0.33%	2.28%	1.37%
Utilidad en Operación	289,858.00	249,789.00	152,180.00	16.07%	14.99%	10.48%
OTROS GASTOS Y PRODUCTOS.						
Otros Productos	7,450.00	7,450.00	15,220.00	0.41%	0.45%	1.05%
Otros Gastos	158,710.00	158,710.00	85,000.00	8.80%	9.52%	5.85%
Utilidad Ajena a la Operación	(151,260.00)	(151,260.00)	(69,780.00)	-8.38%	-9.08%	-4.81%
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO.	138,598.00	98,529.00	82,400.00	7.68%	5.91%	5.67%
2 % SOBRE INGRESOS SIN DEDUCIONES	36,082.82	33,334.96	29,044.00	2.00%	2.00%	2.00%
P T U.	13,859.80	9,852.90	8,240.00	0.77%	0.59%	0.57%
UTILIDAD DEL EJERCICIO.	88,655.38	55,341.14	45,116.00	4.91%	3.32%	3.11%

NAYA SUNGLASS
CARLOS GALICIA ROMERO
ESTADO DE RESULTADOS POR EL EJERCICIO DE 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 1999
VENTAS MENUDEO.

VENTAS.

Ventas Totales.		541,242.30	100.00%
Menos Bonificaciones	5,000.00		0.92%
Devoluciones	2,200.00	7,200.00	0.41%
Ventas netas		<u>534,042.30</u>	98.67%

COSTO DE LAS VENTAS.

Inventario Inicial		64,500.00	11.92%
Compras Totales.	276,600.00		51.10%
Menos: Bonificaciones	3,293.00		0.61%
Devoluciones.	100.00	3,393.00	0.02%
Compras Netas.		<u>273,207.00</u>	50.48%
Suma entradas al Almacén		337,707.00	62.39%
Menos Inventario Final		<u>85,500.00</u>	15.80%
Costo de lo Vendido		<u>252,207.00</u>	46.60%
Utilidad Bruta en Mercancías		<u>281,835.30</u>	52.07%

GASTOS DE OPERACION.

Gastos de Venta		129,120.00	23.86%
Utilidad en Venta.		<u>152,715.30</u>	28.22%
Gastos de Administración		67,492.80	12.47%
Gastos Financieros.	-		0.00%
Productos Financieros.	-		0.00%
Pérdida Financiera.		<u>- 67,492.80</u>	12.47%
Utilidad en Operación		<u>85,222.50</u>	15.75%

OTROS GASTOS Y PRODUCTOS.

Otros Productos	7,450.00		1.38%
Otros Gastos		<u>58,710.00</u>	10.85%
Utilidad Ajena a la Operación		<u>(51,260.00)</u>	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO.		<u>33,962.50</u>	6.27%
2% SOBRE INGRESOS SIN DEDUCCIONES		10,824.85	2.00%
P T U		3,396.25	0.63%
UTILIDAD DEL EJERCICIO.		<u>19,741.40</u>	3.65%

MAYA SUNGLASS
CARLOS GALICIA ROMERO
ESTADO DE RESULTADOS POR EL EJERCICIO DE 1° DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 1999.
VENTAS MAYOREO.

