

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLAN

TESIS PARA OBTENER EL TITULO DE LIC. EN CONTADURIA

**"ADMINISTRACION FINANCIERA DEL CAPITAL DE TRABAJO EN UNA EMPRESA
PRODUCTORA DE VINOS Y LICORES "**

KRUPSKAYA VENEGAS RAMOS

ASESOR DE TESIS: C.P. PEDRO ACEVEDO ROMERO



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



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.

Agradecimientos:

Ha llegado el tiempo de cerrar un ciclo, muchas veces me pregunte porque deje pasar tanto tiempo y descubrí que llegue en el momento que tenia que hacerlo, en la vida no hay antes ni después....

“Todo tiene su tiempo y todo lo que se quiere debajo del cielo tiene su hora.
Tiempo de nacer y tiempo de morir, tiempo de plantar y tiempo de arrancar lo plantado.
Tiempo de llorar y tiempo de reír, tiempo de endechar y tiempo de bailar.
Tiempo de amar y tiempo de aborrecer, tiempo de guerra y tiempo de paz”.

Ecclisastates 3:1-8

Y pues es tiempo de agradecer a todas aquellas personas que estuvieran involucradas en este proyecto, porque llegar a este punto y con este camino recorrido no solo implica agradecer a quienes estuvieron contigo en la parte académica, si no también en la parte humana, después de 10 años hay mucho y muchos a quien debo dar gracias, espero no olvidar a nadie.

A Dios:

Fue largo y sinuoso el camino, pero hoy sé que por fin podemos estar en paz.

Gracias por darme las lecciones de vida que me han correspondido, sobre todo me enseñaste algo...

"No lo digo porque tenga escasez, pues he aprendido a contentarme cualquiera que sea mi situación".

Filipenses 4:1

U.N.A.M

A mi querida universidad que en tus aulas de azul y oro nos abrazas; a través de tus conocimientos y pensamiento nos permites ser libres y sobre todo nos enseñas a compartirlo, es grande tu nombre e imposible de opacar, gracias por permitirme ser miembro de esta comunidad.

FES-CUAUTITLAN.

A mi Facultad que a través de sus aulas no solo forja a profesionistas, forja a hombres y mujeres honorables.

Gracias por que fue aquí donde viví la etapa mas bella de mi vida, conocí a las personas mas importantes de mi ser.

A mis Profesores:

Gracias a cada uno de ellos que no solo compartieron sus conocimientos académicos, sino también su calidad humana; gracias por enseñarnos a ser profesionistas con ética y valores.

Al Jurado:

Gracias a todos ellos por su tiempo y dedicación.

A mi familia:

No somos la familia perfecta, pero se acerca a lo que simplemente soñé....

La vida nos ha dado pruebas difíciles y solo una cosa nos ha salvado y es el amor, los tropiezos solo han servido para unirnos, para descubrir cuanto nos amamos, que la familia es el verdadero salvavidas cuando las turbulencias de la vida nos hacen desfallecer.

A mis Padres:

Por darme la vida en partida doble, la física y la espiritual....

A ti Madre; mi mas profunda admiración, porque no me alcanzaría una hoja para darte las gracias, porque me has enseñado lo que es ser una mujer y un ser humano valiente, porque has desafiado todo lo que parecía adverso, porque aún estas de pie y llena de amor. Por tu dedicación y amor este sueño es tuyo y así como otros que he tenido no me has dejado sola hasta que los he alcanzado.

A mi Padre, porque me enseñaste a soñar, pero sobre todo me enseñaste que solo con el trabajo se alcanzan los sueños aunque estos parezcan lejanos. Gracias por tus palabras de aliento y sobre todo por tu confianza.

A mis hermanos

Son mis Ángeles y de cada uno he recibido una lección de vida y amor:

Lourdes, siempre solidaria y protectora y a pesar de todo sigues conservando esa mirada y risa de niña.

Americo: sé que la nobleza de tu corazón será valorada y que dentro de ti hay un gran guerrero

Alejandro: Solo quiero abrazarte y decirte cuanto te amo.

Sofia: Gracias por toda tu nobleza y ternura.

Rocio: Eres un mujer admirable, gracias por enseñarme que las cadenas se rompen, tu mano, tus palabras de aliento siempre han estado ahí cuando mas lo he necesitado

A mis sobrinos:

Imanol, Amaya, Emiliano e Ismael, mis otros ángeles

Gracias por sus risas, travesuras, miradas y porque me hacen recordar que sigo siendo una niña.

Gracias por sus dulces apoyos y sobre todo por sus risas.

Sobre todo a ti Emiliano, porque con tu sabiduría infantil me recuerdas que Dios esta junto a mi.

Como olvidar otra columna importante en mi familia..... Gracias Víctor, gracias por ser parte de esta familia de locos, gracias por tu apoyo incondicional, seria interminable la lista de gracias porque has estado a la lado de esta familia cuando pensábamos que todo se venia abajo y fue tu hombro lo que necesitamos para que no sucediera...

A Polo y Yaneli, porque también son parte de este barco y he aprendido tanto de ellos, de amor, de errores, de solidaridad y de comprensión...

Todos ellos son mi familia, la que Dios me dio para que juntos emprendiéramos una aventura que se llama vida.

A mis amigos:

Y otra parte importante en mi vida son otros Ángeles que Dios nos envía, son mis amigos. Gracias Dios porque me permites que esta lista sea larga, no quiero omitir a ninguno, gracias a cada uno de ellos que nunca me han dejado, que siempre han estado ahí cuando los he necesitado, siempre he tenido el consejo, abrazo, beso en el momento justo, gracias por todos estos años....

Mony, Lore, Lupe, Andres, Arminda, Toño, Eloisa, Meneses, a todos los "slahs" a los "edesianos", a los "madrileños", a los "cecehacheros", a "Peter Morrison", al negro Gerardo, a Carlos Chichil

Para Arminda y Andres:

Gracias porque junto a ustedes he aprendido tantas cosas hermosas.

A ti Mina por enseñarme un camino desconocido para mi y gracias porque a través de Él pude rescatarme.

A ti Andrés; por ser siempre solidario conmigo, son 8 años de complicidad.

A Uds. dos que todavía no están aquí:
Porque solo espero ser la persona que merecen

"Lo mas importante en la vida no es llegar a puerto, sino el viaje mismo, la aventura y la experiencia que se obtienen"

Konstantin Kavafis

“ADMINISTRACION FINANCIERA DEL CAPITAL DE TRABAJO EN UNA EMPRESA PRODUCTORA DE VINOS Y LICORES.”

CAPITULO I LA INDUSTRIA DEL VINO.

		Pagina
	1	INTRODUCCION
1.	Antecedentes del Vino en México.	4
1	Las epocas precolombina y colonial.	4
2	La época Moderna.	6
3	Regiones vinícolas en México.	7
4	Problemática actual de la industria del Vino.	12
5	Problemática Comercial.	14
6	Tendencias de consumo en México.	16
7	Beneficios de Consumo en México.	17

CAPITULO II

TEQUILA

1	Antecedentes del Tequila	19
2	Breve cronología de la Historia del Tequila	20
3	Denominación de Origen	23
4	Consejo Regulador del Tequila (CRT)	25
5	Problemática de la Industria Tequilera	27
6	Consumos de Tequila	33

CAPITULO III

OTRAS BEBIDAS ALCOHOLICAS

3.1	Otras bebidas Alcohólicas	41
-----	---------------------------	----

CAPITULO IV

LA ADMINISTRACION FINANCIERA

4.1 Importancia de la Administración Financiera	43	
4.2 Objetivos Básicos.	44	
4.3 Análisis Financiero	49	
4.4 Métodos de análisis	55	
4.5 Método de análisis vertical	56	
4.6 Razones simples		58
4.7 Razones estándar	65	
4.8 Por cientos integrales		67
4.9 Método de Aumentos y Disminuciones		72
4.10 Método de Tendencias		73

CAPITULO V

LOS ESTADOS FINANCIEROS

5.1 Concepto		74
5.2 Objetivos de los Estados Financieros.		77

CAPITULO VI

CAPITAL DE TRABAJO

6.1 Concepto de Capital de Trabajo	80	
6.2 Importancia de Capital de Trabajo y su administración	81	

CAPITULO VII

GENERALIDADES DEL CAPITAL DE TRABAJO

7.1 Efectivo y valores	84	
7.2 Cuentas por cobrar	88	
7.3 Inventarios	93	
7.4 Cuentas por Pagar	100	
7.5 Otras Cuentas por Pagar	104	
7.6 Fuentes de Financiamiento	107	

CASO PRÁCTICO

CONCLUSIONES

127

BIBLIOGRAFIA

INTRODUCCIÓN.

Para sobrevivir en el sector de las bebidas alcohólicas las empresas tienen que diversificar sus productos, por un lado, empresas que por tradición eran productoras de Vino, pero que en los últimos tiempos su desarrollo y crecimiento en el sector se ha frenado por diversos factores como son: falta de políticas fiscales, acuerdos comerciales que han favorecido a los productos extranjeros, un mercado cada día más desprotegido por introducción de bebidas adulteradas y de muchísimo menor costo, de tecnología y principalmente por que nuestro país no tiene una cultura de consumo de vino. La competencia con los productos europeos y chilenos hacen que esta industria atraviese por uno de sus periodos más difíciles; por tal razón las empresas tienen que diversificarse y elaborar productos con más arraigo dentro del consumo nacional, como es el Tequila, o producir bebidas más baratas y accesibles al consumidor como lo es el Ron o el Vodka o bebidas que se ponen de moda como la Ginebra.

Desde que el Tequila tuvo su reconocimiento como Denominación de Origen en la Unión Europea ha surgido un "boom" en el consumo nacional como en el extranjero; este consumo repentino ocasiono que la industria tuviera una severa crisis de agave durante los periodos de 1997 a 2001, se hace referencia a este periodo pues hay un antes y después de estas fechas. El ciclo de maduración del Agave Azul Weber es de 8 años, la industria sufrió una escasez de Materia Prima, lo cuál repercutió en los precios de compra, antes de la denominación el precio del Agave era de \$0.80 centavos de peso por Kilo, llegando a niveles de \$18.00 por Kilo, este incremento desproporcionado fue en cuestión de meses, la cadena de producción se vio afectada, el consumidor recibía un producto caro, el sector sufrió una depuración de empresas, antes de la crisis se habla que existían alrededor de 2,000 empresas, entre pequeñas, medianas y grandes, esta depuración dejó solo en el mercado alrededor de 50, quienes sobrevivieron son aquellas tuvieron el suficiente capital financiero o quienes se asociaron con grandes corporaciones mundiales que respaldaran con el capital fresco y que permitiera comprar cientos o miles de hectáreas de Agave maduro, así como cosechas futuras.

Actualmente la industria vive nuevamente el ciclo de la sobreproducción de Agave, por lo que los precios están a la baja, actualmente el precio fluctúa en los \$2.5 pesos por Kg de Agave, este ciclo de vida del principal componente desequilibra a toda

una industria. Durante 2004 el Consejo Regulador del Tequila, SEDER, FIPRODEPO, SAGARPA, la Universidad de Guadalajara, Secretaria de Economía y 109 empresas Tequileras así como 11 asociaciones de Agaveros echaron andar un mega proyecto denominado "La Geomática como herramienta en el mantenimiento del Inventario de Agave Tequilana Weber", cuyo objetivo es tener las herramientas estadísticas, inventario efectivo, padrón de agricultores, planeación de siembras, proyectos de crecimiento, esquemas de comercialización todas estas herramientas que ayuden a cuidar de la estabilidad social de los integrantes de la cadena.

Pero los industriales no solo han invertido en proyectos de investigación, deben de invertir en fuertes campañas publicitarias, la industria de la mercadotecnia ha influido para posicionar las marcas en el gusto del publico, un gusto caprichoso que actúa de acuerdo a las modas, pero que sin embargo para estar en este sector se debe de competir con calidad, precio e imagen

Teniendo variables socioeconómicas adversas o inestables es de suma importancia tener un buen manejo de los recursos financieros de la compañía. El presente trabajo se enfocará a la administración de estos recursos, y como su correcta aplicación ayudara a estas industrias sobrevivan a una creciente competencia, leal y desleal, no solo la sobre vivencia importa si no competir con las grandes firmas nacionales y/o extranjeras que constantemente entran al país.

Cultura del Vino

El Vino es una bebida para adultos sanos, absolutamente incompatible para las mujeres en estado de gestación y los lactantes, así como para los immoderados.

El vino es sano solamente cuando es bebido con moderación, es decir, con respeto, educación, cultura e inteligencia, lo cual permite disfrutarlo con los cinco sentidos.

Los mayores encantos del vino están en sus matices cromáticos y en sus aromas, ni beber mucho ni beber de prisa aumenta el placer del vino, sino todo lo contrario.

Beber vino moderadamente es sano, e incluso recomendable y causa placer, beberlo despacio aumenta ese tiempo de placer y el placer mismo.

No beber nunca en ayunas, el vino está hecho para acompañar a otros alimentos y no como un objetivo por si mismo.

Armonizar vino con alimentos, así como vinos con oportunidades es un arte.

Con el fin de marginar definitivamente el abuso del vino y para alcanzar consumos moderados y razonables, es necesario que el conocimiento del vino sea transmitido desde el entorno familiar en el que las culturas mediterráneas han bebido durante miles de años.

Las familias y en general las personas mayores que conocen el vino, deben erigirse en su principal vehículo de divulgación y en indiscutible ejemplo de moderación.

Es preferible no beber vino solo, el vino es una bebida de convivencia y ha de ser compartido.

Grupo Enologico Mexicano

CAPITULO I

LA INDUSTRIA DEL VINO

1. Antecedentes del Vino en México

Para el desarrollo de este trabajo es importante conocer el marco social, económico e incluso histórico de la industria en la que nos desarrollamos.

Es necesario conocer el entorno en que a través del tiempo este sector ha evolucionado en nuestro país para entonces poder comprender su problemática y actuales circunstancias; en lo personal considero que es necesario conocer la historia de la empresa en que nos desarrollamos para poder comprender su verdadera y autentica problemática que nos permita emitir recomendaciones objetivas y certeras.

La industria del vino se remota a tiempos milenarios desde el antiguo Egipto, su introducción al mundo europeo y su perfeccionamiento en las técnicas de obtención de un vino de calidad, pero en este trabajo nos enfocaremos al desarrollo de esta industria en nuestro país, abarcaremos desde los tiempos precolombinos hasta llegar al presente.

1.1 Las épocas precolombina y colonial

a) El inicio y los misioneros

En la época precolombina, los indígenas utilizaban las vides salvajes para hacer una bebida a la que agregaban otras frutas y miel; hasta la fecha en algunos lugares se hace el vino de acachul con uvas y frutas silvestres.

Las vides salvajes (cimarronas) estaban cargadas de racimos, pero por su acidez no producían vino. Había especies diferentes de vides silvestres como *vitis rupestris*, *vitis labrusca* y *vitis berlandieri*. Eran diferentes de la "*vitis europea*", que es la especie de vid mas apropiada para elaborar vinos de calidad.

Se considera a Juan de Grijalva ser el primer navegante español que tomó vino con señores aztecas enviados por Moctezuma en el antiguo Tenochtitlán. Fue el día 24 de junio de 1517.

Para los conquistadores y colonizadores españoles el vino constituía parte fundamental de su dieta cotidiana, y por ello se incrementó

rápidamente la comercialización de esta saludable bebida en las tierras

recién descubiertas. El vino se consumía como alimento, como medicina y como reparador de fuerzas.

