

UNIVERSIDAD DON VASCO, A.C.

UNIVERSIDAD DON VASCO  
16

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

288483

TESIS QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADO EN  
ADMINISTRACIÓN PRESENTA :

ROBERTO SÁNCHEZ AMBRIZ

**TEMA:**

ANÁLISIS PARA EL OTORGAMIENTO DE UN CRÉDITO DE LA  
EMPRESA CHOCOLATERA MOCTEZUMA, S.A. DE C.V. PARA LA  
EMPRESA REY BUENO, S.A. DE C.V.



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.

Este trabajo de tesis lleva inmerso un gran esfuerzo y apoyo de seres que han tenido el interés y acercamiento, que se transformó en motivo y aliento para concebir lo que hoy es una realidad.

Por ello, quiero externar mi agradecimiento a:

**Mi Madre ;**

Que siempre ha tratado de guiarme e impulsarme por el buen camino, para hacer de mi un hombre de bien.

**A mi esposa Gaby ;**

Que siempre ha estado conmigo en los momentos buenos y malos, y me ha brindado su apoyo para lograr alcanzar mis metas propuestas.

**A mis hermanos ;**

Que de alguna manera hicieron posible la realización de este trabajo.

**A mis maestros y Asesores ;**

Que compartieron conmigo sus conocimientos y orientaron mi aprendizaje.

## ÍNDICE:

PAG.

INTRODUCCIÓN .....	1
--------------------	---

### CAPÍTULO I

#### ANTECEDENTES DE LA EMPRESA QUE OTORGA EL CRÉDITO

1.1.- Reseña Histórica.....	4
1.2.- Misión de la empresa.....	6
1.3.- Productos que se elaboran.....	6
1.4.- Cobertura y Principales clientes.....	8
1.5.- Información general de la empresa.....	10

### CAPÍTULO II

#### ASPECTOS DEL CRÉDITO

2.1.- Lógica para el otorgamiento de crédito.....	12
2.2.- Tipos de créditos.....	12
2.2.1.- Préstamo quirografario.....	16
2.2.2.- Aperturas de crédito.....	17
2.2.3.- Créditos simples.....	17
2.2.4.- Préstamo de habilitación o avío.....	17
2.2.5.- Préstamo prendario.....	18
2.2.6.- Préstamo refaccionario.....	18
2.2.7.- Cartas de crédito.....	19
2.2.8.- Factoraje.....	20
2.2.9.- Arrendamiento Financiero.....	20
2.3.- Garantías de crédito.....	21
2.4.- Análisis y evaluación del crédito.....	22
2.4.1.- Resumen ejecutivo.....	23
2.4.2.- Análisis cualitativo.....	25
2.4.3.- Análisis cuantitativo.....	33

## CAPÍTULO III

### INVESTIGACIÓN Y FUENTES DE ANÁLISIS DE CRÉDITO

3.1.- Fuentes de investigación de crédito.....	35
3.2.- Información que debe solicitarse al cliente.....	36
3.3.- Información que se puede obtener con Proveedores.	38
3.4.- Análisis e interpretación de los estados financieros.	39
3.4.1.- Estados Financieros que se consideran.....	40
3.5.- Razones financieras.....	40
3.5.1.- Razones de liquidez.....	41
3.5.2.- Razones de administración de activos.....	42
3.5.3.- Razones de administración de la deuda.....	43
3.5.4.- Razones de rentabilidad.....	44

## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS PARA EL OTORGAMIENTO DE UN CRÉDITO

#### (CASO PRÁCTICO )

4.1.- Información de la empresa.....	45
4.1.1.- Datos Generales.....	45
4.1.2.- Organización de la empresa.....	47
4.1.3.- Mercados actuales .....	48
4.1.4.- Principales Clientes .....	48
4.1.5.- Líneas de productos .....	50
4.2.- Análisis Financieros.....	50
4.2.1.- Balance General .....	50
4.2.2.- Estados de Resultados .....	52
4.2.3.- Porcientos integrados .....	54
4.2.4.- Razones Financieras .....	58
4.2.4.1.- Razones de Liquidez.....	59
4.2.4.2.- Razones de Admón. de Activos .....	60
4.2.4.3.- Razones de Endeudamiento .....	62
4.2.4.4.- Razones de Rentabilidad .....	62
Conclusiones.....	64
Bibliografía .....	67

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene la finalidad de realizar un análisis financiero a la empresa Rey Bueno, S.A. de C.V. la cuál esta solicitando un crédito a la empresa Chocolatera Moctezuma, S.A. de C.V., por lo consiguiente se le solicitaron los datos como son : Razón Social, Representante Legal, Domicilio Fiscal y el Mercado que actualmente atiende.

Así mismo, se le solicitaron sus estados Financieros como son; el Balance General y su estado de Resultados, a los cuales se pretende realizar un estudio por medio de porcentos integrados, aplicación de recursos, estado de variación de capital y aplicación de razones financieras, para determinar el estado histórico en el que se viene comportando la empresa.

Los objetivos básicamente se fundamentan en realizar un estudio detallado de los años '98 y '99 de como se comporta la empresa de manera financiera, esto con el fin de determinar cuál sería el riesgo en caso de aceptar otorgarle un crédito y damos cuenta de la solvencia con que cuenta, para en un momento determinado responder por la mercancía que se le pueda ofrecer.

La metodología consiste en determinar los posibles créditos aplicables al caso, mediante comparación con las existentes en el mercado.

Este trabajo consta de cuatro capítulos que describen una investigación para otorgar un crédito, el primero nos muestra los antecedentes de la empresa a la cuál se le está solicitando el crédito, así pues, nos habla de sus antecedentes como fundación, dueños, misión, productos, mercado que atienden y principales clientes. El segundo capítulo nos explica los tipos de crédito que existen, así como, los tipos de análisis que se le pueden hacer a la empresa. El capítulo tercero nos explica las fuentes teóricas de cómo podemos obtener la información que el cliente nos debe proporcionar acerca de la empresa, así mismo, nos da una breve reseña de lo que son los estados financieros y las

razones financieras, los cuales se utilizan para realizar el análisis requerido. El capítulo cuatro nos habla de un caso práctico donde se aplica la teoría que en los capítulos anteriores se investigó, aquí se aplica de manera directa, lo que es el análisis financiero.

Lo que se pretende es determinar la situación financiera del cliente que esta solicitando el crédito, así mismo, aprobar o desaprobar el resultado de los análisis realizados a esta empresa, y si este resulta factible seguirlo aplicando para futuros clientes que soliciten un crédito o bien mercancía en consignación.

## **CAPÍTULO I**

### **ANTECEDENTES DE LA EMPRESA QUE OTORGA EL CRÉDITO**

Actualmente en la ciudad de Uruapan, Mich. son pocas las empresas que realmente han podido destacar debido principalmente a que son pocas las inversiones de capital que han hecho, una de ellas es la empresa de chocolate que pertenece al grupo de los Sres. Martínez García que se han preocupado por mantener la inversión y creación de empleos dentro de la localidad.

Dicha empresa ocupa el tercer lugar a nivel nacional dentro de su ramo quedando únicamente por debajo de NESTLE y Chocolatera de Jalisco, sin embargo los dueños de la empresa están trabajando de manera conjunta para poder darle un impulso mayor a dicha empresa con el afán de llegar a ser el líder dentro de su ramo a nivel nacional y no perdiendo la esperanza de estar en mayor número de mesas de familias mexicanas.

Esta empresa tiene muchos años de haber nacido y sus productos son de origen natural lo cual los hace una de sus mayores fortalezas, así mismo cada vez es más la gente que prefiere los productos que en ella se elaboran.

#### **1.1.- RESEÑA HISTÓRICA.**

Esta empresa fue fundada en el año de 1958 por los señores Salvador y Alfonso Martínez Aceves, quienes fabricaron en forma artesanal, utilizando metate y un tostador de cacao hechizo, dos marcas de chocolate para mesa; el chocolate

semi-amargo "MOCTEZUMA" y el chocolate amargo "URUAPAN" ambos en presentación de 1 Kg.

La calidad y buen sabor de los productos determinan el éxito de la empresa y tres años más tarde en el año de 1961 se construye un edificio moderno y funcional, con una superficie construida de 4,800 m<sup>2</sup> en un terreno de 10,000 m<sup>2</sup>, que alberga la maquinaria más moderna de su época, importada de Milán Italia y fabricada en 1959 por "CARLE & MONTANARI" para comenzar la producción en serie del chocolate para mesa de "CHOCOLATERA URUAPAN, S.A. DE C.V."

En 1980 nace REPRESENTACIONES MOCTEZUMA, S.A., con la finalidad de realizar la comercialización del chocolate líder en nuestra región con presencia en mercados cada vez más lejanos, y finalmente en 1989 se agrega al objeto social de Chocolatera Uruapan el de Representaciones Moctezuma, para quedar esta última como la empresa responsable de la producción, comercialización y administración de los productos.

En mayo del año 2000 el nombre de la empresa cambia a **CHOCOLATERA MOCTEZUMA S.A. DE C.V.**, con una producción actual de 1,200 toneladas al año y gracias al empuje y confianza del Consejo de Administración, encabezado por su presidente el Ing. José Antonio Martínez García, se espera un incremento sustancial para estar presentes en un mayor número de mesas de familias mexicanas.

## 1.2.- MISIÓN DE LA EMPRESA.

Fabricar alimentos que reúnan las cualidades que el consumidor espera de ellos, conforme a los procedimientos de fabricación y aseguramiento de calidad que garanticen el cumplimiento de normas establecidas.