VENTAS.					
Ventas Totales			1,262,898 70		100 00%
Menos Bonificaciones	30,000 00				2 38%
Devoluciones	20,000 00	50,000 00			1 58%
Ventas netas			<u>1,212,898 70</u>		96 04%
COSTO DE LAS VENTAS.					
Inventario Inicial			150,500 00		11 92%
Compras Totales	645,400.00				51.10%
Menos: Bonificaciones	52,000 00				4 12%
Devoluciones.	900 00	52,900 00			0 07%
Compras Netas			<u>592,500 00</u>		46.92%
Suma entradas al Almacén			743,000.00		58 83%
Menos. Inventario Final			<u>199,500.00</u>		15 80%
Costo de lo Vendido.			543,500 00		43.04%
Utilidad Bruta en Mercancías			<u>669,398 70</u>		53 00%
GASTOS DE OPERACION.					
Gastos de Venta			301,280.00		23 86%
Utilidad en Venta.			<u>366,118.70</u>		29 15%
Gastos de Administración			157,483 20		12 47%
Gastos Financieros	15,000 00				1 19%
Productos Financieros.	9,000 00				0 71%
Pérdida Financiera.			6,000 00	163,483 20	12 95%
Utilidad en Operación				<u>204,635 50</u>	16 20%
OTROS GASTOS Y PRODUCTOS.					
Otros Productos			-		0 00%
Otros Gastos			<u>100,000 00</u>		7 92%
Utilidad Ajena a la Operación				<u>(100,000.00)</u>	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO.				104,635 50	8 29%
2% SOBRE INGRESOS SIN DEDUCCIONES				25,257 97	2 00%
P T U				10,463 55	0 83%
UTILIDAD DEL EJERCICIO.				68,913 98	5 46%

MAYA SUNGLASS
CARLOS GARCIA ROMERO
ESTADO DE RESULTADOS POR EL EJERCICIO DE 1° DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 1999.
VENTAS MENUDEO

VENTAS.

Ventas Totales		\$	500,024.40	100.00%
Menos Bonificaciones		\$	-	0.00%
Devoluciones.		\$	-	0.00%
Ventas netas		\$	500,024.40	100.00%

COSTO DE LAS VENTAS.

Inventario Inicial		\$	34,258.00	6.85%
Compras Totales.		\$	255,000.00	51.00%
Menos.. Bonificaciones.	\$ 2,560.00			0.51%
Devoluciones.	\$ -	\$	2,560.00	0.00%
Compras Netas		\$	252,440.00	50.49%
Suma entradas al Almacén.		\$	286,698.00	57.34%
Menos Inventario Final		\$	64,500.00	12.90%
Costo de lo Vendido		\$	222,198.00	44.44%
Utilidad Bruta en Mercancías		\$	277,826.40	55.56%

GASTOS DE OPERACION.

Gastos de Venta		\$	96,048.00	19.21%
Utilidad en Venta		\$	181,778.40	36.35%
Gastos de Administración		\$	75,850.50	15.17%
Gastos Financieros	\$ 45,000.00			9.00%
Productos Financieros.	\$ -			0.00%
Pérdida Financiera		\$	45,000.00	24.17%
Utilidad en Operación.		\$	60,927.90	12.18%

OTROS GASTOS Y PRODUCTOS.

Otros Productos		\$	7,450.00	1.49%
Otros Gastos.		\$	58,710.00	11.74%
Utilidad Ajena a la Operación		\$	(51,260.00)	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO.		\$	9,667.90	1.93%
2% SOBRE INGRESOS SIN DEDUCIONES			10,000.49	2.00%
P T U			966.79	0.19%
UTILIDAD DEL EJERCICIO.			(1,299.38)	-0.26%

MAYA SURGLASS
CARLOS GALICIA ROMERO
ESTADO DE RESULTADOS POR EL EJERCICIO DE 1° DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 1998
VENTAS MAYOREO

VENTAS.

Ventas Totales		\$ 1,166,723 60	100.00%
Menos Bonificaciones	\$ 15,022 00		1.29%
Devoluciones	\$ 4,580 00	\$ 19,602 00	0.39%
Ventas netas		\$ 1,147,121.60	98.32%

COSTO DE LAS VENTAS.

Inventario Inicial		\$ 110,742.00	9.49%
Compras Totales	\$ 603,922.00		51.76%
Menos: Bonificaciones	\$ -		0.00%
Devoluciones.	\$ -	\$ -	0.00%
Compras Netas.		\$ 603,922.00	51.76%
Suma entradas al Almacén		\$ 714,664.00	61.25%
Menos: inventario Final		\$ 150,500.00	12.90%
Costo de lo Vendido.		\$ 564,164 00	48.35%
Utilidad Bruta en Mercancías		\$ 582,957.60	49.97%

GASTOS DE OPERACION.