La historia del vino en México se desarrolló durante la Colonia al ritmo de las imposiciones de su metrópoli. Las primeras vides europeas que se plantaron en México fueron traídas por los conquistadores y misioneros españoles.

El viñedo de la Nueva España comenzó a extenderse a partir de la ciudad de México, capital del virreinato, hacia las regiones septentrionales: Querétaro, Guanajuato y San Luis Potosí, alcanzando posteriormente un gran desarrollo en el Valle de Parras, y luego en Baja California y en Sonora. En esa época se desarrollaron también los plantíos en Puebla (Tehuacán y Huejotzingo).

La vid fue cultivada de inmediato por los misioneros que necesitaban vino para celebrar la misa.

Cuando los jesuitas llegaron en aquella época a la península de Baja California, el cultivo de la uva acompañó sus misiones. Los misioneros transformaron los inhóspitos desiertos en zonas de cultivo y de viticultura. Actualmente es la zona con los mejores vinos mexicanos.

Sus sucesores, los franciscanos avanzaron hacia lo que ahora es el estado de California en los Estados Unidos de Norteamérica. Su líder Fray Junípero de Serra estableció 21 misiones de San Diego a Sonoma en las que plantaron vides que gozan de especial renombre. Actualmente esta zona sigue siendo reconocida a nivel mundial y ahí se desarrolla la empresa de vinos más importante del mundo, la firma E&J JULIO GALLO.

La variedad de uva plantada por los frailes adquirió una denominación especial, la uva misión. Hoy en día, esta variedad también se llama "criolla" en toda Sudamérica.

b) El auge colonial

Hernán Cortes, gobernador de Nueva España en el siglo XVI, ordenó el 20 de Marzo de 1524 que cada colono plantara 1000 pies de vid por cada cien indígenas. Ya desde aquel tiempo se comenzó a practicar la injertación de la *Vitis vinífera* en cepas autóctonas, lo que entonces no se hacía en ningún otro país del mundo.

Así el capitán Francisco de Urdiñola estableció en 1539 la bodega vinícola en la Hacienda de Santa María de las Parras (estado de

Coahuila)

En 1626, Lorenzo García inaugura las Bodegas de San Lorenzo y lo vendió en 1634 a Luis Hernández Escudero

Las vides se adaptaron a sus nuevos emplazamientos y fueron lo suficientemente productivas para elaborar al mismo tiempo **vino y aguardiente**.

Después de unos años, la corona española prohibió la producción del vino, por el temor de que en un futuro hubiera competencia con España, porque los viñedos se aclimataron rápidamente.

La Ley XVIII, título XVII de la Recopilación de las Indias estableció la total prohibición a sembrar viñas en México pero se podía seguir utilizando los viñedos existentes.

Los misioneros se negaron a acatar tan bárbara disposición y continuaron difundiendo, si bien en pequeña escala, el cultivo de la vid y la elaboración del vino en la Nueva España.

A partir de la Independencia predominaron las cepas de origen francés y desde el Porfiriato los vinos franceses se volvieron sinónimo de prestigio.

2 LA EPOCA MODERNA.

a) El siglo XIX y el principio del siglo XX

A finales del siglo XIX, la familia Concannon, pionera de la viticultura en California (Livermore Valley) persuadió al gobierno mexicano que aprovechara el potencial vitícola del país e introdujo algunas docenas de variedades francesas en México. En el año de 1895, el gobierno mexicano se preocupó de extender la plantación de las vides, pero este esfuerzo no pudo ser continuo por los cambios sociales del país.

En 1904 James Concannon abandona México, pero seis años más tarde otro vinificador californiano Perelli Minetti plantó otra gama de cepas en cientos de hectáreas cerca de Torreón.

Hacia 1900 gran parte de los viñedos mexicanos quedo destruida por la **filoxera** y los problemas políticos perturbaron el país durante

muchos años después de la revolución de 1910.

Los vinos mexicanos empezaron a producirse seriamente hasta 1920, pero no se logró que tuvieran buena calidad por muchos factores: Faltaba más conocimiento de la viticultura, se utilizaba equipo defectuoso y no había una adecuada selección de variedades. El resultado era vinos blancos amarillentos, tintos oxidados: les faltaba o sobraba dulzor o acidez.

Con la segunda emigración española, de los años 1930 en adelante, los Vinos ibéricos fueron recobrando el protagonismo, de hecho, España volvió a tomar la delantera entre los vinos importados.

b) Después de la segunda guerra mundial

En 1948 fue creada la Asociación Nacional de Vitivinicultores, que afilió a quince empresas. En el periodo comprendido entre los años 1950 y 1954 se incorporaron catorce compañías más.

Durante la década de los 70's el cultivo de la vid tuvo crecimientos importantes. La implantación de variedades de uvas seleccionadas, la instalación de cavas de vinificación integrando los progresos de la ciencia enológica más moderna, el mejoramiento del nivel de vida de la clase media, los esfuerzos comerciales y educativos de las grandes marcas, han permitido colocar en el mercado productos de calidad, suscitando en el público un vivo interés hacia unas nuevas costumbres de consumo del vino.

1.3 Regiones Vinícolas en México.

A continuación se detallan las principales regiones vinícolas del país y como importantes firmas se han asentado y desarrollado en dichas regiones, como se puede ligar en la parte histórica, desde siglos atrás estas zonas fueron preparadas para fincar una industria.

En esta parte se hará mención de las características geográficas y climáticas, ya que estos factores son importantes para la obtención de un producto de calidad, el tener estas bases nos ayudará a comprender como estos elementos pueden influir en la inversión de un nivel de inventario alto y donde aparentemente puede ser

perjudicial para la empresa, pues se reflejaran en niveles de inventarios lentos, pero obtendremos un producto de calidad, lo cual

repercutirá en ventas para la empresa.

ZONA NORTE

ZONA LAGUNA

ZONA CENTRO

SONORA

COAHUILA

BAJA CALIFORNIA

DURANGO

AGUASCALIENTES

ZACATECAS

QUERETARO



Zona vinícola de Sonora

- **Geografía**

Regiones de viticultura: Hermosillo y Caborca

Densidad de plantación de la vid: 1250 pies por hectárea

- **Clima**

Precipitaciones escasas (necesidad de sistemas de riego) clima desierto caliente

- **Vinícolas**

En 1993, la Casa Pedro Domecq inauguro en este estado el proyecto Agro industrial Sonora SA de CV, para la producción de uva industrial y de mesa.

En Sonora hay muchos productores de aguardiente, entre ellos Martell. En la mayoría de las viñas se cultiva Thomson seedles y otra uva de mesa para la exportación.

Zona vinícola de Coahuila

- **Geografía**

Regiones de cultivo: Parras, Arteaga y Saltillo

- **Clima**

Muy caluroso, cambios bruscos de temperatura. El clima en esta zona es de subtipos secos semi cálidos; la temperatura media anual es de 18 a 22°C .

La precipitación media anual se encuentra en el rango de los 100 a 200 milímetros, con régimen de lluvias en los meses de mayo, junio, noviembre, diciembre y enero.

La frecuencia de heladas es de 20 a 40 días y granizadas de uno a dos días.

- **Vinícolas**

La industria vitivinícola se ha desarrollado ampliamente en Coahuila.

- **Domecq:**

El estado cuenta con dos plantas de vinificación y destilación para la elaboración de aguardientes para brandies y vinos de mesa. Entre ellas se encuentra la planta Ramos Arizpe, en donde se iniciaron los primeros procesos de destilación de Domecq.

- **Casa Madero:**

A ocho kilómetros de la ciudad de Parras de la Fuente, ciudad famosa por sus vinos y frutas, se localiza la Casa Vitivinícola Madero, primera vitivinícola fundada en Latinoamérica, en el año de 1597, por Lorenzo García.

La Casa, en la Ex-Hacienda de San Lorenzo, es mundialmente célebre por la excelente calidad de sus brandies y vinos de mesa. En su interior se encuentra el Museo del Vino, donde al aire libre se aprecian utensilios destinados para procesar la uva.

Esta hacienda perteneció a Don Francisco I. Madero.

- Casa Ferriño y Vinícola Vitali:

En el municipio de Cuatro ciénegas se cuenta con 2 vinícolas de capital privado, Casa Ferriño" y "Vinícola Vitali", su producción son vinos generosos y de mesa y se distribuyen en algunas partes del interior de la república

Zona vinícola de Aguascalientes

- **Geografía**

Situada en la región occidental de la altiplanicie mexicana, dos cadenas montañosas se desprenden de las sierras de Zacatecas, atraviesan el estado de Aguascalientes en sus porciones este y oeste, formando al centro un amplio valle, regiones de viticultura : Calvillo, Paredón y Los Romo

- **Clima y suelo**

Clima templado en altitudes de menos de 2000 metros y semifrio por encima de esta cota, lluvias en verano, suelos de textura ligera, con bajo contenido de materia orgánica y gran cantidad de sales solubles

- **Vinícolas:**

Hasta hace poco tiempo la economía de Jesús María, Aguascalientes giraba en torno del cultivo de la tierra, del cuidado de sus huertas y de la extracción de carbón y leña de la Sierra Fría, hasta que Don Nazario Ortiz Garza trajo consigo la industrialización de la uva, fomentando el cultivo de la vid y la producción de vino.

En el estado de Aguascalientes se cuenta con el registro de dos vitivinicultores y productores tanto de brandy como de vinos siendo sus datos los siguientes:

- Vitivinícola **La Bordaleza**
- Vitivinícola **Dinastía**

Zona vinícola de Zacatecas

- **Geografía**

Situada en la porción meridional de la mesa del Norte, las sierras de Zacatecas ocupan la mayor parte del territorio de la entidad, vides situadas a 2000 m de altura, regiones de viticultura: Ojo Caliente y

Valle de la Macarena

- **Clima**

En la zona de los grandes llanos el clima es seco y árido, el resto es templado, semi húmedo, extremoso y con lluvias en verano, frecuentes granizadas

- **Vinícolas:**

La viticultura se inició en la década de los 70. El primer productor fue **Bodegas del Altiplano.**

Cachola, casa ubicada en la región semidesértica del Valle de las Arcinas, en Zacatecas, fue fundada en 1984 por Jesús López López

Zona vinícola de Querétaro

Querétaro tiene los valles más calidos en la republica mexicana. Contribuyen al crecimiento de la producción de vino nacional y el desarrollo de la calidad y de las ventas.

- **Vinícolas**

- **Cavas Atonelli**

Se encuentra en Ezequiel Montes, y produce algunos vinos varietales.

- **Freixenet de México**

La Finca Doña Dolores de Freixenet de México, productora de vino espumoso, tiene cavas únicas en el continente americano. También produce vinos jóvenes y vinos de autor.

- **Vinos Hidalgo (La Madrileña)**

Bodega fundada por Francisco Doménech, un inmigrante español. Al principio de los años noventa, la compañía La Madrileña adquiere la marca e inicia la producción de estos vinos en sus propias bodegas de San Juan del Río.

1.4 Problemática actual de la industria del vino.

Como se mencionó al inicio de este capítulo, fue en el año de 1524 cuando por primera vez llegó a México la uva, con el fin de elaborar vino. Las misiones evangélicas lograron convencer a la Corona

española de la extrema necesidad de cultivar la vid y satisfacer las exigencias de las prácticas religiosas de la Colonia. Este fue el comienzo de una historia difícil para México. Es bastante irónico el hecho de que nuestro país sea pionero en América en materia vitivinícola y que hoy en día se encuentre en niveles preocupantes de producción y consumo.

El sector industrial de las bebidas alcohólicas en nuestro país se encuentra en crisis; bebidas alcohólicas tanto de producción macro, media y micro comparten problemáticas de normatividad, patrones de consumo, estructuras de ventas, políticas fiscales duras, tratados comerciales que desfavorecen a los productores nacionales.

Las últimas estadísticas mundiales reflejan que, mientras en los países desarrollados se consumen mayores cantidades de vino, en México no se rebasa el 20 por ciento de los niveles alcanzados en Europa. Sin embargo, los patrones de consumo son diferentes: **aunque los europeos acostumbran la bebida a diario, lo hacen moderadamente, mientras que en países como el nuestro no se crea consumo, pero si adicción.**

Las estadísticas arrojan que mientras las diversas clasificaciones de las bebidas alcohólicas tienen una marcada tendencia a la baja, a excepción de la cerveza, misma que registró un crecimiento constante del 56% en la última década, este repunte ha sido aprovechado por las empresas de dicho sector, tan solo una de las empresas líderes pueden llegar a vender en un solo año 30 millones de hectolitros para el mercado nacional.

Las acciones que la industria de las bebidas alcohólicas deberá tomar para revitalizarse, como la revisión de los modelos normativos europeos donde pequeños productores tienen participaciones importantes, como es el caso del valor de origen, lo que ayudaría de forma importante a la microempresa al cubrir nichos muy específicos.

Lo anterior se ve reflejado en la situación general de la industria; los fabricantes e importadores de vinos y licores describen un panorama complejo y contradictorio, enrarecido por las restricciones y variedades de los consumidores, las alzas en los impuestos, la paridad y las tasas de interés, y hasta el crecimiento de una producción pirata que se ha

convertido en un dolor de cabeza para los productores y el fisco. Por momentos, algunos de estos factores se convierten en buenas noticias, pero su impacto no parece suficiente para compensar la fuerza de los vientos contrarios.

Hay algo que acontece dentro de la industria, y es que está se mueve

de acuerdo a la situación económica del país. Es un hecho que en los últimos 15 años la historia de las empresas y del país se divide en el antes y después de la crisis de 1994, y es importante mencionarla, pues para las empresas del sector se desglosa de la siguiente forma: Durante la crisis de 1994 el consumo de vinos extranjeros resintió una caída, los productores nacionales tuvieron un buen comportamiento en 1995 y 1996, debido a que la devaluación aumentó su competitividad en precio frente a las importadas, pues se consolidó a un importante nicho de compradores de buenos vinos mexicanos. En los últimos años la industria se ha visto favorecida por una ola de inversiones y de productos nuevos y con mejor imagen. A pesar de no ser grandes años en términos económicos, el vino mexicano está más sólido que antes. Las casas más débiles ya desaparecieron, pero las que sobreviven y las de nuevo ingreso están haciendo excelentes productos; sin embargo, los productores más consolidados creen que el futuro está en la exportación; algunos directivos consideran que no sólo es el poder adquisitivo del pueblo mexicano sino también la imagen del mercado, y reconocen que mucha gente se pregunta por qué tomar un vino mexicano de \$100 o \$200 pesos si por el mismo precio consigue un buen vino francés o español. La Industria terminará demostrando al consumidor mexicano que la calidad del vino nacional es comparable a la del extranjero.

El vino es el producto en sí, pero también su mercadeo, y éste es un tema en el que hace falta el trabajo conjunto de los productores, hace falta crear conciencia en los restaurantes y centros de consumo, que en ocasiones multiplican por cuatro o cinco el precio de la bebida: no es raro que se venda en \$300 pesos una botella que cuesta menos de \$60.