Así mismo, distribuirlos elaborados a través de los diversos canales y, en tal forma, generar utilidades para la empresa y para quienes intervienen en ella, asegurando bienestar y seguridad.

## 1.3.- PRODUCTOS QUE SE ELABORAN.

Actualmente se fabrican los siguientes productos de línea:

### *Chocolate de Mesa*

<b>Marca</b>	<b>Presentación</b>	<b>Paquetes por caja</b>	<b>Tablillas por paquete</b>
Moctezuma	1 Kg	10 paquetes	25 tablillas de 40 g
Moctezuma	400 g	24 paquetes	10 tablillas de 40 g
Uruapan Canela	500 g	20 paquetes	10 tablillas de 50 g
Uruapan Vainilla	500 g	20 paquetes	10 tablillas de 50 g
Casero	300 g	30 paquetes	10 tablillas de 30 g
Casero	540 g	12 paquetes	6 tablillas de 90 g

### **Chocolate en Polvo**

<b>Marca</b>	<b>Presentación</b>	<b>Bolsas por caja</b>
Chocozumá Plus	400 g	24 bolsas de 400 g C/U
Chocozumá Plus	25 g	12 exhibidores con 16 sobres de 25 g

### **Chocolate de Golosina**

<b>Marca</b>	<b>Presentación</b>	<b>Paquetes por caja</b>	<b>Barras por paquete</b>
Para Mí	240 g	24 paquetes	12 barras de 20 g

La empresa ha sido seleccionada por diversos grupos comerciales para la maquila de productos, siendo las más importantes por el volumen de producción:

- La empresa Grupo Cifra a quien se le maquila chocolate para mesa "Marca Propia" el cual es distribuido a nivel nacional a través de Bodegas Aurrera, Wal-Mart, Aurrera y Superama.
- La empresa Productos de Maíz a quien se le maquila chocolate en polvo, el cual es utilizado como materia prima para la fabricación del producto "Mole Knorr Suiza".

Los productos son elaborados con materias primas 100% naturales, tales como:

**CACAO** : Proveniente de Tabasco y Chiapas, seco, tostado y molido.

**AZÚCAR** : Proveniente de los ingenios de Michoacán y Jalisco.  
**REFINADA**

**LECITINA DE** : Procedente de U.S.A. utilizada como emulsificante, sin  
**SOYA** sobrepasar el 0.5%.

Estos productos no contienen adulterantes o sustitutos, tales como grasas o harinas, saborizantes, aromatizantes o colorantes artificiales.

#### **1.4.- COBERTURA Y PRINCIPALES CLIENTES.**

Se distribuyen los productos en los siguientes Estados:

- . Colima
- . Guanajuato
- . Guerrero
- . Jalisco
- . México y su área Metropolitana
- . Michoacán
- . Querétaro

Se cuenta con una cartera importante de clientes, siendo los principales canales de distribución los clientes Mayoristas y las Cadenas Departamentales

A continuación se mencionan algunos de ellos:

### ***Cadenas Departamentales***

- . Centro Comercial Cruz Azul, S.A. de C.V.
- . Comercial Mexicana, S.A. de C.V.
- . Farmacias Guadalajara, S.A. de C.V.
- . Grupo Cifra, S.A. de C.V.
- . Tiendas Aurrera, S.A. de C.V.
- . Tiendas Soriana, S.A. de C.V.
- . Wal Mart de México, S.A. de C.V.
- . Costco de México, S.A. de C.V.

### ***Bodegas de Mayoristas***

- . Abarrotera de Pátzcuaro, S.A. de C.V.
- . Abarrotera del Duero, S.A. de C.V.
- . Abarrotera El Tianguis de Abastos, S.A. de C.V.
- . Abarrotera González de Zacapu, S.A. de C.V.
- . Abarrotes Mocar, S.A. de C.V.
- . Abarrotes San Antonio, S.A. de C.V.
- . Diconsa, S.A. de C.V.

- . Distribución y Servicio al Abarrotero, S.A. de C.V.
- . Distribuidora Abarrotera Nueva España, S.A. de C.V.
- . Chocolates Finos de México (José Itzen Vega Arroyo)
- . La Espiga de Oro de Uruapan, S.A. de C.V.
- . Mayoreo Magaña de los Reyes, S.A. de C.V.
- . Mercantil Abarrotera Orsa, S.A. de C.V.
- . Organización Sahuayo, S.A. de C.V.
- . Productos de Maíz, S.A. de C.V.
- . Vicente Rey, S.A. de C.V.
- . Víveres Valladolid, S.A. de C.V.

#### **1.5.- INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA.**

*Razón social* : **Chocolatera Moctezuma, S.A. de C.V.**

*Domicilio* : Boulevard Industrial No. 301  
 Col. Eduardo Ruiz  
 60130, Uruapan, Mich., México

*Teléfonos* : (4) 523 14 33 con 7 líneas

*Fax* : (4) 524 13 25

*Lada sin costo* : 01 (800) 710 92 81

*e-mail* : [moctezuma@chocolatera.com](mailto:moctezuma@chocolatera.com)

*Página web* : [www.chocolatera.com](http://www.chocolatera.com)

La planta cuenta con una capacidad instalada para producir anualmente 4,800 toneladas de chocolate para mesa y 2,400 toneladas de chocolate en polvo.

El organigrama de esta empresa contempla una Dirección General y siete Direcciones de Áreas, los cuales se mencionan a continuación:

Director General

Director Comercial

Dirección de Compras

Dirección de Producción

Dirección de Aseguramiento de Calidad

Dirección de Desarrollo Humano

Dirección de Sistemas

Dirección de Administración y Finanzas

A la fecha se cuenta con una planta laboral de 90 empleados altamente calificados, algunos de ellos con mas de 30 años de experiencia.

## **CAPÍTULO II**

### **ASPECTOS DEL CRÉDITO**

El crédito es parte esencial de la actividad bancaria y comercial, destacándose por el respaldo a los programas de vivienda, el financiamiento a los sectores agropecuario, comercial y de servicios, el desarrollo de los sectores industriales, la promoción especializada del comercio exterior y en general, el apoyo a las actividades productivas con miras al bien común y al beneficio de México.

Los ingredientes para el otorgamiento de crédito son el criterio, el conocimiento y la buena fe. Debe fíncarse en un profundo conocimiento de los solicitantes, de su actividad o negocio, de su capacidad de pago, de sus necesidades financieras y de los instrumentos necesarios para apoyar adecuadamente estas necesidades.

Vale la pena enfatizar que la recuperación del crédito proviene de la viabilidad de la empresa y de la solvencia moral y económica del solicitante.

#### **2.1.- LÓGICA PARA EL OTORGAMIENTO DE CRÉDITO**

Las necesidades de financiamiento de una empresa pueden estar dentro de dos categorías:

- Corto Plazo
- Largo Plazo

El financiamiento a corto plazo corresponde a las necesidades eventuales de capital de trabajo, derivadas del ciclo de operación o ciclo de conversión en efectivo de activos circulantes de la empresa, estas pueden ser:

- Necesidades transitorias de tesorería
- Ventas y cobranza
- Producción e inventarios

El financiamiento a largo plazo esta relacionado con la inversión de activos fijos de la empresa, o necesidades permanentes de activos circulantes, tales como:

- Maquinaria y Equipo
- Unidad Industrial
- Capital de Trabajo permanente
- Ventas y cobranza

De acuerdo a las necesidades de financiamiento, la solvencia del acreditado y la fuente de pago, existen tres situaciones genéricas a las que se aplican diferentes tipos de crédito, estas son:

- Conversión de Activos a corto plazo.- Los créditos bajo la lógica de conversión de activos a corto plazo tienen las siguientes características:
  - a. Son prestamos con plazo máximo de un año.
  - b. Sirve para financiar necesidades temporales de activos circulantes por encima del nivel permanente que la

empresa normalmente mantiene en capital de trabajo.

- c. Deben ser auto liquidable conforme al ciclo de operación del negocio.
  - d. El pago depende de la capacidad de la empresa para completar exitosamente su ciclo de operación y recuperar sus costos.
- . Conversión de Activos a largo plazo.- Los créditos bajo la lógica de conversión de activos a largo plazo tienen las siguientes características:
- a. Son prestamos a mediano y largo plazo.
  - b. Sirve para financiar inversiones en activo fijo y en capital de trabajo permanente.
  - c. Deben ser liquidados con la generación neta de fondos derivada de la operación del activo financiado.
  - d. El pago depende de la capacidad de la empresa de tener suficiente generación neta de operación durante el plazo del crédito.
- . Realización de Activos.- Los créditos bajo la lógica de realización de activos se caracterizan por los siguientes aspectos:
- a. Son prestamos a corto y largo plazo.
  - b. Sirve para financiar una necesidad permanente de activos circulantes con un vehículo a corto plazo cuando el valor y las características del activo circulante faciliten su realización para recuperar el crédito.

- c. Sirve también para financiar la adquisición de un activo específico cuando se tiene duda del potencial de generación neta operativa de fondos de la empresa, y el valor residual y el mercado del activo financiado permiten su venta o reposición para sí recuperar el crédito.

## 2.2.- TIPOS DE CRÉDITOS

Los tipos de crédito se fundamentan en los siguientes elementos:

- . La relación que tienen las necesidades de financiamiento de la empresa con cada lógica de otorgamiento de crédito.
- . La solvencia del acreditado.
- . La calidad de la garantía.