Gastos de Venta		\$ 224,112 00	19.21%
Utilidad en Venta.		\$ 358,845 60	30.76%
Gastos de Administración.		\$ 176,984 50	15.17%
Gastos Financieros	\$ -		0.00%
Productos Financieros.	\$ 7,000 00		0.60%
Pérdida Financiera		\$ (7,000.00)	14.57%
Utilidad en Operación		\$ 188,861 10	16.19%

OTROS GASTOS Y PRODUCTOS.

Otros Productos		\$ -	0.00%
Otros Gastos		\$ 100,000.00	8.57%
Utilidad Ajena a la Operación		\$ (100,000 00)	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO.		\$ 88,861 10	7.62%
2% SOBRE INGRESOS SIN DEDUCCIONES		23,334 47	2.00%
P T U		8,886 11	0.76%
UTILIDAD DEL EJERCICIO.		56,640 52	4.85%

3.6. POR CIENTOS INTEGRALES.

Conclusiones.

3.6.1. Por ejercicio.

1999

- El rubro mas importante es el de activo circulante con el 76.71 %.
- El inventario representa el 46.42 % del total.
- El pasivo a corto plazo es de 40.23 % del total.
- Caja, bancos, clientes y deudores suman 30.29 %
- Los proveedores representan el 30.13 %.
- El capital representa el 38.60 % del total.
- La utilidad bruta es del 52.73 % sobre las ventas.
- Los gastos de administración son de 12.47 % de las ventas.
- Los gastos de venta son de 23.86 % de las ventas.
- Otros gastos representa el 8.80 %.

1998

- El rubro mas importantes es el del activo circulante con el 69.90 %.
- El inventario representa el 44.57 % del total.
- El pasivo a corto plazo es de 38.15 %.
- El activo circulante sin el inventario es de 24 33 %.
- Los proveedores representan el 30.06 %
- El capital representa el 30.75 del total.
- La utilidad bruta es del 51.64 % sobre las ventas.
- Los gastos de administración son del 15.17 % de las ventas.
- Los gastos de venta son de 19.21 % de las ventas.
- Otros gastos representan el 9.52 % de las ventas.

1997

- El rubro mas importantes es el del activo circulante con el 62.61%.
- El inventario representa el 40.92 % del total.
- El pasivo a corto plazo es de 39.89 %.
- El activo circulante sin el inventario es de 21.69 %.
- Los proveedores representan el 35.21 %.
- El capital representa el 26.25 del total.
- La utilidad bruta es del 37.64 % sobre las ventas.
- Los gastos de administración son del 11.07 % de las ventas.
- Los gastos de venta son de 14.72 % de las ventas.
- Otros gastos representan el 5.85 % de las ventas.

3.6.2. Comparativo.

1997,1998 y 1999

- El rubro del activo circulante creció un 22.09 % del 97 al 98 y un 32.79 % del 98 al 99, logrando un acumulado del 62.12 % del 97 al 99.
- El inventario creció un 14.20 % del 97 al 98 y un 31.43 % del 98 al 99, logrando un cumulado en los tres años del 50.08 %.
- El pasivo a corto plazo creció en 98 15.64 % y en el 99 15.39 %, logrando un acumulado de 33.44 %.
- Los proveedores creció en el 98 un 9.91 % y en el 99 3.02 %, logrando un acumulado de 13.24 %
- El capital ganado creció en 98 un 37.63 5 y un 41.38 % para 99, logrando un acumulado de 94.58 %.
- La utilidad bruta fue constante en el 99 y 98 pero era muy inferior la del 97.

- Los gastos de administración rondaron alrededor de el 12 % menos en el 98 que tuvieron un salto del 25 % aproximadamente.
- Los gastos de venta han aumentado de manera considerable desde el 97 aumentando en el 98 en un 30.50 % y un 24 % en el 99.
- Otros gastos también creció alarmantemente en el 98 con un 62.73 % y disminuyendo en el 99 un 7.50 %.
- Las ventas crecieron un 42.95 % en 98 y un 6 % en el 99.
- La utilidad neta creció un modesto 6.75 % en 98 y un buen 47.89 % en el 99.