Los tratados comerciales que se han tenido con otros países ha permitido la introducción nuevamente de bebidas que ponen nuevamente en desventaja a las nacionales, por ejemplo; los productores mexicanos no pueden competir con los extranjeros, y parte de esta desventaja es en el costo de producción, el alto costo de los insumos. Una botella de vidrio cuesta en promedio \$6.00 pesos, dos veces más que en Europa y 2.5 veces más que en Chile y Argentina. Las barricas de roble se importan a 700 Dll la unidad, la electricidad, diesel, mano de obra y el agua son más caros para el

productor nacional. En Argentina y Chile el agua para el riego es gratis, mientras que en México el costo promedio por litro es de \$0.28 pesos. Los estudios de investigación en México corren a cargo de las empresas; en Australia el gobierno invirtió hace 3 años 100 millones de Dlls en un Centro de Investigación ecnológico

Existe un problema más que se vislumbra a largo plazo: la falta de agua en el Valle de Guadalupe, Baja California, productor de 35% del vino en el país, lo cual puede repercutir en la actividad agrícola en el Valle.

1.5 Problemática comercial.

En los últimos años los estantes de los comercios se convirtieron en grandes exhibidores de vinos españoles, alemanes, chilenos, franceses y estadounidenses.

Esta introducción desmedida y la falta de medidas legales que garanticen productos de calidad han permitido que en el mercado se encuentren licores de tercera y cuarta categoría en el país. Hasta la crisis del 1994 el vino importado llegó a representar entre el 50 y 60% del consumo nacional de esta bebida, hoy en día esta tendencia continúa. Chile ha sentado precedente con la comercialización de sus vinos.

El tratado de Libre comercio con la Unión Europea ha permitido la eliminación de aranceles, esto ha originado un aumento en las importaciones con los 15 principales países de la Unión Europea (UE); remontándonos a julio de 1999, recordaremos que en ese año comenzó la gradual desgravación arancelaria para botellas cuyo valor era mayor a 5 Dll. en 2004 estos impuestos fueron de cero, mientras que, para las de menos de 5 dll, el plazo para eliminar el arancel culmina en el 2007.

En 2007, una botella de vino Europeo tendrá el mismo 40% de impuestos (15 de IVA y 25% de IEPS) que los chilenos y mexicanos, ya sin 30% de Advalorem

Importantes casas productoras de vino como CETTO denuncia prácticas desleales de comercio, casos como España, Chile, Argentina y Alemania, nos venden excedentes que no pueden comercializar en sus países de origen y por tanto, se colocan a precios escandalosamente bajos, para algunos vinos españoles se estiman márgenes de *dumping*; ventas a un precio inferior al costo de producción, por encima de 50% y de 70% para Alemania

Estas denuncias han tenido por fin eco y a principios de 2005 el gobierno mexicano dio duro revés para las importaciones de vino californiano y acusó al gobierno estadounidense de "antidoping", esta queja llegó a las altas esferas de la comunidad internacional y el OMC concedió a México la razón, por tal razón el gobierno mexicano impuso un arancel del 30% a las importaciones de vino estadounidense, así como otra serie de artículos. Esta medida ayudará a que las producciones mexicanas se recuperen.

La Asociación Nacional de Vitivinicultores (ANV) está atenta a que se cumplan lo que se negoció en el Tratado: competencia justa sin subsidios a la exportación, pues hay que considerar que 12 países concentran 77% del total de lo importado por México durante la última década (Francia y España suman casi el 60%), y son una seria amenaza para la industria local, así mismo, pugna porque los precios inferiores a \$40 pesos por botella se aplique la cláusula de emergencia contemplada en el TLC con la Unión Europea, si se demuestra que sus gobiernos subsidian al producto, inmediatamente se aplica un arancel adicional del 30%.

Un gran escaparate de la situación de los vinos son las cadenas de Autoservicio, más del 70% de las firmas foráneas en México se venden en establecimientos como Chedraui, Wall Mart, Gigante o Comercial Mexicana; estas tiendas han aumentado sus ventas, pero el 80% de esas ventas son vinos importados y 20% nacionales, y eso muestra que los productos nacionales no logran conectar en el gusto de los consumidores nacionales.

Los productores tienen miedo al vino popular europeo, vino que con la etiqueta francesa se convirtiera en el preferido del consumidor nacional, con poca cultura vinícola. Ese vino se desgravará en 3 años.

Hace una década los vinos nacionales aún abastecían el 65% del mercado nacional, cinco años atrás bajaron 60%, y hoy apenas mantienen la mitad, la tendencia es que la importación se coma el mercado nacional.

La exportación es la alternativa para los productores de vino, seguros de la calidad de sus productos, se arriesgan a esta aventura, pero la falta de estímulos y apoyos hacen más difícil el proyecto.

Londres es el mercado más fuerte del vino mexicano, así como el sur

de los Estados Unidos.

1.6 Tendencias de consumos de vino en México.

El consumo nacional es de 2.1 millones de cajas anuales, el 40% corresponde a producción nacional y el 60% a importaciones. El consumo per cápita nacional es de 500 mililitros al año, cifra mínima si se compara con la de Italia con 62 litros; Francia 58 y España con 45; sin embargo el trabajo desarrollado por la ANV, sin duda rendirá frutos en el corto plazo, pues cada vez más mexicanos consumen vino producido en su propio país.

La preferencia para las otras bebidas alcohólicas y una atención poca desarrollada para el vino explican este consumo nacional tan reducido. El vino se toma casi solamente por la clase media alta y alta, con ingresos importantes.

Las estadísticas arrojan los siguientes datos: 88% de los mexicanos mayores de 18 años consumen bebidas con grado por lo menos una vez al mes. El restante 12% pertenecen al reducido mundo de los "abstemios". De los bebedores, 50% pertenecen a la categoría de los "ligeros" (una a seis copas al mes); 40% son de consumo "mediano" (de 6 a 20 copas al mes) y 10% "pesados" (mas de 20 copas al mes). Este último grupo se bebe cerca del 40% del volumen producido en México.

El nicho de los consumidores de vino son las personas de más de 30 años y cuentan con una carrera universitaria.

La mayor tendencia de consumo se registra entre las personas de 26 a 35 años. Las bebidas de alto grado alcohólico son territorio casi exclusivo del sexo masculino 70%, lo que denota al mercado mexicano de una gran potencial de consumo.

La publicidad es una herramienta fundamental a la hora de abordar al consumidor; esta actividad se halla facilitada por la ausencia de restricciones a nivel normativo. La televisión es el principal medio utilizado por los productores de bebidas alcohólicas, con el 74% del presupuesto, seguido de la radio y la prensa.

Los Industriales están decididos a impulsar una cultura del vino, es

decir, evitar la concentración del volumen en pocos bebedores. En otras palabras, que muchos tomen poco y no pocos tomen mucho.

La moda, el elitismo y el trabajo a pulso de las viñas han conseguido doblar el mercado de vinos de mesa en el país en los últimos cinco años, a 3.8 millones de cajas y colocarlas por primera vez en los menús de los restaurantes, así mismo provocó el surgimiento de vinotecas y bares de tapas, dedicados a la degustación, conocimientos y aprendizaje del vino y e donde la comida es solo un acompañante

Consumo Total en Vino en México
3,800,000 cajas = 34,200,000 litros
Consumo per cápita anual en México
500 ml.

1.7 Beneficios del consumo de vino.

Los productores piensan atacar con una fuerte ofensiva para promover el consumo de Vino, sus beneficios en la salud; está comprobado que la intervención del vino en la dieta diaria combate el exceso de colesterol, el cáncer y la arteriosclerosis, y ayuda a evitar la oxidación de las células

Hace alrededor de cinco años un grupo de científicos de E.U. (entre los cuales estaba el doctor en epidermiología, Curtis Ellison) observaron que los franceses a pesar de tener una dieta muy rica en grasas animales y de fumar tabaco negro, padecían menos

enfermedades cardiacas y su promedio de vida era mayor que el de los estadounidenses. Esta "paradoja francesa" desde luego despertó el interés de la Oficina Internacional de Vino, que con el apoyo de la Organización Mundial de la Salud (OMS) y de otros centros como el

Instituto de Vasos y Sangre, se demostró que el vino aumenta la producción de lipoproteínas de alta densidad, además de que contribuye a disminuir los riesgos de formación de coágulos en las arterias al aumentar el diámetro de éstas, favoreciendo la circulación de la sangre.

Por si fuera poco, este maravillosos fermento de la vid ayuda a la asimilación de minerales que aportan otros alimentos, como el calcio, magnesio, zinc, fósforo, hierro, y estimula las sustancias protectoras de la mucosa del estómago por su baja conducción alcohólica, sus propiedades para la salud si el consumo es moderado ayuda a la circulación y disminuye las posibilidades de contraer Alzheimer.

En resumen, es posible afirmar que al ser humano sano sienta muy bien el vino, a condición, claro está, de no abusar el consumo. La ciencia juzga saludable beber diariamente un promedio de una o dos copas de vino, no importando que se a tinto, rosado o blanco.

Pocos productos de la naturaleza prodigan tantos matices como él, Por eso y por su paso histórico, mucha gente lo considera la bebida por excelencia

CAPITULO II

TEQUILA

Actualmente este producto goza de un crecimiento importante y sostenido dentro del sector, para las empresas productoras las marcas de tequila representan un importante activo, pero este es el resultado de años de lucha para dignificar esta bebida de origen muy mexicano y tras su reconocimiento de denominación de origen paso de ser una bebida que solo el pueblo tomaba a ser un bebida de clase.

Para entender su valor y representatividad no solo en la industria de vinos y licores sino en la vida nacional y su comportamiento en el mercado, es importante saber acerca de sus orígenes para entender como porque las marcas mas importantes deben su renombre y cuidada la calidad de sus productos.

2.1 ANTECEDENTES DEL TEQUILA

"El Tequila sólo es de Jalisco y es el más famoso embajador de México en el extranjero".

Desde los tiempos prehispánicos y aún después de la conquista, el agave azul prestaba enormes servicios a los pobladores, ya que distintas partes de esta planta eran aprovechadas para construir techumbres y fabricar agujas, clavos, cuerdas y papel; sus pencas secas se usaban como combustible y de las cenizas se elaboraba jabón o detergente, y su savia se utilizaba para curar heridas. En aquel tiempo, las tribus civilizadas de la región de Chimalhuacan utilizaba el maguey de Tequila para preparar miel o bebida alcohólica. La planta del maguey era aprovechada en su totalidad, ya que de las hojas se extraía una fibra que usaban en sus tejidos y del tronco obtenían un alimento azucarado. En realidad el tequila tal como lo conocemos hoy, se debe al proceso de destilación que introdujeron los españoles. Anterior a este proceso, los indios fermentaban el mexcalli al macerarlo con agua. Después de días de reposo se convertía en una bebida alcohólica utilizada para sus rituales.

Cuenta una leyenda azteca que Mayáhuel es el símbolo de la fecundidad de la tierra. Al ser convertida en maguey brindó a los hombres (Mexicas) los dones necesarios para sobrevivir. También es madre de los cuatrocientos conejos Centzon Totochtin, los cuatrocientos o innumerables Dioses de la embriaguez. La Diosa tenía

cuatrocientos pechos para alimentar a sus hijos. Mayáhuel, posiblemente deriva de Mayahual, centro del maguey cercado por las pencas entrelazadas, y se refiere a todos los brazos que florecen para el mismo pueblo.

Se dice que una tormenta se abatió sobre un campo de agaves y varios rayos cayeron sobre las plantas, cociendo el corazón de las mismas, lo que provocó que por el cocimiento de los almidones, se convirtieran en una forma de miel. Los indígenas se encontraron con este fenómeno y habiendo probado lo consideraron como una dádiva divina de Mayáhuel, por lo que a partir de ese momento le rindieron culto, ya que la utilizaban en sus ritos ceremoniales

2.2 Breve cronología de la historia del Tequila.

Tequila: Población de origen pre-hispánico, ubicada a 56 kms. al noroeste de la ciudad de Guadalajara. El cerro de Tequila o de la Tetilla tiene una altura de 3,000 mts. sobre el nivel del mar y es un volcán extinto.

De 1872 a 1891: Tequila fue el doceavo Cantón de Jalisco.

Siglo XVII:

Motolinía describe el cocimiento del mezcal (corazón del maguey) "mexcalli". El Vino Mezcal es uno de los primeros productos que la técnica europea supo obtener de un elemento natural americano.

1600: Radica en Tequila, Jal., Pedro de Tagle, Marqués de Altamira y Caballero de la Orden de Calatrava, estableciendo la primera Taberna de vino mezcal en todo Nueva Galicia (versión no confirmada).

1621: En la descripción de la Nueva Galicia de Domingo Lázaro de Arregui, se mencionan Corazones de agave asados que eran exprimidos "para sacar un mosto pasado por la alquitarra, obteniendo un vino más claro que el agua, pero fuerte como el aguardiente". Las menciones anteriores se refieren a consumos personales, no masivos.

De 1688 a 1766: Grandes prohibiciones, censuras y penas impuestas a quienes fabricaban el vino mezcal, lo comercializarán o consumieran en exceso.

4ª Década del Siglo XVII: La audiencia de Guadalajara crea un estanco para reglamentar la fabricación y comercio del vino mezcal.

Este estanco subsistió hasta ser abolido por el gobierno Independiente.

Siglo XVIII: A mediados de este siglo, crece el tráfico de mercaderías con el lejano oriente. Se abre el Puerto de San Blas y se inicia el abastecimiento de la bebida Tequila a las nuevas colonias españolas en el noroeste de México. El tequila es conocido y aceptado en la ciudad de México, sobre mezcales procedentes de zonas más cercanas, pero de calidad inferior.

1758: José Antonio de Cuervo compra la Hacienda de la Cofradía de las Animas, rica en siembra de agave.

1795: José Guadalupe Cuervo, hijo de José Antonio, recibe del Rey Carlos IV de España la primera concesión oficial para comercializar el vino mezcal. María Magdalena Ignacia Cuervo, hija de José Guadalupe, hereda la taberna o fábrica de vino mezcal y se casa con Vicente Albino Rojas, quien administra la fábrica y posteriormente la hereda a la muerte de María Magdalena. De acuerdo a la costumbre de la época, Vicente Albino bautiza a la destilería con el nombre de "La Rojeña"

Fines del Siglo XVIII y principios del Siglo XIX: Etapa en la que el vino mezcal quedó inmerso en prohibiciones y censuras.

Principios del Siglo XIX:

Al iniciar el siglo existían 24 ranchos y haciendas, 12 en Tequila y 12 en Amatitán. José María Castañeda funda, en Tequila, la destilería de La Antigua Cruz.

Inicia la Lucha independiente: Se incrementa la producción y venta de vino mezcal.

1815: Nueva declinación de la producción. Se reabre Acapulco como puerto principal y San Blas pasa a ser puerto suplente.

1821: Los productores de tequila promueven la autorización de libre comercio.

1835: Un decreto del 3 de octubre determina una mayor dependencia de las entidades con la capital. Durante todo el tiempo que siguió a este decreto, la producción de tequila fue inconsistente y poco regulada. Al restaurarse la República, la producción artesanal se transforma en una verdadera industria, sin demeritar la calidad del producto.

1860: Jesús Flores, propietario de las tabernas La Floreña y La del

Puente (después La Constancia), adquiere La Rojeña, siendo el primero en envasar el tequila en en frascos y garrafones de vidrio.

1870: Es fundada en Amatitán La Herradura.

1872: La villa de Tequila alberga el doceavo Cantón instituido por el gobierno del estado; dos años después, Tequila recibiría el título de ciudad.