Existen cinco tipos de crédito:

- . **Directos Simples:** Su utilización no tiene una finalidad específica, no tiene garantía de pago preferente.
- . **Directos Direccionados:** Su utilización tiene una finalidad específica, el manejo de la garantía y su forma de constitución dificulta el tener algún grado de preferencia.
- . **Preferentes de Destino:** Su utilización tiene una finalidad específica, existen activos específicos en garantía que son propiedad del acreditado, los activos en garantía están en posesión del acreditado, la constitución de la garantía asegura un grado de preferencia contra terceros.

- **Preferentes con prenda:** Su utilización generalmente tiene una finalidad específica, existen activos específicos en garantía que son propiedad del acreditado, los activos en garantía no están en posesión del acreditado.
- **Segregados:** Su utilización generalmente tiene una finalidad específica, existen obligaciones de un tercero solvente o bienes específicos en garantía que no son propiedad del acreditado, los bienes en garantía no están en posesión del acreditado, la constitución de la garantía facilita su ejecución en casos extremos de no pago.

### 2.2.1.- PRÉSTAMOS QUIROGRAFARIOS

Los préstamos quirografarios, conocidos también como préstamos directos, son aquellos financiamientos que se otorgan a persona física o moral de comprobada calidad crediticia, sin que exista una garantía específica y se establecen con la sola firma del acreditado, o con la concurrencia adicional de un aval que garantice la operación.

Su propósito es satisfacer necesidades de efectivo, es decir, proporcionar liquidez inmediata para cubrir gastos imprevistos o necesidades de carácter transitorio. Los pagares, mediante los cuales deben quedar documentados, deben reunir los requisitos que señala el artículo 170 de la L.G.T.O.C. (Banamex, 1994: 14 y 15).

## **2.2.2.- APERTURAS DE CRÉDITO**

La apertura de crédito es un contrato por medio del cual el acreditante pone a disposición del acreditado una suma determinada de dinero o asume obligaciones de pago a nombre de este.

Su propósito es cubrir diversas necesidades crediticias de personas físicas o morales dedicadas a la producción de bienes, prestación de servicios o el comercio dentro de términos y condiciones preestablecidos. ( Banamex, 1994 : 16 ).

## **2.2.3.- CRÉDITOS SIMPLES**

Es el financiamiento revolvente que se otorga a una persona física o moral, proporcionándole fondos que por horas pudiera requerir en su cuenta de cheques. Su propósito es cubrir emergencias que se presentan en el manejo diario de las tesorerías y evita devoluciones de cheques que repercutan en mala imagen de cliente y el costo adicional por penas o sanciones a que se haga acreedor. (Banamex , 1994: 17 ).

## **2.2.4.- PRÉSTAMO DE HABILITACIÓN O AVIO**

Es el instrumento específico y adecuado para financiar inventarios y gastos directos de explotación, fortaleciendo el ciclo productivo de las empresas dedicadas a la industria, agricultura y ganadería. Su propósito es satisfacer las necesidades de financiamiento que tenga la empresa para adquirir: Materias primas y materiales, semilla para siembras, ganado de engorda, pago de jornales, salarios y gastos directos de explotación indispensables para los fines de la empresa.

Estos créditos se destinan a la formación de capital de trabajo para fortalecer el ciclo productivo de la empresa; Por tal motivo, tienen que ser enfocados a robustecer o incrementar el activo circulante. ( Banamex, 1994 : 18 –19 ).

### **2.2.5.- PRÉSTAMO PRENDARIO**

Es aquel financiamiento por medio del cual una institución bancaria otorga un crédito, equivalente a un porcentaje del valor comercial de los bienes que le entregan en garantía. Su propósito es cubrir necesidades de adquisición de inventarios y desequilibrios de tesorería, en virtud de que los recursos que facilita el banco son utilizados para mantener niveles adecuados de inventarios e intensificar el ritmo de las operaciones.

Los préstamos Prendarios tienen como principal objetivo el aprovechar circunstancias favorables, con el fin de adquirir la materia prima para la producción, o bien obtener ayuda transitoria de efectivo para hacer frente a gastos normales del negocio. (Banamex, 1994: 20 ).

### **2.2.6.- PRÉSTAMO REFACCIONARIO**

Consiste en un financiamiento a mediano y largo plazo destinado a fortalecer o incrementar los activos fijos para aumentar la producción agrícola, ganadera e

industrial. Este financiamiento se otorga para la adquisición, reposición o sustitución de maquinaria, equipo y otros activos fijos de la empresa.

Este crédito debe otorgarse para financiar: Inversiones de tipo específico, adquisición, reposición, sustitución o incremento de bienes de activo fijo para el fomento de la empresa acreditada. ( Banamex, 1994 : 21-22 ).

### **2.2.7.- CARTAS DE CRÉDITO**

Las cartas de crédito también llamadas Créditos comerciales o Créditos Documentarios, son un medio de pago garantizado por un banco. Su propósito es facilitar el comercio exterior e interno, eliminando la desconfianza que pudiera existir entre compradores y vendedores que deseen celebrar operaciones comerciales.

Las Cartas de Crédito tienen las siguientes características:

- Son emitidas por un Banco (Banco emisor), a solicitud y de conformidad con las instrucciones de un cliente (Ordenante).
- El Banco emisor se compromete, por cuenta del ordenante, a pagar o a aceptar y pagar letras de cambio por una cantidad determinada a un tercero (beneficiario).

El pago al beneficiario se realiza a través de un banco corresponsal (notificador / confirmante), contra la entrega, en estricto cumplimiento de los términos y condiciones del crédito comercial, de documentos que amparen el embarque de una mercancía o la prestación de un servicio. ( Banamex, 1994: 23 – 24 ).

### **2.2.8.- FACTORAJE**

El Factoraje Financiero, es la actividad en la que una empresa de factoraje adquiere, mediante contrato con sus clientes, las cuentas por cobrar de clientes a su favor, derivadas de la venta de bienes y/o la prestación de servicios. Su propósito es fortalecer el capital de trabajo del cedente, mediante la conversión de sus ventas a crédito en liquidez inmediata, tanto nacionales como extranjeras. (Banamex, 1994 : 25 ).

### **2.2.9.- ARRENDAMIENTO FINANCIERO.**

Es un acuerdo entre arrendador y arrendatario por virtud del cual:

- El arrendador se obliga a adquirir determinados bienes para conceder su uso o goce temporal a un plazo forzoso, a una persona física o moral llamado arrendatario.
- El arrendatario se obliga a pagar se obliga a pagar una cantidad que cubra el valor de adquisición de los bienes contratados, las cargas financieras y los demás accesorios. Adoptar al vencimiento del contrato una de las opciones terminales establecidas en el mismo que son las siguientes: Ejercer la opción de compra pactada, prorrogar el contrato y vender el bien a un tercero.

El propósito del arrendamiento financiero tiene como finalidad apoyar a las empresas que, a través de un financiamiento contractivo, puedan mejorar su calidad

crediticia y así obtener financiamiento a largo plazo o mejorar las condiciones del crédito equivalente.

El propósito de la utilización de los recursos de los diferentes Fideicomisos y Programas de Fomento, permite atender a la clientela de tasas preferenciales y plazos adecuados a los proyectos a desarrollar. El aprovechamiento de los fondos propicia la liberación de la cartera de inversión, traduciéndose en una captación adicional de recursos. (Banamex, 1994: 26 - 27 ).

### **2.3.- GARANTÍAS DE CRÉDITO**

Las garantías son una fuente secundaria de pago, es decir, aseguran al Banco que el crédito y sus accesorios pueda ser pagados cuando el acreditado no lo hace de su operación normal. Su propósito es considerarse como un recurso adicional.

Los tipos de Garantía que existen son.

- Reales: Cuando se afectan determinados bienes del patrimonio del Acreditado o de un tercero.
- Personales: Cuando responde por el pago del crédito el patrimonio genérico de una persona física o moral distinta al Acreditado.
- Otros: Son instrumentos que representan un apoyo adicional en la estructuración de los créditos y los cuales por sus características no se pueden considerar dentro de las garantías reales o personales.

## **2.4.- ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DEL CRÉDITO**

El Análisis y Evaluación de Crédito analiza y evalúa en forma metódica la información histórica, operativa, administrativa, económica y financiera de una persona física o moral, el propósito es conocer con profundidad al cliente, los factores externos e internos que le afecten en su desarrollo como ente económico, sus fortalezas y debilidades, así como sus necesidades financieras, para así tomar una decisión profesional y oportuna en cuanto a la calidad crediticia del sujeto de análisis y determinar cuál o cuáles productos financieros son los que le satisfacen sus necesidades financieras.

Así permite tomar una decisión oportuna para autorizar o rechazar la solicitud del crédito.

Las normas de quien origine una operación de crédito, es responsable de:

- La información contenida en el documento de análisis y evaluación del Acreditado.
- La estructura del crédito.
- La administración y verificación del destino del crédito.
- Que los contratos, pagarés y demás documentos propios de los créditos y garantías queden jurídicamente establecidos.

El documento de Análisis y Evaluación debe:

- Ser continuo.
- Ser conciso, resaltando aquellos elementos que son críticos para tomar una decisión acerca del financiamiento propuesto.

- Contener información verídica, oportuna y precisa.
- Analizar y evaluar los riesgos, debilidades y fortalezas abierta y completamente, para facilitar la toma de decisiones.

Con esta información se podrá competir efectivamente, administrará adecuadamente sus riesgos y aprovechará mejor las oportunidades que se presenten en el mercado.

#### **2.4.1.- RESUMEN EJECUTIVO**

El Resumen Ejecutivo tiene como finalidad de sintetizar la información contenida en el Análisis y Evaluación de Crédito, de manera que ésta sea suficiente para justificar y apoyar la solicitud, y al mismo tiempo proporcione para la toma de decisiones de aprobación o declinación.