3.6.3. Desglosado en ingresos de mayoreo y menudeo.

Unicamente se estudiaron los años de 99 y 98 ya que el de 97 fue irregular para el desglose de las ventas de mayoreo y menudeo ya que no se realizaron las ventas de mayoreo y menudeo todo el año.

- La participación de ambos ramos fue similar en los dos años de 70 % para mayoreo y 30 % para menudeo.
- La utilidad bruta disminuyo ligeramente para el mayoreo y aumento en el menudeo de 98 a 99.
- Los gastos de operación disminuyen para el mayoreo y aumenta para el menudeo.
- En la utilidad neta disminuye la participación de la de mayoreo y aumenta la de menudeo que venia de tener perdidas.

En resumen podemos afirmar que es buen negocio el abrir las ventas al detalle (menudeo) pero seria bueno el implantar sistemas de control de gastos los cuales son los que afectan de manera muy fuerte la utilidad, puesto que los márgenes son buenos.

Conclusiones.

**ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA**

En conclusión podemos decir que aunque las ventas aumentaron en 98 la utilidad no lo hizo igual, a diferencia del 99 en el que las ventas crecieron modestamente pero la utilidad lo hizo de manera mas importante.

También hay que mencionar que los gastos de venta han crecido de manera importante y que seria importante implantar un sistema de vigilancia de gastos, ya que los márgenes son muy buenos pero son mermados de manera importante por los gastos del negocio que se podrían optimisar.

MAYA SINGLAAS
CARLOS OJEDA BONERO
PUNTO DE EQUILIBRIO DE LOS AÑOS DE 1997 A 1999

CONCEPTO.	CIFRAS.			PORCENTAJES.		
	1999	1998	1997	1999	1998	1997
COSTOS FIJOS.						
GASTOS DE OPERACION.						
Gastos de Venta	\$ 525,123 00	\$ 320,160 00	\$ 213,724 00	30,06%	19,44%	18 55%
Gastos de Administración	\$ 225,000 00	\$ 252,835 00	\$ 160,768 00	12 88%	15,35%	13 95%
Gastos Financieros.	\$ 15,000 00	\$ 45,000 00	\$ 24,900 00	0,86%	2,73%	2 18%
Productos Financieros	\$ 9,000 00	\$ 7,000 00	\$ 5,000 00	0,52%	0,42%	0,43%
Total Gastos de Operación.	\$ 756,123 00	\$ 610,995 00	\$ 394,392 00	43 28%	37,09%	34 23%
Otros Gastos	\$ 158,710 00	\$ 158,710 00	\$ 85,000 00	9 09%	9,64%	7,38%
Otros Ingresos	\$ 7,450 00	\$ 7,450 00	\$ 15,220 00	0 43%	0,45%	1,32%
Perdida Ajena a la Operación	\$ 151,260 00	\$ 151,260 00	\$ 69,780 00	8 66%	9,18%	8,08%
TOTAL DE COSTOS FIJOS.	\$ 907,383 00	\$ 762,255 00	\$ 464,172 00	51 94%	46 28%	40,29%
COSTOS VARIABLES.						
COSTO DE LAS VENTAS.						
Inventario Inicial	\$ 244,707 00	\$ 203,922 00	\$ 63,362 00	14 01%	12,38%	5,50%
Compras Totales.	\$ 922,000 00	\$ 850,000 00	\$ 726,200 00	52 78%	51,60%	63 03%
Menos: Bonificaciones.	\$ 85,000 00	\$ 42,560 00	\$ 36,520 00	4 87%	2,58%	3,17%
Devoluciones.	\$ 1,000 00	\$ 10,000 00	\$ 2,412 00	0,06%	0,61%	0,21%
Compras Netas	\$ 836,000 00	\$ 797,440 00	\$ 687,268 00	47 86%	48,41%	59,65%
Suma entradas al Almacén	\$ 1,080,707 00	\$ 1,001,362 00	\$ 750,628 00	61 86%	60 79%	65 15%
Menos: Inventario Final	\$ 269,178 00	\$ 216,000 00	\$ 145,000 00	15,41%	13,05%	12,58%
TOTAL DE COSTOS VARIABLES.	\$ 811,529 00	\$ 786,362 00	\$ 605,628 00	46 45%	47,74%	52,56%
VENTAS NETAS.						
Ventas Totales.	\$ 1,804,141 00	\$ 1,666,748 00	\$ 1,452,200 00	103 27%	101 19%	126 04%
Menos Bonificaciones	\$ 35,000 00	\$ 15,022 00	\$ 60,000 00	2 00%	0 91%	5 21%
Devoluciones	\$ 22,200 00	\$ 4,560 00	\$ 240,000 00	1,27%	0 28%	20 83%
TOTAL VENTAS TOTALES.	\$ 1,746,941 00	\$ 1,647,148 00	\$ 1,152,200 00	98,40%	94 02%	92,85%
PUNTO DE EQUILIBRIO.	1,694,595.07	1,466,606 66	978,496.85	97,00%	88,56%	84,92%
				1999	1998	1997
INFLACION				9 55%	16 05%	12 82%