1873: Cenobio Sauza, ex administrador de la destilería de José Gómez Cuervo en San Martín, adquiere la destilería de La Antigua Cruz. Antes había arrendado La Gallardeña, que tiempo después terminó comprando.

1888: Cambia de nombre la taberna de La Antigua Cruz y se denomina La Perseverancia, nombre que prevalece hasta nuestros días.

Finales del Siglo XIX y principios del Siglo XX: El tequila se enfrenta a una decadencia, ya que la población elitista prefería todo lo francés. El tequila era bebida para el "populacho".

1900: Ana González Rubio (segunda esposa de Jesús Flores) hereda La Constancia y se casa con José Cuervo Labastida. Este vuelve a llamar a la destilería La Rojeña, nombre que conserva hasta la fecha.

1911: Porfirio Díaz es derrocado. La consumación de la Revolución provoca que los mexicanos sean más nacionalistas y vuelven los ojos al tequila. El gobierno alienta la producción de tequila.

1930: Una epidemia de influenza española azota el norte del país y el tequila se convierte en la mejor medicina para combatirla (se dice que de ahí nace la costumbre de beber tequila con limón y sal, pues tal era la receta de los médicos de aquel tiempo). Buscando evitar el difícil manejo de los envíos desde Tequila, Jal. en incómodas barricas, en la ciudad de Monterrey se fabrican prácticas botellas cilíndricas de medio litro, estableciéndose así el embotellado del tequila. El auge petrolero propició un considerable incremento en las ventas y consumo de tequila en la década de los 30's.

1934: A la muerte de Ana González Rubio, los bienes pasan a su sobrina Guadalupe Gallardo. Más adelante hereda a Virginia Gallardo quien se casa con Juan Beckmann, cónsul alemán en Guadalajara. En la actualidad su nieto, Juan Beckmann Vidal es quien preside la compañía José Cuervo.

1940: A causa de la segunda guerra mundial, el tequila aumenta su exportación a los Estados Unidos de América, cuyos pobladores lo consumen en lugar de Whisky. Con el armisticio fue necesario realizar un gran esfuerzo para sostener la exportación e incluso incrementarla, buscando el consumo en Europa y Sud-América. El cine impulsa el conocimiento y difusión de la bebida, que llegó a ser la más popular de México.

1943: La Perseverancia queda en manos de Francisco Javier Sauza, hijo de Eladio Sauza y nieto de Cenobio Sauza su fundador.

1950: La industria tequilera mejora sus técnicas de producción. Se aumentan los campos de cultivo para el Agave Tequilana Weber variedad Azul. Se producen tequilas más accesibles a todos los gustos y paladares

2.3 Denominación de Origen.

Hoy en día su fama ha trascendido las fronteras, posicionándose como la bebida de gran reconocimiento en el ámbito mundial.

Esta situación de alguna manera hizo vulnerable al tequila, ya que surgieron pseudo tequilas que, a la sombra de tan noble bebida, intentaron sacar ventaja ofreciendo productos que nada tenían que ver con la naturaleza del tequila.

La reacción de los genuinos productores, desembocó en que el Mercomún Europeo reconociera la Denominación de Origen de esta bebida; para protegerla y salvaguardar esta denominación, se creó en México **el Consejo Regulador del Tequila.**

Mientras un segmento de la población mexicana consideró al tequila como un producto de baja estima, hubo quien siempre lo defendió, partiendo de la base de su fuerte identificación con el México tradicional y auténtico.

La Academia Mexicana del Tequila, entidad totalmente autónoma ha enfocado sus esfuerzos no sólo a la finalidad de mantener y proteger la imagen real de esta bebida, sino al propósito de difundir su cultura a través de las actividades que realiza y promueve.

Breve cronología de la Denominación de Origen:

Existen referencias desde 1943 acerca de ciertas gestiones por parte de los industriales de la región, para proteger el nombre de "tequila" y obtener la exclusividad de su uso. Los argumentos se centran en una larga historia que asocia a la industria y la región (región, pueblo, cerro) con esta bebida que también se ha ganado el apelativo de "bebida nacional".

- En 1958 México suscribe el "Arreglo de Lisboa" relativo a la protección de las denominaciones de origen y su registro internacional.
- En la década de los sesenta y años siguientes, cuando el tequila era relativamente famoso en el mundo, algunos países (Japón y España) comenzaron a fabricar aguardientes a los que les llamaron "tequila".
- En 1972 se reforma la Ley de la Propiedad Industrial capítulo X, Título Tercero, referente a las denominaciones de origen.
- El 27 de Septiembre de 1973 la CRIT presenta la solicitud a la SIC para que emita la Declaración General de Protección de la Denominación de Origen "Tequila".
- El 22 de Noviembre se resuelve favorablemente la mencionada solicitud y se publica en el Diario Oficial el 9 de Diciembre de 1974.
- Se establece un convenio entre México y los E.E. U.U. mediante el cual México está de acuerdo en impedir el uso del nombre "Bourbon" dentro de su territorio y los E.E.U.U. reconocen al Tequila como producto distintivo y exclusivo de México.
- En el Federal Register (5 de Diciembre de 1973) se publica un decreto por medio del cual se reconoce la Denominación de Origen Tequila. En México, el 6 de Mayo de 1974 se publica la Resolución que modifica el numeral 2.1.1. de la Norma Oficial de Calidad para Whisky, DGN-V-I-1969.
- El 27 de Julio de 1974, el Ministerio de Exteriores de Canadá emite un decreto por medio del cual se restringe el uso del nombre Tequila a productos provenientes de México.
- El 20 de Septiembre de 1976 Tequilera la Gonzaleña solicita la ampliación del territorio de denominación de origen hacia algunos municipios de Tamaulipas.
- El 13 de Octubre de 1977 se publica en el Diario Oficial la resolución favorable a dicha ampliación.
- El 13 de Abril de 1978 se obtiene el certificado del

registro del Tequila en el "Registre International des appellations D'origine de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (Génova, Suiza).

- El 29 de Marzo de 1981 la Provincia de Québec (Canada) envió un escrito donde se manifiesta su reconocimiento a la Denominación de Origen del Tequila (DOT).
- El 29 de Octubre de 1982 Dinamarca reconoce la D.O.T.
- Finalmente el reconocimiento en Europa en 1997 de dos bebidas nacionales, el Tequila y el Aguardiente, pero México se comprometía a reconocer casi dos centenares de bebidas espirituosas europeas.

2.4 Consejo Regulador del Tequila

El Consejo Regulador del Tequila, CRT, A. C. es una organización interprofesional donde se reúnen desde el 16 de Diciembre de 1993 todos actores y agentes productivos ligados a la elaboración de Tequila con el fin de promover la cultura y la calidad de esta bebida que se ha ganado un lugar importante entre los símbolos de identidad nacional.

El CRT procura el prestigio del Tequila por medio de la investigación y de estudios especializados, difundiendo todos los elementos que le confieren valor y recrean su cultura.

Con el fin de asegurar la calidad, el CRT está acreditado como Unidad de Verificación y como Organismo de Certificación ante la EMA contando para ello con al aprobación de la Dirección General de Normas (DGN).

El CRT cuenta con un sistema de Aseguramiento de Calidad que garantiza la confiabilidad de sus servicios. A partir de Junio de 1999 el CRT obtuvo la certificación ISO - 9002. El haber obtenido el reconocimiento internacional de ISO implica para el CRT un compromiso permanente por mejorar sus procesos y consolidar un cambio de cultura enfocado hacia la calidad.

Reconocimientos otorgados:

- AENOR (Asociación Española de Normalización) 22-Junio-1999 con r e c o n o c i m i e n t o en la red IQ net (más de 25 países miembros).

- ANCE (Asociación de Normalización y Certificación) 16-Julio-1999.

El CRT no tiene fines de lucro, es de carácter privado, y tiene personalidad jurídica propia. Su alcance es Nacional e Internacional, donde el fin es el de Certificar el cumplimiento de la Norma Obligatoria del Tequila.

Con el fin garantizar representación del sector tequilero y transparencia en la operación, el CRT integra en su seno a los productores de agave, a los industriales tequileros, a los envasadores, a los comercializadores y a la representación gubernamental, quienes de manera equilibrada y participativa ayudan a generar credibilidad y confianza, tanto hacia el interior de su representados como hacia el exterior del Consejo.

- **OBJETIVOS DEL CRT**

1. Asegurar, a través de la verificación, el cumplimiento de la NOM-TEQUILA.
2. Garantizar al consumidor la autenticidad del producto.
3. Certificar el cumplimiento de la NOM-TEQUILA salvaguardando la denominación de origen, en México y en el extranjero.

- **SERVICIOS DEL CRT :**

El CRT como Unidad de Verificación y Organismo de Certificación formalmente acreditado, ofrece servicios de verificación y certificación de producto. Estos servicios están ligados a varios requisitos que deben observarse en los procesos productivos y comerciales, así como en las características o calidad del producto, tequila.

- Abrir una empresa productora o envasadora
 - Envasadora
 - Fabrica
- Requisitos para comercializar tequila
 - Generalidades
 - Certificado de Conformidad
 - Certificado de Comercialización Nacional
 - Certificado de Exportación
- Requisitos para comercializar tequila
- Derechos y Obligaciones del productor Certificado

- Requisitos para asociarse al CRT
 - Productores de Tequila
 - Envasadores
 - Productores de Agave

2.5 Problemática de la Industria tequilera.

La industria del ramo constantemente ha tenido que esquivar diversos problemas, primero fue la pelea constante con la comunidad Europea para que reconociera la Denominación de Origen del Tequila, pero internamente libraba otra pelea; los excedentes de agave, lo que ocasionaban problemas con los productores, este problema se torno político, la industria tuvo que enfrentar problemas con el Barzón y con la Secretaría de Agricultura, pero vino el reconocimiento en 1997 por parte de la UE, y con esto el consumidor se volcó a esta bebida, por lo que ahora se tiene que enfrentar a problemas como:

- a) Escasez de Materia Prima y por supuesto aumentos en los costos de producción.
- b) Incremento de productos piratas en el mercado nacional como en el mercado extranjero
- c) Excesivas cargas fiscales.
- d) Costosas campañas en publicidad para posicionar las marcas en el gusto de los consumidores

a) Escasez de Materia Prima y por supuesto aumentos en los costos de producción.

Para poder producir Tequila se necesita del empleo de agaves maduros, los cuales alcanzan su ciclo a los 8 años de ser plantados, los agaves que tengan esta edad tendrán la calidad y cantidad de azúcares para poder producir un excelente Tequila, un producto de calidad, pero este ciclo de vida de la materia prima lleva a la industria a pasar por periodos de excedentes de agave y por periodos de

faltantes, pero esto se debe a una mala planeación de los recursos, hoy los productores de agave trabajan en forma conjunta con los fabricantes para poder planear los Inventarios de Agave.

Durante 1997 los precios de agave se dispararon de forma alarmante, antes de la Denominación, el precio de Agave era de \$0.80 centavos por Kilo, la demanda del producto en el mercado nacional y extranjero provocaron rápidamente una escasez de la Materia Prima, lo que repercutió que el precio se incrementara a \$18.00 por K/agave, esto en cuestión de meses; los productores le pasaron la factura a los fabricantes por aquellas épocas en donde se veían casi obligados a regalar sus cultivos, la cadena de operaciones se vio desequilibrada, pues finalmente fueron los consumidores quienes realmente pagaron la factura de los productores, pero también las finanzas de los fabricantes absorbieron parte del costo; los productores no dan días de crédito, el precio de compra se determina sobre la base de la cantidad de azúcar que contiene una planta de agave, se toman las muestras, se analizan, se determinan los azúcares, se pacta el precio, se paga. Algunos fabricantes optaron por comprar cosechas a futuro, es decir, se compraron miles de hectáreas con cultivos de 3 ó 4 años de edad, esto con el fin de asegurar los suministros y tratar de estabilizar los precios; a pesar de que las grandes compañías cuentan con campos propios éstos no son suficientes para satisfacer la demanda requerida, necesariamente hay que recurrir a proveedores.

Hoy en día la situación permanece más o menos estable, pero estamos a 7 años de aquel boom, por lo que se espera que en los próximos años se tenga una sobreproducción de agave; por tal motivo el asunto de la Planeación cobra mas importancia, productores, fabricantes, CRT y gobierno estan interesados en poner las bases para que esto ocurra, por tal razón estos actores han invertido millones de pesos en un estudio denominado "La Geomatica herramienta en el mantenimiento del Inventario de Agave Tequilana Weber variedad azul" que tiene como objetivo el diseñar un estudio matemático, estadístico, social, económico que permita salvaguardar la cadena productiva, con

información como, datos estadísticos, inventario efectivo, esquemas de comercialización de agave, estabilidad social, programas de cosechas, impulsar o desalentar las plantaciones de agave, inversiones en el campo, certidumbre en el abasto de agave a las empresas, generación tributaria al aumentar la producción de Tequila.

b) Incremento de productos piratas en el mercado nacional como en el mercado extranjero

Los industriales no sólo tienen que preocuparse de los productos piratas hechos en México, sino también de los elaborados en otros países como en la Comunidad Europea o Japón; el Delegado del CRT en su oficina para la Comunidad Europea afirma que se han detectado por lo menos 65 marcas irregulares y a diferencia de lo que en México se piensa, el tequila tiene una pésima imagen en Europa. En la primera feria en que participó el CRT con un stand, la mayoría de las personas a quienes se les ofrecía tequila respondían que no, alegando que era muy fuerte, se insistía diciéndoles que era igual que un whisky. Los que decidían tomarlo respondían: '¿Qué es esto?, no es tequila, está buenísimo!'. Y es que nunca habían probado uno de calidad".

No obstante, el CRT continúa hoy con su intento de acotar la producción internacional de pseudos tequilas, porque el mercado europeo ha estado invadido durante años por productos falsos, de mala calidad, elaborados con remolacha o caña de azúcar y no con la materia prima del tequila –el agave azul–, que generaron una imagen distorsionada sobre las virtudes de la bebida mexicana. La vigilancia no ha sido fácil, y menos en España que, a pesar de importar tan sólo 4.7% del tequila destinado a la UE, presenta el mayor problema de piratería. Es claro que algunas marcas se siguen distribuyendo ilegalmente a pesar de la gran ayuda que las autoridades europeas correspondientes

Otra norma establecida en el acuerdo que es violada de manera frecuente es la que señala que la protección se aplicará "cuando la denominación (de la bebida) figure traducida o acompañada de términos tales como clase, tipo, estilo, modo, imitación, método, u otras expresiones análogas que incluyan símbolos gráficos que puedan originar confusión".

Los delegados del CRT han encontrado marcas que despliegan leyendas que dicen "bebida estilo Tiquela", y abajo la marca Zapata, u

otra, con una ofensiva y malhecha viñeta que muestra a un campesino mexicano completamente ebrio. Para burlar la norma, cambian el apelativo original: "Esto no es tequila, es tipo tiquela", o simplemente prescinden del nombre de la bebida, aunque el producto se encuentre en los anaqueles junto a un Cuervo Especial, un Hornitos o un Herradura de Plata y en el ticket de compra se reconozca como tequila.

Prácticamente la totalidad del tequila de mayor calidad, el de 100% de agave, es destinado al mercado nacional, de modo que casi toda la

exportación es del elaborado con 51% de agave y 49% de otros azúcares, conocido como Mixto. Además, en el caso de la UE, cerca de 85% de tequila que recibe se envía a granel y el resto envasado, aunque para España la proporción embotellada es mayor, de 57%.