El Resumen Ejecutivo deberá mencionar:

- La razón de la solicitud de aprobación de crédito, describiendo la naturaleza y propósito de las operaciones.
- Detalle cuidadoso de las propuestas, incluyendo términos y condiciones del crédito solicitado tales como:
  - Tipo de Línea
  - Plazo
  - Precio

- Garantías
- Fuentes de Pago

La finalidad de esta sección será resaltar las fortalezas o debilidades del cliente, apoyándose en los factores cualitativos y cuantitativos de mayor impacto en las operaciones del cliente, tomando en cuenta los Estados Financieros del año en curso y comparándolos contra los del año anterior, concluyendo en las razones por la cual se apoya la solicitud.

El resumen ejecutivo será básicamente descriptivo, cubriendo aspectos tales como:

- Antigüedad de la compañía.
- Tipo de administración incluyendo aspectos como la experiencia, planes de sucesión, concentración de toma de decisiones, actitud proactiva o reactiva.
- Una estructura corporativa y, sus relaciones contables y comerciales.
- Tipo de Industria en la que se encuentra.
- Clase de clientes con los que opera.
- Y tamaño de la empresa con relación del mercado y ubicación.

Estas descripciones serán de la manera más concisa posible con base a las conclusiones obtenidas.

Acerca de los elementos de crédito se deberá ampliar en los factores críticos que impacten la decisión del otorgamiento de crédito, incluyendo los siguientes:

- Posición competitiva de la empresa en el mercado y diversificación.
- Comparación de la empresa contra el promedio de la industria.
- Capacidad utilizada y planes de inversión.
- Otros elementos como relaciones laborales, proveedores, regulaciones gubernamentales, etc...
- Situación financiera, incluyendo los indicadores más significativos, la capacidad de endeudamiento y la habilidad de la empresa para cubrir el servicio de su deuda.
- Políticas de la empresa con respecto a las garantías otorgadas.

#### **2.4.2.- ANÁLISIS CUALITATIVO**

La información cualitativa debe referirse a los antecedentes y los aspectos más relevantes y/o trascendentes del sujeto de crédito, en su actividad en su ente económico.

Tratándose de personas físicas se deben obtener y registrar los siguientes:

##### **DE DATOS GENERALES**

- Edad, acta de nacimiento y, en su caso carta de naturalización.
- Estado civil y, en su caso, régimen matrimonial.

- Ocupación.
- Domicilio.
- Solvencia moral y mercantil.
- Relaciones mercantiles.

### **DE SU ACTIVIDAD**

- Arraigo en la plaza y en su actividad específica y rama a la que pertenece.
- Experiencia y resultados obtenidos en su actividad actual y/o en las anteriores.

### **DE SU SITUACIÓN ECONÓMICA**

- Nivel de ingresos, fijos o variables, y comprobantes.
- Relación patrimonial.

En caso de que las personas físicas desarrollen actividades empresariales, además de los aspectos señalados y de la verificación en el registro público de comercio, debe evaluarse y analizarse la información aplicable a personas morales, excluyendo la concerniente a constitución e historia de la sociedad.

Tratándose de personas Morales, se deberá describir y evaluar lo siguiente:

## ANTECEDENTES DE:

- La empresa.
  - Fecha de constitución y duración de la sociedad.
  - Actividad u objeto social.
  - Desarrollo de la empresa hasta la fecha.
  - Estructura legal y operativa.
  - Organización, y
  - Principales cambios en su actividad durante los últimos 5 años.
  
- Los Accionistas.
  - Numero y monto de las acciones.
  - Nombre de los principales accionistas.
  - Porcentaje de participación extranjera y la importancia que tienen para el negocio.
  - Política de emisión de acciones y pago de dividendos.
  - Principales cambios en la tenencia de acciones durante los últimos cinco años.
  
- La Administración.
  - Tipo de administración: Familiar, corporativa, etc...
  - Nombre, edad, profesión, puesto, experiencia y capacidad técnica, administrativa y comercial de los principales directivos.

- Antigüedad tanto en el ramo como en la empresa.
- Autonomía de gestión: Como y quien toma las principales decisiones.
- Quienes componen el consejo o si existe dependencia de algún individuo en particular.
- Expectativa sobre la continuidad de la administración.
- Estrategias y objetivos de negocios a corto y a largo plazos que persiguen los directivos.
- Sus Recursos Humanos.
  - Numero y estructura de los empleados.
  - Si existe alta o baja rotación.
  - Relaciones laborales.
  - Fecha de la ultima y próxima revisión al contrato colectivo de trabajo.
  - Disponibilidad de mano de obra en la plaza.
  - Antigüedad promedio de los empleados.
  - Políticas de la empresa en cuanto a creación y reservas y provisiones para fondos de antigüedad, pensiones, indemnizaciones a sus empleados.

#### **ASPECTOS COMERCIALES DE**

- Mercado.
  - Características del mercado, su tamaño, localización o segmentación geográfica y/o social.

- Tendencias o factores que propicie o altere su crecimiento o madurez.
  - Comportamiento histórico y esperado del mercado.
  - Porcentaje de participación de la empresa en el mercado.
  - Fortaleza o debilidad competitiva en la comercialización, distribución, mercadotecnia y/o marca.
  - Análisis de la debilidad y fortaleza de los competidores.
  - Perspectivas del mercado de cambios económicos, tecnológicos, etc.
- De Productos y servicios.
    - Principales productos y servicios.
    - Tipo de productos.
    - Participación o proporción de cada producto a ventas y utilidades.
    - Participación en el mercado por producto.
    - Ciclo de vida de los productos y/o su obsolescencia.
    - Competitividad de sus productos en el mercado.
- De Compras y proveedores.
    - Proceso de compra de sus principales insumos.
    - Principales proveedores, su localización geográfica y segmentación.
    - Proporción o participación en los costos de venta.

- Requerimiento de divisas.
- Antigüedad de la relación comercial con los principales proveedores.
- Compras subsidiarias y afiliadas.
- Términos y condiciones de los contratos de compra, en su caso.
- Comportamiento histórico del precio de los insumos.
- Estacionalidad o ciclisidad en la obtención o vida de sus insumos.
- Dependencia o no en uno o varios proveedores.
- Perspectivas a corto y largo plazo sobre la disponibilidad y precio de los principales insumos.
- De Inventarios.
  - Políticas de mantenimiento de inventarios de materia prima, en proceso y producto terminado.
  - Variaciones históricas de inventario, en su caso por producto y/o a través del ciclo operativo.
  - Método utilizado para contabilizar los inventarios analizando su impacto en resultados.
  - Política en cuanto a inventarios obsoletos, mermas, etc.
  - Proceso operativo de los almacenes y situación geográfica.

- De Ventas, ingresos y clientes.
  - Método de ventas.
  - Distribución geográfica por producto.
  - Numero de clientes, describir cuales son los principales y su importancia.
  - Dependencia de uno o varios clientes.
  - Analizar si recientemente ha habido cambios importantes en la clientela.
  - Términos y condiciones de venta.
  - Política de precios.
  - Presupuesto de ventas a corto y largo plazo.
  - Factores que afectan la demanda y/o la oferta.
  - Volumen de producto para cubrir costos operativos y gastos financieros.
  - Punto de equilibrio de los precios.
  - Importancia de campañas de publicidad y proporción en gastos de venta.

## **ASPECTOS DE PRODUCCIÓN**

- De las Instalaciones.
  - Instalaciones, planta y equipo de la empresa.
  - Origen de la tecnología utilizada.

- Situación geográfica de las instalaciones.
- Si son propias o en arrendamiento.
- Si tienen gravámenes.
- Antigüedad de la planta y equipo.
- Política de depreciación utilizadas.
- Monto y método de reevaluación.
- Política en cuanto a seguro contra siniestros.
- Fuentes y disponibilidad de piezas y refacciones.
- Analizar y describir si el proceso de producción esta sujeto a regulación o verificación de emisión de contaminantes y, en su caso, la inversión efectuada o requerida en ese sentido.
- Analizar las inversiones realizadas en mantenimiento y mejoras.
- De Operación.
  - Propiedad de las patentes y marcas.
  - Estructura de costos.
  - Punto de equilibrio.
  - Proceso de producción, la capacidad productiva y capacidad instalada por cada unidad productiva y/o línea de producción según sea el caso.
  - Ventajas o desventajas competitivas con otros productores del ramo.

### 2.4.3 ANÁLISIS CUANTITATIVO

El análisis de la información cuantitativa, a través de los estados financieros, debe referirse al desempeño de los acreditados durante el tiempo, y a su posición comparados contra otras empresas del sector en que se desenvuelven, la información financiera utilizada es la siguiente:

- La información Cuantitativa o Análisis Financiero debe elaborarse con base a los estados financieros anuales auditados:
  - a. Balance General
  - b. Estados de Resultados
  - c. Estado de cambio en la situación financiera
  - d. Estado de variaciones de las cuentas del Capital Contable
  
- Los estados financieros en los que se basa el análisis deberán ser de por lo menos los tres ejercicios fiscales más recientes o los dos ejercicios fiscales más recientes y un ejercicio parcial reciente, pero que a la fecha de evaluación y análisis no hayan transcurrido seis meses.
  
- En caso de existir salvedades por parte de los Auditores éstas deben describirse y, en caso de ser necesario, hacer un análisis del impacto que la salvedad tenga sobre las cifras de la empresa.

- Los estados financieros analizados deben ser comparables y en caso de existir reexpresiones o ajustes éstas deben ser analizadas y descritas en el documento.