3.7. Punto de Equilibrio

- El Punto de Equilibrio del año de 99 se logra en el mes 11.64
- El Punto de Equilibrio del año de 98 se logra en el mes 10.62
- El Punto de Equilibrio del año de 97 se logra en el mes 10.19
- En el año de 98 su Punto de Equilibrio se deteriora en un 4.21 %
- En el año de 99 su Punto de Equilibrio se deteriora en un 9.60 %
- Logrando un deterioro acumulado del 14.22 %

3.8. PROPUESTA.

Se recomienda un plan de recorte de gastos de operación ya que estos son muy altos afectando de manera significativa la utilidad y no se justifica su crecimiento en base a el crecimiento de las ventas.

Implantar un sistema de administración de almacén mas moderno de forma que el inventario no se quede tanto tiempo en la empresa, esto implica buscar mas proveedores que puedan entregar los productos en una programa de justo a tiempo de entrega de mercancías.

Invertir los recursos monetarios ociosos en inversiones que den mayores intereses o buscar descuentos por pronto pago con los proveedores.

CONCLUSIONES

En resumen podemos decir que el análisis financiero es una muy útil herramienta para determinar la posición financiera de una empresa sin que importe el tamaño de la misma, ya que lo mismo se puede aplicar en una corporación internacional que en una micro empresa como es el caso de la empresa analizada en el caso práctico. Y que la información que resulte de aplicar el análisis será de mucha utilidad para poder solicitar créditos bancarios, líneas de crédito con proveedores y también de gran utilidad para poder detectar deficiencias financieras, planear con mayor certeza los caminos por seguir de la empresa, o incluso valorar en su justa dimensión algún nicho de mercado que no había sido valorado en su justa dimensión. Además el presente trabajo no enseñó que se deben de aplicar varios métodos de análisis para tener un certeza mas cercana a la realidad y los pasos previos para la correcta aplicación de un análisis financiero

BIBLIOGRAFIA.

Estrategias y Políticas Financieras.

Juan. F. Perez-Carballo Veiga.

Escuela superior de gestión comercial y marketing.

Administración Financiera.

James C. Van Horne

Prentice-Hall Hispanoamericana.

Estados Financieros.

R. D. Kennedy y S.Y. McMuller

UTHEA

Guía para la Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión.

Nacional Financiera.

Análisis e Interpretación de Estados Financieros

C.P. Cesar Calvo Langarica

Editorial PAC, S.A. de C.V.

Fundamentos de Administración Financiera

Lawrence J. Gitman

OXFORD

Metodología de la Investigación Bibliográfica, Archivista y Documental

Ernesto De La Torre Villar

Ramón Navarro De Anda

Mc Graw Hill