La categoría 100% debe forzosamente envasarse en territorio nacional (en la zona de denominación de origen, principalmente Jalisco) y bajo control directo del fabricante. En cambio, el tequila 51-49 puede importarlo una empresa extranjera, mediante un "convenio de Corresponsabilidad" con algún productor mexicano y envasarlo en su propio país

El gobierno de México quiere prohibir los envíos de este tipo y exigir que el tequila sea embotellado en origen, argumenta que esto es vital para proteger la calidad. El Consejo Regulador del Tequila, afirma tener evidencia de que los que manejan los envíos en ambos lados de la frontera han manipulado de forma indebida el producto, o peor, han mezclado diferentes variedades del aguardiente, hay mucha tensión entre México y E.U. el principal cliente del Tequila a Granel; México puede copiar el modelo de comercio de vino francés y persuadir a los consumidores de la superioridad del tequila embotellado en Jalisco, sobre el de las fábricas de Los Ángeles.

En territorio nacional los productores divulgan las siguientes medidas para combatir la piratería, porque no solamente esta en riesgo toda una industria si no la salud de los consumidores.

1. Comprar en establecimientos formales
2. Las buenas bebidas alcohólicas se venden con factura y garantía, nada de tianguis, mercados sobre ruedas, ventanitas ni expendios clandestinos.
3. Revisar cuidadosamente las botellas antes de tomar en su casa o en el antro, revisar la botella, la etiqueta y el tapón, estos deben de estar limpios y en buen estado, las tapas deben de contener "la canica" un dispositivo que evita el rellenado, además debe de contener el marbete de la SHCP.
4. Desconfiar de las ofertas, los precios extremadamente baratos pueden ser peligrosos.
5. Destruir las botellas vacías, una vez que se termine una botella destruirla, pues en los basureros son buscadas para ser rellanadas con bebidas adulteras.

Como dato curioso, el castigo por adulterar una bebida es menor que por reproducir un disco compacto, pese a los riesgos contra la salud, la adulteración de bebidas no se considera un delito grave, por lo cual el

responsable puede obtener su libertad bajo fianza.

c) Excesivas cargas fiscales.

Este es uno de los temas mas álgidos para la industria, pues desde hace años se tienen platicas con el gobierno federal y autoridades hacendarías para llegar acuerdo que ayuden a este sector industrial, pues las excesivas cargas fiscales han contribuido a que este sector se vea estancado, es un tema completo de análisis, pero en el presente trabajo solo veremos las causas y efectos mas importantes.

El tema del IEPS sigue en la mesa de debates, sobre todo a partir de diciembre de 1998, cuando la tasa para los licores con más contenido alcohólico subió de 45 a 60% y posteriormente bajo al 50%. Este impuesto especial no sólo grava al productor sino a toda la cadena productiva y al consumidor final, y por lo mismo se dificulta el control: en lugar de supervisar a un número relativamente pequeño de fabricantes, el fisco debe controlar decenas de miles de expendios y comerciantes. Como la operación se diluye, ocurre como en las películas: los buenos pagan y los malos se aprovechan.

Según la visión de los industriales, mientras los fabricantes más serios ejercen buenos controles sobre sus volúmenes y cotizan en consecuencia, otros abusan y sacan al mercado producto que no paga el impuesto y por lo tanto representa una competencia desleal, existe una producción pirata, y esto se comprueba porque la recaudación fiscal no ha crecido aunque sí ha aumentado el volumen de alcohol consumido, de paso, la evasión del IEPS de 50% y del IVA hace muy apetitoso el contrabando y la falsificación; si se le agrega el importe del impuesto sobre la renta, vender alcoholes clandestinos es un negocio redondo.

En Noviembre del 2003 los Industriales se organizan y tienen propuestas para contribuir a la nueva Reforma Fiscal que contribuya a una mejor recaudación fiscal y que a su vez se tenga un crecimiento para el sector.

Una importante firma de consultores internacional, señalo que México se encuentra entre los países que mayores gravámenes tienen para las bebidas destiladas, por ejemplo Alemania tiene un promedio establecido de 14% de gravámenes para estos productos, España 7.54%, Francia 16.0, Italia 7.10 y México en promedio 25%, pero algunas bebidas destiladas están castigadas con el 50%. Así México posee una de las cuotas por litro de alcohol puro mas altas de la OCDE y va contra la tendencia mundial, que es reducir estas tasas, sobre

todo para productos como la cerveza, esto sin mencionar que aparte las bebidas se les incluye el IVA por lo que en general un tequila grava 65% de impuestos.

El peso mayor de todas estas medidas fiscales recae sobre todo en la producción y venta de Tequilas, cuyos precios al consumidor se han elevado cuando menos 30%, además de los efectos negativos en el empleo que genera la cadena de vinos y licores y en la generación de ingresos para el fisco que actualmente es de aproximadamente de 6 mil 401 millones de pesos.

% de alcohol x volumen	IEPS	IVA	Total impuestos de
De 0 al 13.5%	25%	15%	40%
13.6 a 20.0%	30	15	45%
mas de 20%	50	15	65%

d) Costosas campañas en publicidad para posicionar las marcas en el gusto de los consumidores

Invertir en fuertes campañas de publicidad para estar en el gusto del consumidor no se considera un gasto, es una inversión que reditúa en la preferencia del publico, para aquellas compañías que tienen que invertir en publicidad no solo lo hacen para tener la preferencia del mercado nacional, saben que para sobrevivir tienen que exportar, pero dada la mala imagen de el Tequila en el extranjero el trabajo es doble, se cree que no hay posibilidad de lanzar una campaña conjunta que revierta esta mala imagen en Europa, las discrepancias entre productores están fuertes. Los productores que dominan el mercado del Viejo Continente, como Sauza o Cuervo, no quieren aportar dinero para una posible campaña porque, bajo su percepción, sienten que favorecerían a los pequeños productores, potenciales competidores, en detrimento de su propia hegemonía.

Parece, sin embargo, que las cosas podrían empezar a cambiar. Por ejemplo, Cazadores y otras tequileras tienen considerado lanzar en Europa una campaña genérica coordinada por el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente (ITESO), Sauza o Cuervo definitivamente tienen recursos y estrategias respetables, el proyecto es hacer equipo con otras empresas que no tienen presencia en

Europa o que ésta es marginal, para unir esfuerzos y cambiar la imagen del tequila. Hay que entender que en Europa no se está compitiendo con Cazadores u otros tequilas, sino contra los whiskys, brandies, rones... es necesario hacer equipo que va a beneficiar a todos.

Lo que sí es una realidad es que las marcas que ya tienen una posición más fuerte en Europa están favorecidas porque las nuevas, si quieren gastar, no pueden. Lo pueden hacer vía promociones pero en medios de comunicación no, están muy limitados porque, en general, en Europa no está permitida la promoción de bebidas alcohólicas con más de un grado, es decir, todas, las grandes empresas están dispuestas a trabajar en equipo, siempre y cuando haya una garantía y un control adecuado a la denominación de origen.

6 Consumos de Tequila.

a) Mercado Extranjero

A pesar de que la presencia del tequila en el mercado europeo apenas representa 1% del consumo de bebidas destiladas en el continente y del desequilibrio de la balanza comercial en este rubro entre México y la UE, mientras México exporta a la Comunidad \$100 millones de dólares anuales de bebidas espirituosas, las naciones comunitarias exportan al país más de \$1,000 millones de dólares; los tequileros mexicanos están convencidos de que 1997 fue el punto de arranque de una conquista del mercado europeo.

Los primeros años del boom de tequila trajo buenos números, para entusiasmo de productores y distribuidores están las cifras: de 1995 a 1996 la producción total registró un incremento de 29.18%, Actualmente las cifras van a la baja, esto debido a lo caro del producto.

Otro trabajo pendiente de los tequileros está implícito en las cifras de exportación. Del total de los más de 84 millones de litros de tequila exportados de enero a diciembre de 2003, 87.4% fue a granel y tan sólo 12.6% envasado. Para el CRT el objetivo es incrementar el

porcentaje del envasado de origen, un detalle pequeño, pero que da gran valor y aprecio a las bebidas finas en mercados como el estadounidense y el europeo.

El incremento en la producción y el reconocimiento de la denominación de origen permitirá tener la oportunidad de abastecer al mercado europeo ya que será la industria mexicana establecida la que surta el producto. Además, los empresarios esgrimen argumentos más de fondo. La garantía de contar con un marco jurídico de protección se reflejará en inversiones a la industria establecida, lo que se traducirá como contratación de personal, incremento de adquisición de materias primas y el nacimiento de, cuando menos, 10 nuevas tequileras.

En la actualidad, el acceso del tequila mexicano a la UE registra un bajo porcentaje –aunque 15 de las 44 tequileras exportan a la Comunidad– ya que le es impuesto un arancel equivalente a 20%. Al finalizar la desgravación arancelaria, que ya inició para el mercado europeo, el sector espera competir con mejores bases y llegar a la meta en corto plazo: incrementar las exportaciones a ese continente en 100%.

Las estadísticas muestran que en el país norteamericano, el consumo ha crecido en un 112 %. EE.UU. es el mayor importador de tequila con 21,7 millones de galones el año 2000 (82,5 millones de litros), en segundo lugar se encuentran Alemania, Holanda, Francia, Bélgica y España que en conjunto importaron 2,2 millones de galones el mismo año (8,6 millones de litros).

De acuerdo con las cifras estadísticas que ha dado a conocer la CAMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA TEQUILERA, la producción de tequila en el año 2000 disminuyó un 4.8% contra el año anterior. Esto significa una caída de casi nueve millones de litros (8.993 millones) comparativamente con la producción de '99. En este mismo año el punto porcentual significó 1.9 millones de litros de esta bebida, mientras que durante el 2000 representó 1.8 millones de litros de la producción de tequila a 40% de Alc. Vol.

Considerando los últimos diez años, el tequila muestra una baja en su producción en '91, '94 y en el 2000.

La disminución del año pasado, en términos de cajas estándar (doce botellas de 750 ml.), está muy cerca de un millón de unidades (999,243). Esto da una idea más clara de lo que significa el 4.8% de reducción en la producción.

El nivel de exportación se incrementó en 1.5% en el año 2000, lo que significa una disminución de la oferta nacional (consumo nacional aparente) del orden del 11.2% en función del decremento de la

producción.

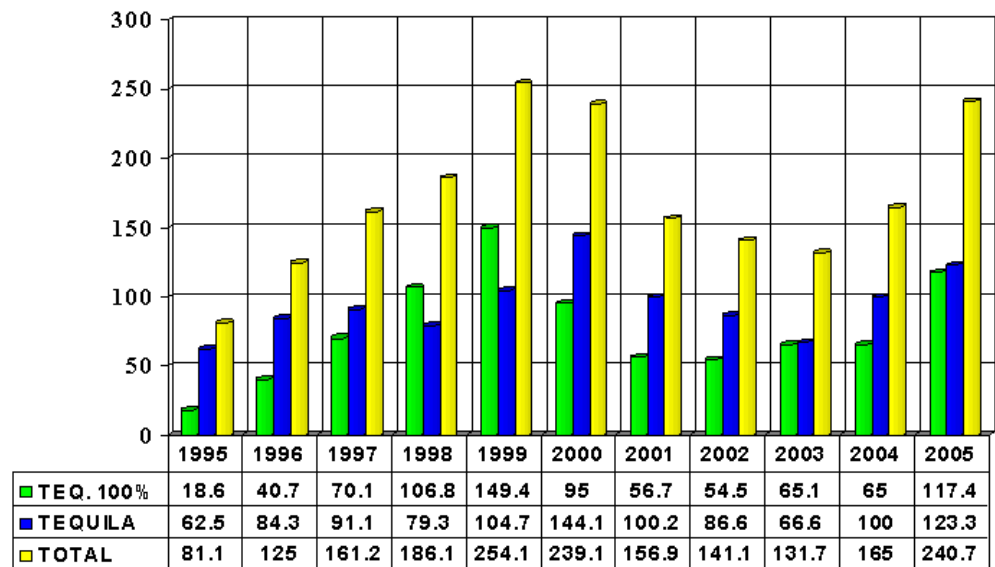
En términos absolutos (millones de litros al 40% de Alc. Vol.), las cifras muestran una tendencia de crecimiento constante en la exportación excepto en 1991, mientras que la oferta o consumo interno muestran los efectos de la disminución en la producción en los años '94 y 2000.

El 83% del tequila de exportación en el año 2000 tuvo como destino los Estados Unidos de América. De este volumen con destino a USA, el 88% se exportó a granel, es decir, sin envasar y por supuesto sin marca y del total exportado el 60% fue tequila joven.

De manera global, del tequila exportado el 82% sale de nuestro país a granel y sólo un 18% con una marca determinada; el 35% es tequila Blanco, 53% es del tipo Joven, 10% es reposado y únicamente el 2% es tequila añejado.

A continuación se presentan las estadísticas emitidas por el CRT.

CONSUMO DE AGAVE
Tequila y Tequila 100% de agave
(miles de toneladas)

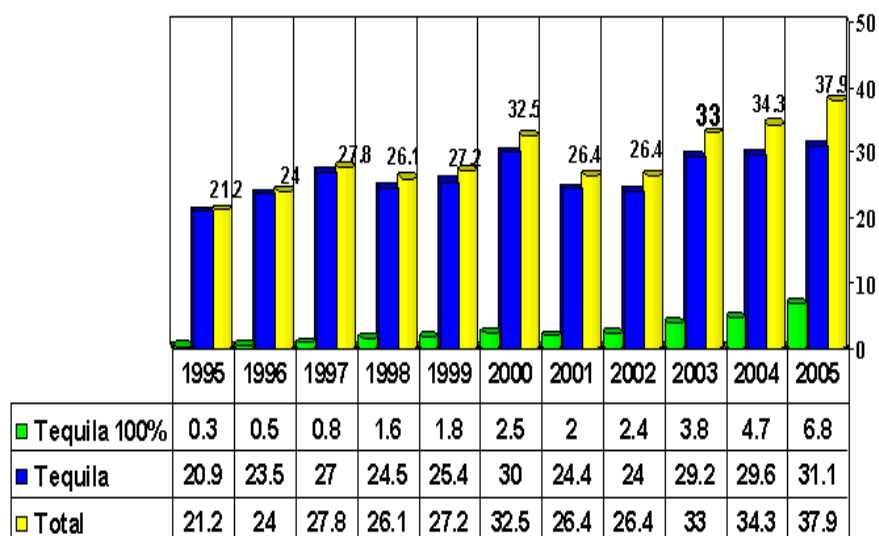


Comparativo ENERO ABRIL 2004-2005:

TEQUILA 100% de agave	80.61%
TEQUILA	23.3 %
TOTAL consumido	45.87%

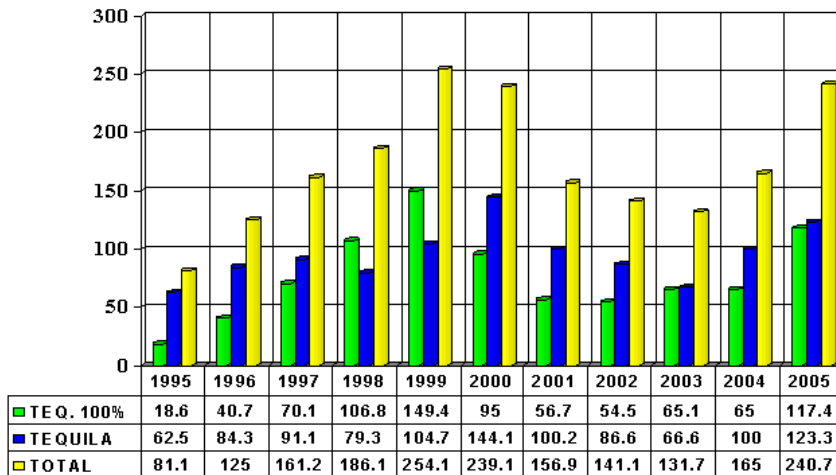
Exportaciones Categoría Tequila y Tequila 100% de agave

Volúmenes expresados a 40% Alc.Vol. millones de litros



Comparativo ENERO-ABRIL 2004-2005	TEQUILA 100% de agave	44.68%
	TEQUILA	5.06%
	TOTAL	10.49%

CONSUMO DE AGAVE Tequila y Tequila 100% de agave (miles de toneladas)



Comparativo ENERO ABRIL 2004-2005:

TEQUILA 100% de agave	80.61%
TEQUILA	23.3 %
T O T A L consumido	45.87%

b)

b) Mercado Nacional.