## **CAPÍTULO III**

### **INVESTIGACIÓN DE CRÉDITO.**

El sano otorgamiento de crédito se finca en una adecuada y completa investigación previa a su otorgamiento, esto constituye una base, para una sana recuperación de las cuentas por cobrar.

Cuando por descuido, negligencia o exceso de confianza se omiten algunos de los requisitos fijados para el otorgamiento de un crédito es cuando surgen los problemas de las cuentas de lenta recuperación o incobrables.

Por lo común se empieza a realizar una investigación de crédito al recibir del departamento de ventas el original o copia del contrato o pedido del cliente junto con la solicitud de crédito, esto implica al personal encargado a llevar a cabo una investigación en los mejores términos posibles y de la manera más rápida para poder dictaminar que tan factible es el otorgamiento del crédito al cliente.

#### **3.1.- FUENTES DE INFORMACIÓN DEL CRÉDITO.**

Las fuentes de crédito las podemos clasificar de dos tipos:

- Los informes de crédito directos o internos los cuales a su vez los forman los siguientes elementos:
  1. El pedido y/o la solicitud del crédito.
  2. La correspondencia y publicaciones técnicas confiables que se encuentren en archivos de la empresa.

3. Los antecedentes que se tengan sobre el cliente.
  4. La visita o entrevista que se lleva a cabo con el cliente.
- Las fuentes de crédito indirecto o externos:
    5. Los banqueros.
    6. Los proveedores.
    7. Los competidores.
    8. Los familiares, amigos, y conocidos del cliente.
    9. Las agencias o personas dedicadas a la investigación de créditos.
    10. La prensa o diarios.
    11. El registro publico de la propiedad.
    12. Las cámaras de industriales o de comercio.
    13. El arrendador de los locales en el que esta o estuvo establecido el cliente.
    14. Los avalúos que se puedan obtener.
    15. El dictamen del contador publico, etc.

Todo lo anterior nos puede dar a conocer la situación histórica y actual en que se encuentra el cliente en el momento de solicitar el crédito.

### **3.2.- INFORMACIÓN QUE DEBE DE SOLICITARSE AL CLIENTE.**

Es importante obtener la mayor información posible del cliente de la manera más discreta posible, evitando hacer un interrogatorio que sea molesto para la persona que tiene que proporcionar los datos requeridos, para esto la persona que se

persona que tiene que proporcionar los dato requeridos, para esto la persona que se encargue de recabar dicha información deberá de hacerlo con mucho tacto para poder conseguir todos los puntos finos que se requieres saber.

La información que se puede obtener de un cliente es la siguiente:

1. La razón social de la empresa y/o el nombre comercial de la misma. En caso de ser persona física, el nombre completo del dueño del negocio.
2. El giro o actividad comercial de la empresa.
3. El nombre del representante legal de la sociedad.
4. Quienes son los principales socios de la empresa.
5. La seriedad con que asume sus responsabilidades el Gerente General.
6. Que prestigio tiene el negocio en su zona de influencia.
7. El tiempo que tiene de establecido el negocio en la localidad.
8. El número de sus distintos registros ante las distintas autoridades.
9. El capital social de la empresa.
10. Los antecedentes legales de la empresa.
11. Los datos que obran el registro público de la propiedad del lugar donde se encuentra establecida la empresa.
12. Los seguros y fianzas que hubieran contratado para la protección de sus activos.
13. Los bienes raíces con que cuenta la empresa.
14. Si forma parte de algún corporativo.

15. Situación de los activos fijos.
16. La marca o marcas de productos de los productos que fabrican o venden.
17. Los créditos que han sido otorgados por otras empresas.
18. Las políticas de crédito establecidas por la empresa.
19. Banco o bancos con los que realiza operaciones, incluyendo sucursal, saldos y créditos otorgados.
20. Referencias personales y comerciales dando nombre, domicilio y teléfono de cada uno y en su caso el nombre y puesto de la persona que pudiera dar la información.
21. El dictamen del Contador Público acerca de la situación financiera.
22. Estados financieros.
23. Estado de origen y aplicaciones, etc. (Estrategias para otorgar créditos sanos, 1996: 89-90-91).

Existen datos de la lista anterior que son realmente importantes para poder obtener una adecuada investigación la cual debe de ser confiable y precisa.

### **3.3.- INFORMACIÓN QUE SE PUEDE OBTENER CON LOS PROVEEDORES.**

La información que se puede obtener con los proveedores que los clientes señalan como referencia puede variar de acuerdo al tipo de cliente y proveedor que

del que se trate pero en términos generales es la siguiente:

1. Fecha de la última operación.
2. Monto del crédito otorgado.
3. Monto del saldo que adeuda.
4. Monto de la cantidad vencida.
5. Condiciones en que se otorgó el crédito.
6. Cumplimiento en lo que respecta a sus pagos. (Estrategias para otorgar créditos sanos, 1996: 97 ).

Es muy importante que el personal asignado a realizar esta tarea cuente con los conocimientos y habilidades necesarias, para poder entablar la relación con el proveedor del cliente, y así se obtenga la mayor información solicitada para poder hacer una evaluación más confiable.

### **3.4.- ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS ESTADOS FINANCIEROS.**

El análisis e interpretación de los estados financieros proporcionan muchos elementos de juicio para una adecuada toma de decisiones de crédito, sin embargo son muchos los problemas que suelen presentarse para que los clientes nos puedan presentar dicha información algunos de los más comunes son los siguientes:

1. Las empresas que no formulan estados financieros.
2. Las que los preparan pero únicamente para uso interno y por lo tanto no los proporcionan a terceros.
3. Las que los elaboran pero que no son confiables por no estar dictaminado por un Contador Público.

Por lo anterior resulta poco usual en nuestro país el examen de los estados

financieros para un crédito que no sea bancario, lo cual hace que la toma de decisión sea un poco más difícil. Sin embargo actualmente ya son más las empresas que muestran mayor apertura frente a sus proveedores y proporcionan la información necesaria para su evaluación.

### **3.4.1.- ESTADOS FINANCIEROS QUE SE CONSIDERAN.**

Los estados financieros que habitualmente se utilizan para este tipo de análisis debido a que son los que dictaminan los Contadores Públicos son:

- Balance General.
- Estado de resultados o pérdidas y ganancias.

Estos no son los únicos pero si los más comunes, sin embargo existen otros que pueden formularse como son:

- Estado de origen y aplicaciones.
- Estado de costo y producción.
- Estado de cambio de situación financiera.

### **3.5.- RAZONES FINANCIERAS.**

Las razones financieras son una herramienta para el análisis e interpretación de los estados financieros, nos dan una visión más clara del cliente o empresa que sé esta analizando, están clasificadas de acuerdo a lo que a su aplicación u objetivo de acuerdo a la siguiente forma:

### 3.5.1.- RAZONES DE LIQUIDEZ.

- Razón del circulante.- Es también llamada razón del capital de trabajo, y representa la capacidad de pago a corto plazo de la empresa y el índice de solvencia de la misma. En otras palabras mide la habilidad para cubrir compromisos en un plazo menor de un año, mostrando las veces que estos pueden ser cubiertos, la forma en la que se obtiene es la siguiente:  $\text{Activo Circulante} / \text{Pasivo a corto plazo (circulante)}$ .
- Razón de margen de seguridad.- Esta razón nos muestra la realidad de las inversiones tanto de los acreedores a corto plazo, como las de los acreedores a largo plazo y propietarios, la forma en la que se obtiene es la siguiente:  
 $\text{Capital de trabajo} / \text{pasivo a corto plazo}$ .  
La forma en que se determina el capital de trabajo es:  
 $\text{Activo circulante} - \text{Pasivo a corto plazo}$ .
- Razón de prueba del ácido.-Esta razón también es denominada razón severa ó rápida, representa la suficiencia o insuficiencia de la empresa para cubrir los pasivos a corto plazo, es decir, el índice de los bienes realizables de inmediato, la forma en la que se obtiene es la siguiente:  
 $(\text{Activos circulante} - \text{Inventarios}) / \text{Pasivo a corto plazo}$ .
- Razón de capital de trabajo.- Esta razón nos señala los excedentes

del activo circulante sobre el pasivo circulante y que pueden ser canalizados hacia inversiones productivas. En otras palabras, nos indica el margen de recursos que pueden ser invertidos una vez liquidado el pasivo circulante, la fórmula con la que se obtiene es la siguiente:

Activo circulante – Pasivo Circulante.

### 3.5.2.- RAZONES DE ADMINISTRACIÓN DE ACTIVOS.

- Razón de rotación de inventarios.- Esta razón nos indica la rapidez de la empresa en efectuar sus ventas; así mismo, la rapidez de consumo de materiales y la rapidez de producción. Las fórmulas con que se obtiene son las siguientes:

Para empresas comerciales:

Rotación de Inv. =  $\text{vtas. Netas} / \text{Prom. Inv. a precio de vta.}$

Rotación de Inv. =  $\text{Costo de vtas.} / \text{Prom. Inv. precio de costo}$

Para empresas Industriales:

Rotación de Inv. de materiales =  $\text{Materiales consumidos} / \text{Prom. de inventario de materiales.}$

Rotación de Inv. de productos en proceso =  $\text{Costo de producción} / \text{Prom. de Inv. de productos en proceso.}$

Rotación de productos terminados =  $\text{Ventas netas} / \text{Prom. de Inv. de productos terminados a precio de venta.}$

Rotación de Inv. de productos terminados =  $\text{Costo de ventas} / \text{Prom. de Inv. de productos terminados a precio de costo.}$

- Razón de días promedio de cobro.- Esta razón mide la eficacia del crédito a clientes en días, se aplica para conocer la rapidez de cobros y la eficiencia de créditos de clientes. Las fórmulas para obtenerlas son las siguientes:

Rotación de ctas. y doctos. por cobrar =  $Vtas. Netas / Prom. de ctas. y doctos. por cobrar.$

Plazo medio de cobro =  $No. de días del ejercicio / Razón de rotación de ctas. y doctos. por cobrar.$

Días de venta pendientes de cobro =  $Cuentas por cobrar / Ventas anuales / 360.$

- Razón de rotación de los activos fijos.- Esta razón mide la efectividad con la que la empresa usa su planta y equipo. La fórmula con la que se obtiene es la siguiente:  $Ventas / Activos fijos netos.$
- Razón de rotación de los activos totales.- Esta razón mide todos los activos de la empresa. La fórmula para su obtención es la siguiente:  $Ventas / Activos totales.$

### **3.5.3.- RAZONES DE ADMINISTRACIÓN DE LA DEUDA.**

- Razón de endeudamiento.- Esta razón mide el porcentaje de fondos proporcionados por los acreedores. La deuda total incluye tanto pasivo a corto plazo como a largo plazo. La fórmula para su obtención es la siguiente:  $Deuda total / activos totales.$

- Razón de deudas a capital.- Esta razón indica la relación que hay entre el capital ajeno y el capital propio. La fórmula para obtenerla es la siguiente:  $\text{Pasivo total} / \text{Capital contable}$ .

#### 3.5.4.- RAZONES DE RENTABILIDAD.

- Razón de margen de utilidad neta.- Esta razón sirve para medir la facilidad para convertir las ventas en utilidad. La fórmula para obtenerla es la siguiente:  $\text{Utilidad neta} / \text{ventas netas}$ .
- Razón de utilidad neta a activos totales.- Esta razón sirve para medir la rentabilidad sobre los activos totales de la empresa. La fórmula para obtenerla es la siguiente:  
 $\text{Utilidad neta} / \text{Activos totales}$ .
- Razón de utilidad neta a capital.- Esta razón también es conocida como razón de índice de rentabilidad, sirve para determinar el índice de productividad que genera la empresa a los propietarios de la misma. La fórmula para obtenerla es la siguiente:  
 $\text{Utilidad neta} / \text{Capital contable}$ .

Existen más razones que se puede obtener haciendo las mezclas que se necesiten, más sin embargo, estas son las más utilizadas o comunes dentro de los análisis financieros.

## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS PARA EL OTORGAMIENTO DE UN CRÉDITO.

La empresa Rey Bueno, S.A. de C.V. ha solicitado a la empresa Chocolatera Moctezuma, S.A. de C.V. le sea concedido un crédito, por medio del cuál se le consigne mercancía para su comercialización, por lo anterior se procedió ha realizar una investigación y análisis de la empresa, para obtener los datos necesarios para la toma de decisión; en cuanto a la situación financiera como se encuentra actualmente operando, y de esta manera tener una idea de las debilidades y fortalezas con que cuenta dicha empresa.

#### 4.1.- INFORMACIÓN DE LA EMPRESA.

##### 4.1.1.- DATOS GENERALES

RAZON SOCIAL:	REY BUENO, S.A. DE C.V.
NOMBRE COMERCIAL:	PRODUCTOS BUENO
DOMICILIO :	CALLE YUNQUE NO. 51-C
TELEFONOS :	01 (5) 520 00 00 CON 10 LINEAS
FAX:	01 (5) 520 01 01
LADA SIN COSTO :	01 800 000 11111
EMAIL :	<a href="mailto:BUENO@VENDEA.COM">BUENO@VENDEA.COM</a>
PÁGINA WEB:	<a href="http://WWW.BUENO.COM">WWW.BUENO.COM</a>

Empresa constituida el 15 de Junio de 1978, bajo la escritura pública No.

33333, Vol. 1010, libro 8, afojas 179 y bajo el número 202, hoy folio mercantil no. 38388, en la ciudad de México de D.F.

El objeto de la constitución de esta empresa es la compra-venta y comercialización de toda clase de mercancías, tales como; abarrotes, vinos, licores y artículos para el hogar.

Este negocio esta representado por el Sr. Gabriel León Saavedra en su carácter de Director General, los registros de la empresa son los siguientes :

R.F.C. VBU-700615-7W2

CANACO 105771

Se cuenta con una oficina administrativa en un área aproximada de 120 m2, así como un área de bodega de aproximadamente 1000 m2., las cuales se encuentran ubicadas en :

Calle Yunque No. 51-C

Col. Artes Gráficas

México, D.F. C.P. 15820

Teléfono : 015 740 03 75 con 5 líneas y fax

El equipo de Reparto con el se cuenta es el siguiente :

6 Camionetas tipo Vanette de 3.5 toneladas

1 Camioneta tipo Panel Ford Ranger de 1.5 toneladas

1 Camioneta tipo VW de 1.0 toneladas

El equipo de Ventas cuentas con las siguientes unidades :

3 VW Golf	Modelo 1995
3 VW Sedan	Modelo 1996
1 Chrysler Spirit	Modelo 1992

#### **4.1.2.- ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA**

La empresa esta constituida como sigue :

<b>DIRECTOR GENERAL</b>	Gabriel León Saavedra
<b>GERENTE DE VENTAS</b>	Baltazar Pacheco Talavera
<b>PERSONAL DE VENTAS</b>	2 Supervisores
	8 Vendedores Locales
	3 Vendedores Foráneos
	3 Promo-Vendedores Locales
	5 Demo-Edecanes Locales
	6 Promotores Locales
<b>GERENTE ADMINISTRATIVO</b>	Jessica Torres Sánchez
<b>PERSONAL ADMINISTRATIVO</b>	1 Contador Público
	2 Secretarias
	1 Cobrador
	4 Auxiliares
<b>PERSONAL DE BODEGA</b>	1 Jefe de almacén
	1 Auxiliar de almacén
	8 Chóferes repartidores
	8 Ayudantes

#### **4.1.3.- MERCADOS ACTUALES**

Los mercados que actualmente se atienden son los siguientes :

- Aguascalientes
- Colima
- Guanajuato
- Jalisco
- México, D.F. y área Metropolitana
- Michoacán
- Morelos
- Nayarit
- Nuevo León
- Puebla
- Querétaro
- San Luis Potosí
- Tamaulipas
- Toluca

#### **4.1.4.- PRINCIPALES CLIENTES**

Actualmente se cuenta con una cartera de aproximadamente 800 clientes, siendo los principales canales de distribución, las tiendas de Auto servicio, tanto de iniciativa privada como de Gobierno, continuación se mencionan algunos de ellos :

- GIGANTE S.A. DE C.V.
- BODEGAS GIGANTE S.A. DE C.V.
- GIGANTE FLEMING, S.A. DE C.V.
- CENTROS COMERCIALES SORIANA, S.A DE C.V.
- ALMACENES AURRERA, S.A. DE C.V.
- OPERADORA DE SUPERAMAS, S.A. DE C.V.
- WAL MART DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
- COMERCIAL MEXICANA, S.A. DE C.V.
- BODEGA COMERCIAL MEXICANA, S.A. DE C.V.
- SUPERMERCADOS, S.A. DE C.V.
- DISTRIBUIDORA COMERSA, S.A. DE C.V.
- GRANDES SUPS DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
- TIENDAS CHEDRAUI, S.A. DE C.V.
- CARREFOUR DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
- AUCHAN DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
- UNIDAD COM. DE TODO, S.A. DE C.V.
- LA HACIENDA, S.A. DE C.V.
- TIENDAS GARCES, S.A. DE C.V.
- TIENDAS I.M.S.S.
- SUPER LACTEOS, S.A. DE C.V.
- CASA RODRÍGUEZ, S.A. DE C.V.

#### **4.1.5.- LÍNEAS DE PRODUCTOS**

Las líneas de Productos que manejamos en exclusividad son de las siguientes empresas :

<b>EMPRESA</b>	<b>ARTÍCULOS</b>
Cecilia Elvira Michel Velasco	Dulces de la Rosa
Mormen, S.A. de C.V.	Ate de Fruta
Selecto Productos S.A. de C.V.	Cereal de Trigo Inflado
Dist. Comercial Jr.	Bomba para Garrafón
Delicias de Jalisco, S.A. de C.V.	Cocadas y Dulces Regionales
Grupo Frato, S.A. de C.V.	Productos Tamaroca

#### **4.2.- ANÁLISIS FINANCIEROS**

##### **4.2.1.- BALANCE GENERAL**

El análisis financiero parte fundamental de este documento, para tal efecto se obtuvieron los balances generales de los años de 1998 y 1999, para empezar a realizar la comparación de dichos documentos, a continuación presentamos estos documentos que se estudian.