Con todo y los caprichos del clima, la producción agrícola no es tan impredecible como el gusto del cliente. La industria de las bebidas alcohólicas está sujeta a grandes variaciones por la moda. Nadie puede depender de un solo tipo de bebida, es en esta parte en donde deben diversificarse en la elaboración de los productos para poder estar en competencia por el mercado.

La firma AC Nielsen, que realiza estudios de mercado en autoservicios y licorerías, estima que de junio de 2000 al mismo mes de 2001 el incremento promedio en el costo del tequila fue 23%, muy por encima de la evolución del Índice de Precios al Consumidor (IPC), que registró 6.57 % en ese periodo. El resto de las principales bebidas alcohólicas también soportó alzas, pero menores: el ron subió 12%, el brandy 11%, el vodka 10%, mientras que el whisky se mantuvo invariable.

La crisis del agave unida a la desaceleración económica que sufre el país, han originado un descenso de 14.5% en el consumo de licores legales de alta graduación (es decir, los producidos y envasados por compañías autorizadas), según la casa consultora. En el lapso de referencia, las ventas de ron bajaron 9%, brandy 6%, vodka 5%, whisky 1% y las de tequila se desplomaron 15%.

Los expertos de las principales compañías del sector aclaran que de estas caídas en picada no se debe inferir que la gente beba menos que hace un año, sino que el **mercado de bebidas adulteradas se fortalece**, como suele ocurrir en momentos de crisis, el problema es de gran importancia ya que puede ocasionar graves consecuencias tanto económicas como sanitarias.

A continuación se presenta un grafico de las tendencias del consumo de las diferentes bebidas alcohólicas y su comportamiento en los

últimos años

2003

2004

El retroceso:
El Tequila
perdió 2
puntos
porcentuales
en un año,
el
competidor
mas
beneficiado
fue al
Brandy

3.6%

4.4%

23.0%

26.0%

29.9%

27.0%

37.0%

35.0%

Porcentaje de participación en el mercado
de valores
Fuente: AC Nielsen

La contracción del mercado de bebidas de alta graduación se ha notado en cuerpo y alma en los puntos de comercialización al público, los más importantes distribuidores mayoristas (La Divina, Vinos y Licores Naucalpan, etc.) aseguran que hace dos años los licores prevalecían y representaban 80% de su facturación, mientras que ahora fueron desplazados por el tequila, que ocupa 60%.

Sin embargo, el destilado de agave está resistiendo la caída, el Tequila sigue siendo el producto que más venden, aunque es cierto que ha tocado techo; el brandy y el ron no han conseguido desbancarlo de la primera posición. Lo que sí ha sucedido es que estas dos bebidas han recuperado parte de la presencia que les robó el boom de aquella y se puede decir que el reparto del mercado está recobrando la normalidad que perdió por el auge del tequila.

CAPITULO III

OTRAS BEBIDAS ALCOHOLICAS.

3.1 Otras bebidas Alcohólicas

Como se ha mencionado anteriormente, la Industria de las bebidas alcohólicas busca diversificarse para cumplir con los gustos de un público diverso; uno de los nichos más importantes es el sector del consumidor joven, pero para adaptarse a los gustos de este cliente, la industria tiene que ponerse a la "moda" y estar a la "moda" implica producir, comercializar y darle publicidad al producto que dicten estos caprichosos clientes. La subida del precio del Tequila en el último año (más de 20%) parece haber hecho mella en las preferencias de los consumidores mexicanos, que acomodan sus paladares al ritmo que marca el bolsillo.

No es que la fiebre del tequila se haya evaporado como un suspiro, es más, todavía figura como el licor más vendido en el mercado doméstico, pero el Brandy y el ron le hacen competencia. Sin embargo, la progresión exponencial registrada en los últimos años se ha frenado y la cuota de mercado que ocupó en 1999 -37%- cayó a 35% en el año 2000 y continúa a la baja en el presente, mientras que sus dos competidores más próximos se acercan conjuntamente a 60%, la tendencia actual se está rigiendo por el nivel económico de los

clientes, inclinándose hacia productos más baratos. De acuerdo con los datos de la Cámara Nacional de la Industria del Tequila, el descenso productivo ha tenido un reflejo parejo en las ventas, con una disminución en los seis primeros meses del año de entre 13 y 15%.

Es precisamente la crisis económica la que está llevando a los consumidores a optar por la "cuba". En los centros de consumo, la "cuba" se está imponiendo de nuevo debido al alza en los precios del tequila, las marcas líderes en venta de Brandy son Presidente, Don Pedro con 96% del mercado, las industrias apuestan en estos momentos por el brandy. Según la consultora Nielsen, hoy en día se está consumiendo más la bebida (combinada con refresco de cola) que tequila. Aunque llegaron a estar parejos, éste tiende a la baja mientras que aquél y el ron están subiendo.

Estos datos se comprueban cuando se encuesta a gente que trabaja en lugares como Bares, cantinas, "antros", se entrevistó a un cantinero que lleva tres décadas de sus 58 años sirviendo copas en la cantina El Centenario, situada en el corazón de la colonia Condesa del Distrito Federal. El local, fundado en 1948 y rodeado por un reguero de restaurantes de moda, logra conjuntar a su clientela de toda la vida y a los jóvenes que han invadido la zona en los últimos años, menciona que en los últimos 30 años de mesero ha visto cambios en los gustos de los clientes, ahora lo que más se sirve es la cuba. El experimentado camarero no tiene dudas al respecto: "El tequila también se vende, pero tuvo su época y además ahora está más caro: un Jimador, que es el más demandado, cuesta \$35 pesos y una cuba \$25: la gente mira su economía."

No muy lejos de ahí Gabriel Franco, capitán de meseros del bar Barracuda, atiende cada noche a un público muy joven que también se vuelca a la cuba y el martini, especialidad de la casa. "El tequila se pide poco: en los últimos tiempos aparecieron muchas marcas y esto confundió un poco a la gente", explica.

El actual empuje del ron y el brandy se observa incluso en los centros de consumo con tradición tequilera, como "La Destilería" de Pabellón Polanco. Luis Miguel Pérez, encargado del establecimiento, reconoce que si bien "la gente que tiene sus gustos muy marcados no los ha variado y sigue consumiendo el mismo tequila que ha tomado toda la vida, en el último año la cuba ha dado un salto importante".

Pero las preferencias en este terreno no han sido siempre iguales. Según registra el documento Perspectiva del mercado mexicano de bebidas alcohólicas al año 2005, elaborado por la Fundación de Investigaciones Sociales (FISAC), el licor preferido en 1961 era el brandy, que acaparaba 52% del consumo nacional, seguido por el ron (31%) y el tequila (10%). Hacia 1994, éste ya había superado al destilado de caña, conquistando 32% del mercado, y en los años siguientes su ascenso fue imparable, hasta que la crisis del agave lo detuvo.

Importantes empresas como Bacardí México (que cuenta con 80% del negocio de rones en el país), también cree que la cuba volverá a ocupar el lugar que tuvo hace años. En México hubo un cambio importante en el consumo de licores hace seis años, en ese entonces creció el tequila y la mujer se incorporó a ese mercado, lo que llevó a esta bebida a cuotas inimaginables. En los últimos 12 meses bajaron sus ventas, bien por el precio o bien porque sólo era moda. De todas formas, reconoce que su producto también ha sufrido descalabros en el último año (aproximadamente 20% en lo que respecta a la firma, según sus cálculos). Los achaca a dos razones: el auge de la cerveza y la competencia de la industria informal, este último punto se tocará en varios puntos del presente

trabajo y veremos como ha impactado en la industria de vinos y licores para que este sector se vea severamente golpeado.

CAPITULO IV

ADMINISTRACION FINANCIERA

4.1 Importancia de la Administración Financiera

Una vez que hemos conocido el entorno social, económico, fiscal e incluso cultural de la industria a la que nos estamos enfocando, esto con el fin de poder comprender y tener un mejor análisis de los resultados financieros, pues los números no solamente responden a cifras frías que nos dan resultados positivos o negativos, para comprenderlos, analizarlos y emitir un juicio es necesario conocer al paciente.

Cuál es la importancia de la administración financiera en un empresa de vinos dedicada a la producción y distribución de vinos y licores? ¿Cuál es el beneficio y el costo de no contar con una correcta administración financiera y sobre todo de la administración del Capital de Trabajo?.

4.2 Objetivos Básicos

Para poder entender el objetivo de la Administración Financiera es necesario iniciar por definirla, la definición que nos señala el autor Abraham Perdomo es la siguiente: " Es una fase de la administración general, que tiene como objetivos, maximizar el patrocinio a largo plazo, captar fondos y recursos por aportaciones y préstamos, coordinar el capital de trabajo, inversiones y resultados; recopilar, estudiar e interpretar los datos e información pasada y proyecciones futuras, para tomar decisiones acertadas y alcanzar la meta preestablecida por la empresa" 1

La información Financiera para ser útil y confiable en la toma de decisiones debe ser oportuna y significativa.

La información Financiera debe, en primer lugar, satisfacer las necesidades **internas** (información de detalle) y estar dirigida a los administradores de la empresa para que puedan dirigir, tomar decisiones y lograr las metas propuestas. En segundo lugar se deben satisfacer las necesidades de tipo financiero en general, dirigida a interesados con la administración y por último deben cubrirse las

necesidades fiscales.

La oportunidad de la información es fundamental para que pueda ser base en la toma de decisiones como una arma competitiva que ayude a la empresa con un impulso hacia adelante, a capturar mercado, mejorar su rentabilidad, a mejorar su eficiencia, etc.

El significado de la información esta basada en la capacidad de presentar, simbólicamente en palabras (conceptos) y cantidades, los resultados de su operación y su situación financiera.

La información debe emanar únicamente de una sola fuente de información que es el sistema general de contabilidad.

La información financiera debe verse como un apoyo a los negocios, aportar valor agregado para la toma de decisiones y debe ser efectiva en cuanto a su oportunidad.

Los resultados obtenidos por mercado, producto, línea de producto, línea de servicio deben poder identificarse con los recursos empleados para ello, como pueden ser las cuentas por cobrar, los Inventarios, las Inversiones, maquinaria y equipo y así conocer su rentabilidad. De esta manera se puede mejorar el servicio, la eficiencia de la operación y ser más competitivo.

Las decisiones deben tomarse a largo plazo en función de lo que el cliente o mercado necesita, no de lo que aparentemente puede optimizarse en el corto plazo.

Las eficiencias son factores importantes en competencia, como por ejemplo: la inversión en Inventarios de varios meses contra días, la velocidad de rotación en la inversión, etc.

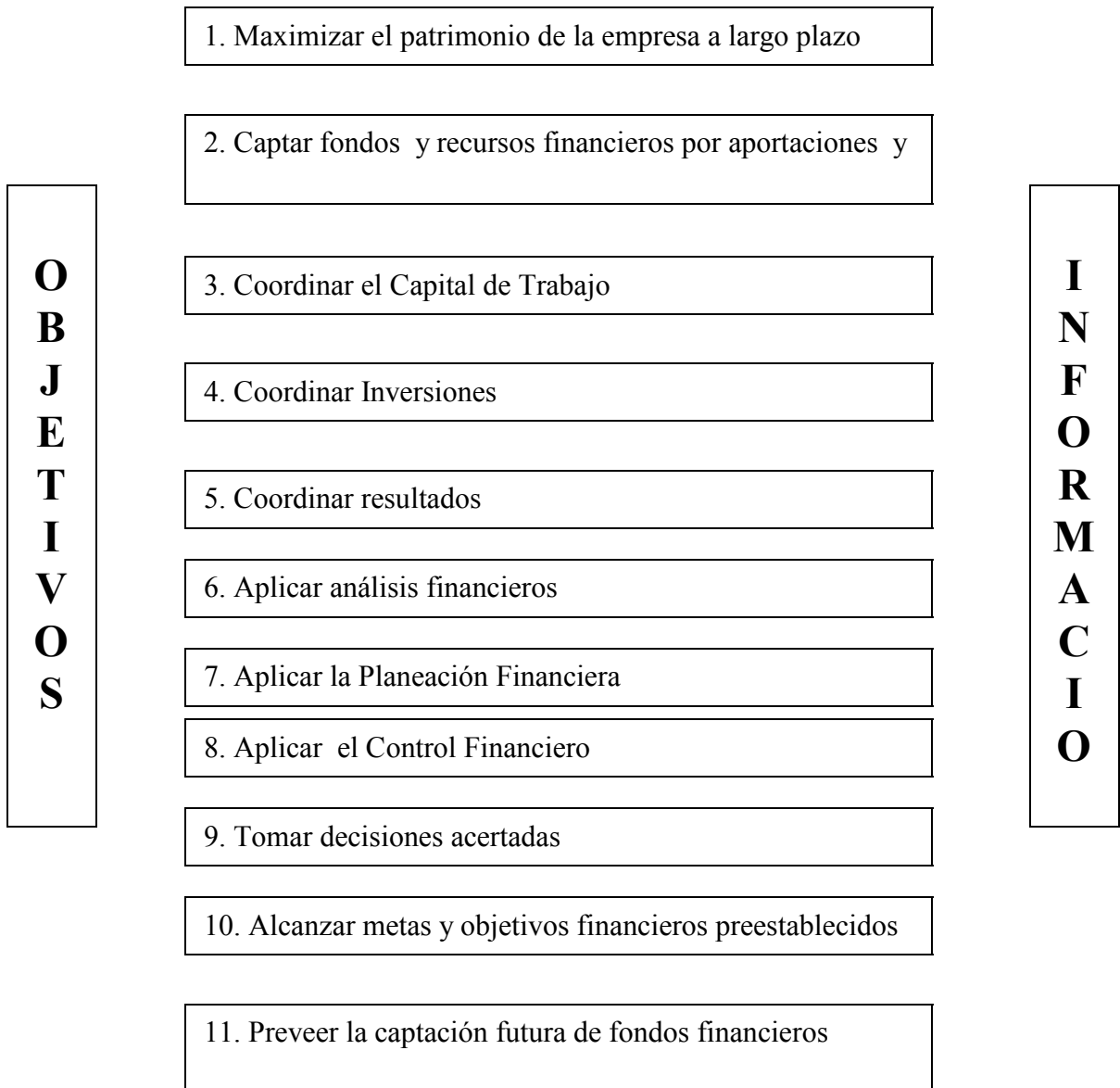
La administración requiere en forma permanente tal vez, diariamente, la información aislada de lo que sucedió el día anterior o de lo que esta sucediendo en el negocio; esta información puede referirse a las ventas, ingresos realizados, el efectivo que se tiene, a la cobranza y pagos, a las compras, a las existencias del artículos e inventarios, al número de personal, etc.

Esta información sirve de base para ejercer control de la operación y debe proporcionar resultados que ayuden a la toma de decisiones

diarias, necesarias para fines estratégicos y la elaboración de presupuestos.

Objetivos de la Administración Financiera

Los objetivos de la administración Financiera los podemos detallar de la siguiente forma:



a) Maximizas el patrimonio a largo plazo.

De hecho, la administración financiera trata de "exprimir" los fondos y recursos de una empresa, para obtener el máximo aprovechamiento a largo plazo, es decir, optimizar la prestación de servicios, optimizar los resultados, la productividad, la rentabilidad, las utilidades; todo encaminado para maximizar el capital contable o patrimonio a largo plazo de la empresa.

b) Captar Fondos y recursos por aportaciones:

Mediante la Administración Financiera, se obtiene fondos y recursos financieros de una manera eficiente e inteligente, por ejemplo, por aportaciones de propietarios de la empresa, es decir, con aportaciones para incrementos de capital social.

c) Captar fondos y recursos por préstamos:

Es decir, mediante la administración financiera, se obtienen fondos y recursos de acreedores comerciales, bancarios, etc., a base de financiamiento o préstamos razonables y oportunos a corto, mediano o largo plazo.

d) Coordinación del Capital de Trabajo:

En la administración financiera se encuentra implícita la actividad coordinadora del dinero, cuentas y documentos por pagar, inventarios, etc., es decir, activo circulante, así como acreedores a corto plazo, tales como proveedores comerciales, acreedores bancarios, cuentas y documentos por pagar a corto plazo, etc., es decir, pasivo a corto plazo.

e) Coordinación de Inversiones:

Se refiere a la aplicación de la actividad coordinadora en activos fijos, tales como maquinaria, terrenos, edificios, equipos de transportes, oficina, etc. así como también en activos diferidos, tales como gastos de instalación.

g) Coordinación de resultados.

Aplicación de la actividad en operaciones propias de cada empresa, como ventas, costos variables, fijos, costos de producción, de distribución, costos de adición como PTU, ISR.

h) Recopilar, estudiar e interpretar los datos e información del pasado.

Mediante la aplicación del Análisis Financiero, es decir, estudio y evaluación del pasado financiero de una empresa.

i) Recopilar, estudiar e interpretar los datos e información proyectada del futuro.

Mediante la aplicación de Planeación Financiera, es decir, estudio y proyección del futuro financiero de una empresa.

j) Toma acertada de decisiones.

Aplicando la actividad coordinadora y sentido común en los niveles alto, medio e inferior de la empresa, aplicando estrategias financieras, tácticas financieras y operaciones financieras, respectivamente; luego entonces:

A nivel alto: Corresponden las estrategias financieras.

A nivel medio: Corresponden las tácticas financieras propias de gerentes.

A nivel inferior: Corresponden las operaciones de rutina; lo anterior aplicando el **Control Financiero**, es decir, estudio y evaluación simultánea del pasado y futuro de la empresa para detectar, corregir y eliminar las desviaciones o variaciones.

j) Par alcanzar las metas preestablecidas y fijadas.

Todas las empresas proponen y fijan de antemano los objetivos y metas financieras a lograr alcanzar.

k) Por la empresa:

Organismo social integrado por elementos humanos, técnicos, materiales cuyo objetivo natural puede ser la de optimizar servicios, utilidades.

4.3 Análisis Financiero

a) Breve Historia del Análisis Financieros.

Como lo señala el autor César Calvo Langarica, "se considera que a fines del siglo XIX, cuando durante una convención de la Asociación Americana de Banqueros se presentó la ponencia para que todos los bancos asociados exigieran como requisito al otorgamiento de un crédito, la presentación de un Balance por parte de los solicitante, con el objeto de que las instituciones estuvieran en condiciones de analizar dicho estado, y así se aseguran de la recuperabilidad del crédito.

Se aprobó dicha ponencia y poco después era un requisito en todos los bancos presentar el Balance, aunque el estudio que se hacía era muy empírico.

Más tarde no sólo se exigía un Balance, sino también los correspondientes a los tres o cuatro ejercicios 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 ver la solvencia, la estabilidad y la productividad del negocio, con mayor exactitud, así como el desarrollo de la administración de la empresa que solicita el crédito.

También el Comercio y la Industria observaron la utilidad de aplicar no sólo el análisis de las cifras que reportan sus Estados Financieros, sino además la interpretación que de ellos se obtienen"

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 fuera desarrollando dicha técnica, aceptándose y aplicándose no solo las operaciones de crédito con los Bancos, sino también para precisar fallas en la administración de los negocios, sean éstos comerciales o industriales

b) Concepto de Análisis Financiero.

Roberto Macias Pineda nos dice: "El análisis de los Estados Financieros, es un estudio de las relaciones que existen entre los diversos elementos financieros de un negocio, manifestados por un conjunto de estados contables pertenecientes a un mismo ejercicio y de las tendencias de esos elementos, mostradas en una serie de Estados financieros correspondientes a varios periodos sucesivos".

En términos generales el análisis es una técnica primaria que distingue y separa los elementos que integran los elementos financieros para poder interpretar sus resultados.

La interpretación es explicar lo que dicen los Estados Financieros a través del análisis y la comprobación, es una técnica secundaria que complementa el análisis de los Estados Financieros para poder emitir una correcta interpretación de los mismos.

c) Objetivos del Análisis Financiero.

Como nos señala el autor Alfredo Pérez que el objetivo del análisis financiero: “.. es la obtención de suficientes elementos de juicio para apoyar las opiniones que se hayan formado con respecto a los detalles de la situación financiera y de la productividad de la empresa”

Es la preparación que se hace de los Estados Financieros formulados previamente y la determinación de las relaciones que se establece entre sus valores a efecto de que los datos obtenidos sirvan para un fin inmediato posterior que es el de su interpretación.

Podemos decir que los objetivos del análisis financiero son los siguientes:

- I. Recolectar los suficientes elementos de juicio para conocer la situación financiera de la empresa.
- II. Detectar problemas dentro de su estructura.
- III. Tomar decisiones adecuadas para la optimización de los servicios y las utilidades.
- IV. Proporcionar información que le sea útil a las personas interesadas en ello a través de los resultados de la interpretación.

d) Características del Análisis Financiero.

El autor Roberto Macías, nos señala: “la meta del estudio de las cifras de los negocios es la determinación de las causas de hechos y tendencias perjudiciales a la empresa con el objeto de poder derivar explicaciones relativas a la actuación de tales causas en la marcha del negocio, a fin de eliminar los efectos desfavorables y fomentar aquellas que sean favorables. Por lo tanto, los primeros pasos para eliminar las diferencias y promover las posibilidades que puedan advertirse, consistentes en el análisis e interpretación de las causas que hayan dado origen a tales diferencias”.

Podemos enunciar que las características principales son:

- I. Es una herramienta o técnica financiera.
- II. Que aplicar el administrador financiero, gerente de finanzas, tesorero, contralor, etc. El Objetivo principal del análisis financiero es la evaluación histórica es decir, real, o sea, evaluación del pasado.
- III. De una empresa pública o privada desde el punto de vista financiero.

e) Clasificación del Análisis Financiero.

El análisis financiero puede ser interno o externo, como indica Roberto Macías, se clasifica en:

- **Interna:**

Debido a que el realizador interno está mejor informado que el externo, por conocer las peculiaridades del negocio, por lo general, los resultados de sus trabajos son satisfactorios.

- **Externo**

El analista externo no tiene contacto directo con la empresa y los únicos datos de que dispone es la información que la empresa haya juzgado pertinente proporcionar. El análisis hecho por banqueros y posibles inversionistas es un ejemplo típico del análisis externo. Cuando el análisis es realizado por personal externo, es necesario que para poder dar una opinión mas adecuada sobre la situación financiera de la empresa se complemente el análisis tomando en cuenta los siguientes puntos: el objeto del análisis, información general, ventas, almacenes, finanzas y contabilidad.

f) Necesidad e Importancia del Análisis Financiero.

La necesidad de analizar e interpretar los Estados Financieros radica en saber cómo se encuentra la estructura financiera de la empresa; siendo su importancia el conocer que están indicando sus cifras, para poder solucionar los problemas que llegasen a tener la empresa y poder tomar decisiones acertadas.

Un número considerable de personas está interesado en el empleo de esos resultados:

- Los administradores, quienes necesitan información adecuada para guiar los destinos del negocio.
- Los banqueros, quienes necesitan contar con suficientes

elementos de juicio, con objeto de estudiar a fondo las solicitudes de crédito.

- Los inversionistas, quienes fundamentalmente desean obtener información que les muestre si la empresa en la que tienen la intención de invertir ha obtenido y probablemente continuará obteniendo ganancias suficientes, que les garantice los beneficios de los valores emitidos por la empresa.

La importancia de las cifras se amplifican cuando se les emplea como un instrumento de orientación para la formulación de juicios, en virtud de que las conclusiones que se basan sobre los datos correctos, recopilados e interpretados adecuadamente, permiten con mayor seguridad que cuando no se tiene esa base.

- **Información Previa al análisis financiero.**

Previa la iniciación de los trabajos de análisis será necesario efectuar una serie de investigaciones de naturaleza cualitativa las cuales no se desprenden de los Estados Financieros. El resultado de ellas puede influir notablemente en la interpretación de los mismos.

El análisis financiero, entonces se compone de dos etapas, la investigación cualitativa y la aplicación del método que se haya elegido. Las conclusiones deben basarse sólo en la interpretación de ambas etapas.

INVESTIGACION CUALITATIVA

- Se deberá de establecer con claridad del objeto del análisis.
- Obtención de una breve historia del desarrollo de la empresa y del comportamiento de sus ingresos, costos, gastos y utilidades a través de números e índices.
- Descripción de los productos que fabrique, artículos que comercialice o servicios que preste, limitaciones en obtención de insumos.
- Investigación de sus principales relaciones comerciales bancarias y de crédito y de su régimen fiscal.
- Datos de sus principales accionistas, administradores y fuerza de trabajo.
- Breve estudio de mercado y de la competencia a la fecha de la realización del análisis

- Obtención de la mayor información posible de empresas similares.
- Investigación de las políticas y procedimientos en registro contable de las operaciones, así como, de la uniformidad en la aplicación de los principios de contabilidad generalmente aceptados.
- Investigaciones del entorno socio-económico y político en el que se desarrolla la empresa y probables limitaciones en su continuidad.

- Cuantificación de la capacidad utilizada.
- Características del mercado en que opera y sus modalidades en ventas.

g) Medidas Previas al análisis financiero.

Es necesario que al realizar el análisis se cuente con la información general de la empresa y tomar en cuenta las suficientes reglas de carácter general y especial que ayudan a la correcta agrupación de los conceptos, con la finalidad de que sus resultados no sean erróneos y por consiguiente su interpretación.

Después de obtenidos los resultados que se sujetarán al análisis, es necesario previamente modificarlos sometiéndolos a ciertas reglas que se clasifican en generales y especiales.

Reglas Generales:

- La eliminación de centavos y cierres de cifras ayudan a su mejor comprensión. Se realiza suprimiendo los centavos y cerrando las mismas a decenas, centenas o miles según el tamaño de las mismas, si la cifra a cerrar es superior a 5 se pasa al número inmediato superior y si es menos a 5 al número inmediato inferior.
- Se agrupan las cuentas de naturaleza similar con un mismo título genérico, es decir, si en el estado de situación financiera se desglosan los tipos de almacén que tiene la empresa se pueden agrupar con el nombre de inventarios.
- Los Estados Financieros que se vayan a analizar, deben estar dictaminados por un Contador Público y re-expresados.

Reglas Especiales

Para realizar el análisis del Estado de Situación Financiera y para efectos de presentación del mismo es necesario agrupar las cuentas de la siguiente manera:

- **Activo Circulante:** Debe presentar todos los valores que ayudan en forma directa a que la empresa realice sus operaciones; a su vez se divide en: disponible (representar el efectivo de la empresa) y otros activos circulantes.
- **Activo Fijo:** Este debe mostrar las inversiones a largo plazo propias del capital que hacen posible que el activo realice su ciclo económico. Los valores aquí mostrados deberán ser netos, es decir, reducir el monto de la depreciación de los mismos.
- **Otros Activos:** Lo integra aquellas partidas que puedan diferirse o amortizarse durante el periodo, así como aquellas partidas integrantes del circulante que no forman parte directa en la

actividad de la empresa.

- **Pasivo a Corto Plazo:** Agrupa las deudas cuyo vencimiento es menor a un año.
- **Pasivo a largo plazo:** Incluye todas las deudas cuyo vencimiento es mayor a un año.
- **Capital Contable:** Integrado por todos los recursos generados por la empresa, así como de la aportación efectivamente pagada de sus socios o accionistas.
- **Utilidades o Resultados por aplicar:** Mostrar el superávit o déficit de la empresa , así como también el resultado neto de los ajustes que lleno en papeles de trabajo el analista de los estados financieros

El análisis que se haga al Estado de Resultados de Operación debe clasificarse en los siguientes grupos:

- **Ventas Netas:** Incluye las ventas totales, devoluciones y rebajas sobre ventas y operaciones de la empresa, separando las ventas que no son propias de la empresa como la venta de activo fijo.

Se deben desglosar las ventas de contado y crédito, indicando las ventas realizadas por la matriz y la sucursal. Los precios unitarios de venta también se deben desglosar para poder identificar posibles variaciones en las ventas que sean originadas por el precio de venta o por las unidades vendidas

- **Costo de Ventas.** Se obtiene el costo de los artículos comprados o producidos para su venta que formen las actividad principal de la empresa, eliminando aquellos costos que no lo sean, también se deben detallar los costos por matriz y por sucursal.

Es importante que en el costo de producción se mencione la base de valuación, así como el número de unidades producidas; es de importancia ya que de ello depende que las conclusiones del análisis sean correctas o no. Ya que una valuación errónea de los Inventarios o de una modificación en el sistema de costos, mostrará una diferencia en los resultados. El número de unidades producidas indica si la variación que existe en los costos es la causa de una modificación en ellos o sí es por un aumento en el número de unidades producidas.

- **Gastos de Operación**

Gastos de venta: Incluyen los gastos únicamente erogados en la actividad de venta

- **Gastos de administración:** Muestra las erogaciones realmente efectuadas en la actividad de administrar.
- **Costo Integral de financiamiento**
- **Gastos Financieros.** Comprende únicamente gastos relacionados con el financiamiento de la empresa, así como productos

- financieros que tengan ese origen.
- **Repomo:** Resultado por posición monetaria de la actualización de los estados financieros
 - **Fluctuaciones cambiarias:** Es el resultado de la variación existente en conversión de los diferentes tipos de cambio a moneda nacional.
 - **Costos de adición:** Agrupa la provisión para el impuesto sobre la renta y la provisión para la P.T.U

4.4 Métodos de Análisis.

a) Métodos de Análisis y su Interpretación.