**REY BUENO, S.A. DE C.V.**  
**BALANCES GENERALES**  
**31 DE DICIEMBRE DE 1998 Y 1999**

<b>ACTIVO</b>	<b>1998</b>	<b>1999</b>	<b>PASIVO</b>	<b>1998</b>	<b>1999</b>
<b>CIRCULANTE</b>			<b>CIRCULANTE</b>		
Efectivo en Caja y Bancos	2,005,900	926,653	Acreedores Diversos	79,984	68,922
Clientes	874,736	1,508,480	Proveedores	0	104,912
Deudores Diversos	10,166	27,541	Impuesto por Pagar	364,220	483,116
Doc. X Cobrar	238,755	1,317,803	Participacion de Utilidades por Pagar	526,752	316,364
Impuesto sobre la renta a favor	0	347,105			
Impuesto por Recuperar	485,954	722,020	<b>SUMA PASIVO CIRCULANTE</b>	<b>970,956</b>	<b>973,314</b>
Inventarios Materias Primas	2,209,193	2,632,231			
inventarios Almacen de Sub-Productos	56,655	138,510			
inventarios Articulos terminados	396,103	962,281			
<b>SUMA ACTIVO CIRCULANTE</b>	<b>6,277,462</b>	<b>8,582,624</b>			
<b>FIJO</b>			<b>SUMA PASIVO TOTAL</b>	<b>970,956</b>	<b>973,314</b>
Inversiones en Acciones	39,496	47,210			
Propiedades, Planta y Equipo	4,224,755	4,543,614			
Depreciación Acumulada	-1,414,080	-2,013,938			
Depositos en Garantia	8,035	8,035			
<b>SUMA ACTIVO FIJO</b>	<b>2,858,206</b>	<b>2,584,921</b>	<b>CAPITAL CONTABLE</b>		
<b>DIFERIDO</b>			Capital Social	50,000	50,000
Pagos Anticipados	20,315	8,044	Reserva Legal	10,000	10,000
Gastos de Organización y Derechos	24,020	23,948	Resultados de Ejercicios Anteriores	5,159,634	7,349,047
			Resultado del Ejercicio	2,989,413	2,817,176
<b>SUMA ACTIVO DIFERIDO</b>	<b>44,335</b>	<b>31,992</b>	<b>SUMA CAPITAL CONTABLE</b>	<b>8,209,047</b>	<b>10,226,223</b>
<b>SUMA TOTAL ACTIVO</b>	<b><u>9,180,003</u></b>	<b><u>11,199,537</u></b>	<b>SUMA PASIVO Y CAPITAL</b>	<b><u>9,180,003</u></b>	<b><u>11,199,537</u></b>

Con estos documentos podemos empezar a darnos cuenta de cómo terminó la empresa en estos dos años, podemos ver un crecimiento en los activos de la empresa, también detectamos que la empresa no tiene ningún tipo de financiamiento externo, lo cuál hace parecer a la empresa de una manera sana, así mismo, vemos que sus financiamientos son por las utilidades obtenidas de ejercicios anteriores.

#### **4.2.2.- ESTADO DE RESULTADOS**

A continuación detallamos el estado de resultados de los años 1998 y 1999, este documento nos proporciona la situación de pérdidas y ganancias que puede haber tenido la empresa :

**REY BUENO, S.A. DE C.V.**  
**ESTADO DE RESULTADOS DE LOS EJERCICIOS TERMINADOS**  
**AL 31 DE DICIEMBRE DE 1998 Y 1999**

	<u>1998</u>	<u>1999</u>
<b>VENTAS NETAS</b>	<b>25,030,118</b>	<b>28,955,</b>
<b>COSTO DE VENTAS</b>	<b>14,284,173</b>	<b>16,642,</b>
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>10,745,945</b>	<b>12,313,</b>
Gastos de Venta	2,886,881	4,485,
Gastos de Administración	3,224,529	4,063,
<b>GASTOS DE OPERACIÓN</b>	<b>6,111,410</b>	<b>8,549,</b>
<b>UTILIDAD DE OPERACIÓN</b>	<b>4,634,535</b>	<b>3,764,</b>
Productos Financieros	362,389	336,
Resultado Cambiario	14	
Gastos Financieros	-44,115	-57,
<b>COSTO INTEGRAL DE FINANCIAMIENTO</b>	<b>318,288</b>	<b>280,</b>
<b>UTILIDAD DESPUES DE FINANCIAMIENTO</b>	<b>4,952,823</b>	<b>4,044,</b>
Costo de Venta de Activo Fijo	-4,712	-546,
Otros Productos	75,056	461,
Otros Gastos	-1,487	
<b>OTROS GASTOS Y PRODUCTOS</b>	<b>68,857</b>	<b>-85,</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>5,021,680</b>	<b>3,958,</b>
Impuesto sobre la Renta	1,510,257	825,
Participación de Utilidades	522,010	316,
<b>PROVISIONES PARA PAGOS</b>	<b>2,032,267</b>	<b>1,141,</b>
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>2,989,413</b>	<b>2,817,</b>

De acuerdo a los resultados que nos arroja el Estado de Resultados podemos ver que la empresa ha tenido de utilidad en los dos años, aunque en algunos rubros han aumentado los gastos.

#### **4.2.3.- PORCIENTOS INTEGRADOS**

Los porcentos integrales los aplicamos a los balances generales, y el estado de resultados de los dos años , para así hacer la comparación requerida:

**REY BUENO, S.A. DE C.V.  
PORCIENTOS INTEGRADOS**

**BALANCE GENERAL A 31 DE DICIEMBRE DE 1998**

<b>ACTIVO CIRCULANTE</b>	<u>6,277,462</u>		
<b>TOTAL ACTIVO</b>	9,180,003	<b>68.38%</b>	
<b>ACTIVO FIJO</b>	<u>2,858,206</u>		
<b>TOTAL ACTIVO</b>	9,180,003	<b>31.14%</b>	
<b>ACTIVO DIFERIDO</b>	<u>44,335</u>		
<b>TOTAL ACTIVO</b>	9,180,003	<b>0.48%</b>	<b>100.00%</b>
<b>PASIVO CIRCULANTE</b>	<u>970,956</u>		
<b>SUMA PASIVO + CAPITAL</b>	9,180,003	<b>10.58%</b>	
<b>CAPITAL CONTABLE</b>	<u>8,209,047</u>		
<b>SUMA PASIVO + CAPITAL</b>	9,180,003	<b>89.42%</b>	<b>100.00%</b>

**ESTADOS DE RESULTADOS AL 31 DE DICIEMBRE DE 1998**

<b>COSTO DE VENTAS</b>	<u>14,284,173</u>		
<b>VENTAS NETAS</b>	25,030,118	<b>57.07%</b>	
<b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>	<u>3,224,529</u>		
<b>VENTAS NETAS</b>	25,030,118	<b>12.88%</b>	
<b>GASTOS DE VENTA</b>	<u>2,886,881</u>		
<b>VENTAS NETAS</b>	25,030,118	<b>11.53%</b>	
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<u>5,021,680</u>		
<b>VENTAS NETAS</b>	25,030,118	<b>20.00%</b>	<b>101.48%</b>

**BALANCE GENERAL A 31 DE DICIEMBRE DE 1999**

<b>ACTIVO CIRCULANTE</b>	<u>8,582,624</u>		
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<u>11,199,537</u>	<b>76.63%</b>	
<b>ACTIVO FIJO</b>	<u>2,584,921</u>		
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<u>11,199,537</u>	<b>23.08%</b>	
<b>ACTIVO DIFERIDO</b>	<u>31,992</u>		
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<u>11,199,537</u>	<b>0.29%</b>	<b>100.00%</b>
<b>PASIVO CIRCULANTE</b>	<u>973,314</u>		
<b>SUMA PASIVO + CAPITAL</b>	<u>11,199,537</u>	<b>8.69%</b>	
<b>CAPITAL CONTABLE</b>	<u>10,226,223</u>		
<b>SUMA PASIVO + CAPITAL</b>	<u>11,199,537</u>	<b>91.31%</b>	<b>100.00%</b>

**ESTADOS DE RESULTADOS AL 31 DE DICIEMBRE DE 1999**

<b>COSTO DE VENTAS</b>	<u>16,642,840</u>		
<b>VENTAS NETAS</b>	<u>28,955,978</u>	<b>57.48%</b>	
<b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>	<u>4,063,377</u>		
<b>VENTAS NETAS</b>	<u>28,955,978</u>	<b>14.03%</b>	
<b>GASTOS DE VENTA</b>	<u>4,485,722</u>		
<b>VENTAS NETAS</b>	<u>28,955,978</u>	<b>15.48%</b>	
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<u>3,958,964</u>		

**REY BUENO, S.A. DE C.V.**  
**RESUMEN DE PORCIENTOS INTEGRADOS**

<b>CONCEPTOS</b>	<b>1998</b>	<b>1999</b>	
<b>BALANCE GENERAL</b>			
ACTIVO CIRCULANTE	63.38%	76.63%	Aumentó
ACTIVO FIJO	31.14%	23.08%	Disminuyó
ACTIVO DIFERIDO	0.48%	0.29%	Disminuyó
PASIVO CIRCULANTE	10.58%	8.69%	Disminuyó
CAPITAL CONTABLE	89.42%	91.31%	Aumentó
<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>			
COSTO DE VENTAS	57.07%	57.48%	Aumentó
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	12.88%	14.03%	Aumentó
GASTOS DE VENTA	11.53%	15.48%	Aumentó
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	20.00%	13.67%	Disminuyó
<b>TERMINOS NOMINALES</b>			
TOTAL ACTIVO	9,180,003	11,199,537	Aumentó
TOTAL PASIVO	970,956	973,314	Aumentó
TOTAL CAPITAL CONTABLE	8,209,047	10,226,223	Aumentó
VENTAS NETAS	25,030,118	28,955,978	Aumentó

Como podemos observar un comportamiento distinto en cada uno de los rubros que se analizan. Así pues, a continuación hacemos un resumen de cuales fueron los que aumentaron y disminuyeron en los dos años analizados.

#### **4.2.4.- RAZONES FINANCIERAS**

A continuación haremos una serie de análisis por medio de razones financieras, las cuales nos van a decir de que manera se encuentra la empresa de acuerdo la división de ciertos tipos de rubros, haciendo la comparación de unos con otros.

**4.2.4.1.- RAZONES DE LÍQUIDEZ**

	1998		1999	
1.-	<b>Razón del Circulante</b>			
	$\frac{6,277,462}{970.956}$	<b>6.46</b>	$\frac{8,582,624.00}{973,314}$	<b>8.81</b>

En 1998 la empresa contaba con 6.46 veces para pagar sus deudas a corto plazo y esta capacidad se incrementó 2.35 veces más en 1999.

2.-	<b>Margen de Seguridad</b>			
	$\frac{5,306,506}{970.956}$	<b>5.46</b>	$\frac{7,609,310}{973,314}$	<b>7.81</b>

En 1998 la empresa contaba con 5.46 veces para pagar sus pasivos y esta capacidad se incrementó en 2.35 veces más en 1999.

3.-	<b>Prueba del ácido</b>			
	$\frac{3,615,511}{970.956}$	<b>3.72</b>	$\frac{4,849,602}{973,314}$	<b>4.98</b>

En 1998 por cada peso que se le debía a los proveedores se tenían \$3.72 pesos para responder por la deuda, teniendo un incremento en 1999 hasta \$4.98 pesos por cada peso de deuda.

#### 4.2.4.2.- RAZONES DE ADMINISTRACIÓN DE ACTIVOS

	1998		1999	
<b>1.- Rotación de Inventarios</b>				
	<u>25,030,118</u>	<b>9.40</b>	<u>28,955,978</u>	<b>7.75</b>
	2,661,951		3,733,022	
	<u>14,284,173</u>	<b>5.36</b>	<u>16,642,840</u>	<b>4.45</b>
	2,661,951		3,733,022	

En 1998 nuestro inventario dio vuelta 9.40 veces y en 1999 tuvo una disminución de 7.75

#### 2.- Días Promedio de Cobro

Rotación de Ctas. Y Doctos. x Cobrar

<u>25,030,118</u>	<b>28.61</b>	<u>28,955,978</u>	<b>19.19</b>
874,736		1,508,480	

En 1998 las cuentas por cobrar se recuperaban hasta los 28 días, la cuál disminuyó en 1999 a 19 días.

Plazo Medio de Cobro

<u>365</u>	<b>12.75</b>	<u>365</u>	<b>19.02</b>
28.61		19.19	

En 1998 se recuperaba el total de las deudas 12 veces al año y en 1999 aumentaron a 19 días.

**3.- Días Promedio de Cobro**

<u>238,755</u>	<b>3.48</b>	<u>1,317,803</u>	<b>16.61</b>
68,57		79,331	

En 1998 se recuperaba el total de las deudas en 3.48 días en promedio y en 1999 aumentaron a 16 días en promedio.

**4.- Rotación de los Activos Fijos**

<u>25,030,118</u>	<b>8.90</b>	<u>28,955,978</u>	<b>11.44</b>
2,810,675		2,529,676	

La empresa en 1998 utilizó su capacidad instalada 8.9 veces lo cuál se ve incrementada en 1999 hasta 11.44 veces.

**5.- Rotación de los Activos Totales**

<u>25,030,118</u>	<b>2.72</b>	<u>28,955,978</u>	<b>2.58</b>
9,180,003		11,199,537	

En 1998 los activos tuvieron una rotación 2.72 veces lo cuál disminuyó en 1999 2.58, lo que nos indica que se tuvo mayor rotación en el primer caso.

#### 4.2.4.3.- RAZONES DE ENDEUDAMIENTO

	1998		1999	
1.-	<b>Razón de Endeudamiento</b>			
	<u>970,956</u>	<b>10.57 %</b>	<u>973,314</u>	<b>8.69%</b>
	9,180,003		11,199,537	

En 1998 el financiamiento que se tenía por medio de los proveedores era del 10.57 % lo cuál disminuyó en 1999 al 8.69 %.

2.-	<b>Razón de Deudas a Capital</b>			
	<u>970,956</u>	<b>0.11</b>	<u>973,314</u>	<b>0.09</b>
	8,209,047		10,226,223	

En 1998 por cada peso de inversión que se tenía 11 centavos eran financiados por los proveedores, esto disminuyó en 1999 a 0.09 centavos.

#### 4.2.4.4.- RAZONES DE RENTABILIDAD

1.-	<b>Margen de Utilidad Neta</b>			
	<u>2,989,413</u>	<b>11.94%</b>	<u>2,817,176</u>	<b>9.72%</b>
	25,030,118		28,955,978	

El margen de utilidad neta en 1998 era de 11.94% lo cuál tuvo una disminución de hasta 9.72 en 1999, lo que nos indica que bajo la facilidad de realizar ventas en utilidades.

**2. Utilidad Neta a Activos Totales**

<u>2,989,413</u>	<b>32.56%</b>	<u>2,817,176</u>	<b>25.15 %</b>
9,180,003		11,199,537	

En 1998 se tenía más rentabilidad en relación con el capital de los accionistas la cuál era de 32.56%, y en 1999 se vio disminuida a 25.15%.

Como se puede observar se realizó un análisis financiero por medio de diferentes métodos, los cuales se utilizaron para determinar la viabilidad o no de otorgarle el crédito, así como la situación financiera actual, en todos estos se hizo una comparación de dos años para determinar el comportamiento que ha tenido dicha empresa.

En los balances generales nos dimos cuenta de una manera rápida como esta constituido el capital de trabajo con el que ha estado operando, este estado financiero es de mucha importancia, ya que nos presenta una radiografía de los bienes con que se cuenta para trabajar, así pues, se analizaron los dos años. El estado de resultados es otro muy importante ya que aquí nos enteramos de como estaba la utilidad de un año con otro, y sí, realmente la empresa está operando sanamente, su aplicación consistió básicamente en determinar cada uno de los rubros que aquí se determinan, y realizar una comparación de los años respectivos, dándonos por resultado que se ha estado trabajando con utilidad.

Los porcentos integrales se determinaron de los balances generales y estado de resultados, en los cuales se determinó que porcentaje representa cada uno de los conceptos, este método se utilizó para determinar cuanto tiene la empresa y a quién debe, así como los gastos y utilidad que representó para cada uno de los años.

Por último se utilizó el método de razones financieras, el cuál consiste en hacer una serie de operaciones de cada uno de los conceptos o bienes y deudas con que cuenta la empresa, este procedimiento nos aclara de una manera más precisa como esta la empresa en cuanto a liquidez, recuperación de cartera, rotaciones de inventario, etc., dándonos cuenta que la empresa está operando de una manera sana.

#### **4.3.- CONCLUSIONES**

De acuerdo al objetivo que se busca al momento de realizar este análisis, el cuál consiste básicamente en determinar la viabilidad para el otorgamiento del crédito en esta empresa, podemos concluir lo siguiente :

La empresa es cautelosa para solicitar préstamos de proveedores, normalmente sus compras las paga en plazos cortos, así mismo, de acuerdo a cada uno de los métodos que se utilizaron nos podemos dar cuenta que es una empresa sana, que cuenta con un buen capital de trabajo propios, aunque en el último año realizaron inversiones en activos fijos, el balance general nos muestra que no tienen deudas a largo plazo.

La utilidad con que cuenta la empresa sigue siendo aceptable que aunque disminuyó de un año a otro, nos podemos dar cuenta que la empresa sigue obteniendo buenas utilidades, pero habrá que poner mayor cuidado en los gastos que se realizaron, ya que aunque se vendió más, también se incrementaron los gastos de Ventas y Administración, de igual manera se pudo ver que la empresa tuvo un incremento de activo circulante, una disminución en el activo fijo, diferido y pasivo circulante, así mismo, su capital contable aumentó de acuerdo a los dos años analizados, de igual manera al momento de aplicar las razones financieras la empresa se consideró en términos generales buena, ya que cuenta con incremento en la razón de circulante de 2.35, su margen de seguridad también se incrementó en 2.35, así mismo, actualmente por cada peso que debe la empresa se tiene de respaldo \$4.98, el inventario disminuyó en su rotación, por lo cuál se debe de tener cuidado en este detalle, su rotación de cuentas por cobrar disminuyó en 9.42 días, su recuperación de la deuda tuvo un incremento, por lo que probablemente se esta atacando el mercado de una manera más agresiva con los clientes en lo que se refiere a créditos, su financiamiento con los proveedores disminuyó en 1.88% , así como su deuda de capital que disminuyó en 0.03.

De igual manera es importante hacer énfasis en que la utilidad neta baja en 8.87%, lo cuál nos hace ver que necesitamos tener cuidado con este margen que aunque sigue siendo buena, nos hace poner más interés en el mismo.

Así pues, de acuerdo a todo el análisis realizado, llegamos a la conclusión de la factibilidad de realizar el otorgamiento del crédito, basándonos en todos los resultados de los métodos utilizados, los cuáles resultaron positivos para determinar la situación financiera del cliente, de igual manera se sugiere que este mismo estudio se siga aplicando a todos los clientes que soliciten este tipo de crédito.

## **BIBLIOGRAFÍA**

**MANUAL DE CRÉDITO:**

**BANAMEX 1994.**

**VAR, MOLINA VICTOR;**

**ESTRATEGIAS PARA OTORGAR CRÉDITOS SANOS ,**

**ASOCIACIONES FISCALES ISEF, S.A.;**

**MÉXICO 1996.**

**ANÁLISIS FINANCIERO**

**APUNTES DIPLOMADO EN FINANZAS CORPORATIVAS**

**PROF. JUAN GAYTÁN**

**MAYO-SEPTIEMBRE DEL 2000.**

**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN, CONTADURÍA E INFORMÁTICA**

**UNIVERSIDAD DON VASCO, URUAPAN MICH.**

**MAYO-SEPTIEMBRE DEL 2000.**