El autor Abraham Perdomo da la siguiente definición: "El fin del análisis de los Estados Financieros es simplificar las cifras financieras para facilitar la interpretación de su significado y el de sus relaciones". El juicio, la experiencia y el conocimiento del negocio en particular, son las cualidades indispensables que debe reunir el analizador para poder hacer una correcta interpretación de las cifras, debido a que la interpretación es la base en la cual la adopción de los planes que se estimen convenientes para cimentar la política futura de un negocio"

Los métodos de análisis son procedimientos que se siguen para separar y conocer los elementos que forman los Estados Financieros ya que facilitan la interpretación de su significado.

Su objetivo es reducir los elementos de los Estados Financieros que se examinan haciéndolos más comprensibles para estar en posibilidades de interpretarlos y hacerlos significativos.

Los métodos de análisis de guía para formular preguntas sobre las desviaciones que sufre la empresa en su estructura financiera, siendo de una gran relevancia la interpretación que de los resultados obtenidos se haga, ya que los métodos por si solos no indican nada.

Una vez el análisis de las cifras de los Estados Financieros se prosigue a interpretar lo que quieren decir los resultados obtenidos, determinando con esto las causas de hechos del pasado, presente y

futuro para poder buscar la forma de eliminar los males de la empresa.

La importancia de los métodos de análisis radica en la información que ofrece en la toma de decisiones.

Se enunciará los métodos de análisis; siendo enunciativos y no limitativos.

4.5 Método de Análisis Vertical

Son llamados métodos verticales o estáticos por referirse al análisis de Estados Financieros correspondientes a un mismo periodo o ejercicio.

Entre ellos lo más usuales son:

- Razones simples.
- Razones estándar.
- Por cientos integrales.

Matemáticamente se llama razón a la relación que existe entre dos cantidades de la misma especie, considerando que entre los diversos valores que constituyen los Estados Financieros existen ciertas relaciones, se determinó que al aplicar estas relaciones se podrán obtener una serie de observaciones sobre estructura financiera y productividad de las empresas.

Podemos clasificar a las razones de la siguiente manera:

Estáticas

Dinámicas

Estático –Dinámicas

- Por la naturaleza de las cifras

Por su significado o

Financieras
Rotación
Cronológicas

Por su aplicación u objetivos

Rentabilidad
Liquidez
Actividad
Solvencia y
Endeudamiento

- Razones Estáticas:** Cuando el numerador y denominador, emanan o proceden de Estados Financieros estáticos.
- **Razones dinámicas:** Cuando el numerador y denominador, emanan de estados financieros dinámicos.
 - **Razones estáticos –Dinámicos:** El antecedente corresponde a conceptos y cifras de un estado financiero estático y el consecuente emana de conceptos y cifras de un estado financiero dinámico.
 - **Razones dinámico–Estáticos:** Cuando el antecedente corresponde a un estado financiero dinámico y el consecuente corresponde a un estado estático.
 - **Razones Financieras:** Son aquéllas que se leen en dinero.
 - **Razones de Rotación:** Son aquéllas que se leen en ocasiones en número de rotaciones o vueltas al círculo comercial o industrial.
 - **Razones cronológicas:** Son aquéllas que se leen en unidad de tiempo, es decir, días, horas, minutos, etc.
 - **Razones de Rentabilidad:** Son aquéllas que miden la unidad, dividendos, etc. de una empresa.
 - **Razones de Liquidez:** Son aquéllas que estudian la capacidad de pago en efectivo o dinero de una empresa.
 - **Razones de solvencia y endeudamiento:** Son aquéllas que miden la porción de activos financiados por deuda de terceros; miden asimismo, la habilidad para cubrir intereses de la deuda y compromisos inmediatos.
 - **Razones de producción:** Son aquéllas que miden la eficiencia del proceso productivo, la eficiencia de la contribución marginal, miden el costo y la capacidad de las instalaciones, etc.
 - **Razones de mercadotecnia:** Son aquéllas que miden la eficiencia del departamento de mercados y el departamento de publicidad de una empresa.

4.6 Razones simples.

Este procedimiento consiste en determinar las diferentes relaciones de la dependencia que existen al comparar geoméricamente las cifras de dos o más conceptos que integran el contenido de los Estados Financieros de una empresa determinada.

Ahora bien, por razón debemos entender:

La relación de magnitud que existe entre dos cifras que se comparan

entre sí, es decir:

- La diferencia aritmética que existe entre dos cifras que se comparan entre sí.
- La interdependencia geométrica existe entre dos cifras que se comparan entre sí.

El número de razones simples que pueden obtenerse de los Estados de una empresa, es ilimitado, luego entonces, corresponde al criterio y sentido común del analista, determinar el número de razones simples para poder establecer puntos débiles de la empresa, probables anomalías de la misma, etc.

Hay que destacar que existen dos formas para leer cualquier razón, la lectura positiva y la lectura negativa; en la primera se inicia con el antecedente y se finaliza con el consecuente, en la negativa, se inicia con el consecuente y se finaliza con el antecedente.

Entre las razones simples más utilizadas se encuentran las siguientes:

- Razones de análisis de solvencia
- Razones de análisis de estabilidad
- Razones de análisis de productividad
- Razones de análisis de rotaciones.

A continuación se presentan algunas razones simples en forma enunciativa y no limitativa.

Razones de Análisis de

Contenido	Formula
<p>Solvencia Inmediata (Prueba del Ácido)</p> <p>Representa la suficiencia o insuficiencia inmediata de la empresa para cubrir los pasivos a corto plazo</p>	<p>Activo Circulante menos Inventarios</p> <p>Pasivo a corto plazo</p>
<p>Solvencia Circulante (Liquidez)</p> <p>Representa la capacidad de pago a corto plazo de la empresa</p>	<p>Activo Circulante</p> <p>Pasivo a corto plazo</p>
<p>Capital de Trabajo</p> <p>Representa los recursos con los que se cuenta para invertir en la actividad propia de la empresa; independientemente de los recursos que se tengan para cubrir las deudas a corto plazo.</p>	<p>Activo Circulante menos Pasivo a corto plazo</p>

Razones de Análisis de

Concepto	Formula
<p>Origen de Capital</p> <p>Estas razones muestran la proporción que existe entre la inversión de los accionistas y la inversión de los acreedores. Si la Inversión de los acreedores es mayor que la inversión de los accionistas, hay desequilibrio y la situación de la empresa no es satisfactoria</p>	$\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Capital contable}}$ $\frac{\text{Pasivo a corto plazo}}{\text{Capital Contable}}$ $\frac{\text{Pasivo Fijo}}{\text{Capital Contable}}$
<p>Inversión de Capital Contable</p> <p>Esta Razón muestra la proporción de lo invertido por los accionistas en Activo Fijo</p>	$\frac{\text{Activo Fijo}}{\text{Capital Contable}}$
<p>Valor Contable o crecimiento de Capital</p> <p>Hay que destacar que los dueños o accionistas conozcan a través de de esta razón, los excedentes que existen, ya que estos aumentan el valor del capital</p>	$\frac{\text{Capital Contable}}{\text{Capital Social}}$

Razones de Análisis de

Concepto	Formula
<p>Estudio de Ventas</p> <p>Las ventas están en gran medida influidas por la eficiencia en el empleo del capital contable y el capital de trabajo. Así que estas razones proporcionan una idea sobre la eficiencia de las políticas de venta en relación con los elementos que influyen en su volumen, y se considera que en un cociente mayor corresponde a una situación favorable.</p>	$\frac{\text{Ventas Netas}}{\text{Capital contable}}$ $\frac{\text{Ventas Netas}}{\text{Capital Contable} + \text{Pasivo Total}}$ $\frac{\text{Ventas Netas}}{\text{Activo Fijo}}$
<p>Estudio de la utilidad Neta</p> <p>En este punto se determinará la productividad de la empresa con relación al capital invertido, propio y ajeno, así como la utilidad por cada peso invertido. Entre mayor sean las utilidades en relación del capital invertido y a las ventas, mejor será su productividad</p>	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Capital Contable}}$ $\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Capital Contable} + \text{Pasivo Total}}$ $\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Netas}}$

Razones de Análisis de

Concepto	Formula
<p>Rotación de Cuentas por Cobrar</p> <p>Esta razón permite conocer el grado de eficiencia en el cobro de las cuentas por cobrar, y evaluar las políticas de cobro y crédito. Una razón rápida es favorable para la empresa.</p>	$\frac{\text{Ventas Netas a Crédito + IVA}}{\text{Promedio de Cuentas por Cobrar}}$
<p>Convertibilidad de Cuentas por cobrar</p> <p>Es posible conocer los días que tardan en recuperarse dichas cuentas</p>	$365 \text{ Rotación de Cuentas por Cobrar}$
<p>Rotación de Inventarios</p> <p>Nos permitirá conocer las veces en que el inventario de mercancías ha sido repuesto. Una rotación rápida es favorable para la empresa y muestra la eficiencia de las ventas</p>	$\frac{\text{Costo de Ventas}}{\text{Promedio de Inventarios}}$
<p>Convertibilidad de Inventarios</p> <p>Se conocen los días en que tardan en renovarse los Inventarios</p>	$365 \text{ Rotación de Inventarios}$

<p>Rotación de Cuentas por Pagar Esta razón nos indicará la frecuencia de pagos a proveedores. Un resultado bajo puede indicar deficiencia en pagos a proveedores</p>	<p><u>Compras a Crédito + IVA</u> Promedio de Cuentas por Pagar</p>
<p>Convertibilidad de Cuentas por Cobrar Con esta razón es posible conocer los días que tardar en realizarse los pagos a proveedores</p>	<p>365 Rotación de Cuentas por Cobrar</p>

4.7 Razones Estándar.

Como razones estándar podemos entender lo siguiente; “La razón estándar es igual al promedio de una serie de cifras o razones simples de estados financieros de una misma empresa a distintas fechas o periodos, o bien, el promedio de una serie de cifras o razones simples de estados financieros a la misma fecha o periodo de empresas dedicadas a la misma actividad”

Las comparaciones de las medidas estándar con los resultados obtenidos permiten precisar la proporción en que se logró la finalidad propuesta y apreciar el grado de eficiencia alcanzado al operar la empresa con respecto a los estándares prefijados.

Las razones estándar las podemos clasificar en:

1. Desde el punto de vista del origen de la cifras

Razones estándar internas

Razones estándar externas

2. Desde el punto de vista de la naturaleza de las

Razones estándar estáticas

Razones estándar dinámicas

Razones estándar dinámicas estático

Razones estándar dinámico -estáticas

Las razones **estándar internas**, son aquéllas que se obtienen con los datos acumulados de varios estados financieros.

Se aplican generalmente en las empresas comerciales e industriales para efectos de:

- Contabilidad de Costos.
- Auditoria Interna.
- Elaboración de presupuestos.
- Control de presupuestos entre otros.

Las **razones estándar** externas, son aquéllas que se obtienen con los datos acumulados de varios Estados Financieros a la misma fecha o periodo de distintas empresas dedicadas a la misma actividad.

Se aplican generalmente en las empresas financieras, para efectos de créditos, de inversión de igual forma son muy útiles para efectos de estudios económicos por parte del Estado.

Las razones **estándar estáticas**, serán aquellas en las cuales las cifras medias corresponden a Estados Financieros estáticos.

Las razones **estándar dinámicas**, serán aquellas en las cuales las cifras medias emanen de Estados Financieros dinámicos.

Un negocio en iniciación no podrá determinar una razón estándar, en todo caso tendrá que valerse si desea comparar sus resultados, de la razón estándar de un negocio similar con las limitaciones que esto representa.

El uso de razones estándar, también tiene sus limitaciones las cuales dividimos en:

Limitaciones Internas:

- Cuando la empresa inicia operaciones
- Cuando la empresa suspende temporalmente actividades.
- Cuando sufre modificaciones en el giro de actividades.
- Así como cambios en políticas de ventas y créditos entre otras.

Limitaciones Externas.

- Cuando los Estados Financieros a utilizar, no corresponden a empresas que realizan la misma actividad
- Que el registro de las operaciones, está sujeto a distintos criterios.
- Que la magnitud de los volúmenes de operaciones varía de una empresa a otra.
- Así como las políticas de una empresa a otra no sean iguales.

4.8 Por cientos Integrales

El procedimiento de Por cientos Integrales consiste en la separación del contenido de los Estados Financieros a una misma fecha o correspondientes a un mismo periodo, en sus elementos o partes integrales, con el fin de poder determinar la proporción que guarda cada una de ellas con relación con el todo.

Este procedimiento puede recibir otros nombres, tales como:

- Procedimiento de Por cientos Financieros
- Procedimiento de Por cientos comunes
- Procedimiento de reducción a por cientos.

Toma como base este procedimiento, el axioma matemático que se anuncia diciendo que "el todo es igual a la suma de sus partes", de donde al todo se le asigna un valor igual al 100% y a las partes un por ciento relativo.

Cabe mencionar que es frecuente el uso incorrecto de este método al tratar de comparar dos o mas Estados Financieros a distintas fechas provocando un resultado incorrecto.

En cuanto a su aplicación este método puede ser total o parcial, de acuerdo a la extensión que se le de.

Es **Total** cuando comprende los Estados Financieros completos, en tanto si se aplica únicamente a capítulos parciales de dichos estados o bien renglones particulares de tales capítulos, será **Parcial**.

a) Total.

Al aplicar este método todo que es igual al 100%, por un lado, será Activo total, y por el otro el todo será igual al 100% lo forman el total del Pasivo mas Capital, posteriormente se calcula la parte proporcional de cada uno de los conceptos del Balance en relación a ese 100%.

En el caso del Estado de Resultados las Ventas equivalen al 100% y los demás conceptos se calculan en relación a dicho total.

A continuación se presenta un ejemplo de este método en forma total

Dulces "El mundo Feliz, S.A. de C.V."		
Estado de Situación Financiera al 31 de Diciembre del 2004		
Cifras expresadas en miles		
	2004	%
Activo		
Circulante		
Efectivo e Inversiones en valores	\$ 788,524.00	34.58%
Clientes	325,037.00	14.25%
IVA por recuperar	745,729.00	32.70%
Deudores Diversos	185,963.00	8.15%
Reserva para cuentas incobrables	36,646.00	1.61%
Total de Circulante	2,081,899.00	91.29%
Fijo		
Maquinaria y equipo	20,690.00	0.91%
Mobiliario y equipo de Oficina	71,265.00	3.13%
Equipo de computo	163,526.00	7.17%
Equipo de Transporte	115,304.00	5.06%
Depreciación acumulada	(208,626.00)	-9.15%
Total de Fijo	162,159.00	7%
Diferido		
Depósitos en Garantía	6,530.00	0.29%
Marcas y patentes	1,051.00	0.05%
Seguros pagados por anticipado	29,032.00	1.27%
Amortización acumulada	(228.00)	-0.01%
Total Diferido	36,385.00	2%
SUMA DEL ACTIVO	2,280,443.00	100.00

Continúa en la siguiente pagina

Dulces "El mundo Feliz, S.A. de C.V."			
Estado de Situación Financiera al 31 de Diciembre del 2004			
Cifras expresadas en miles			
	2004	%	

Pasivo			
A corto Plazo			
Proveedores	\$ 915,226.00	40.13%	
Acreedores Diversos	86,206.00	3.78%	
Impuestos por Pagar	153,872.00	6.75%	
Comisiones por pagar	1,702.00	0.07%	
PTU por pagar	9,908.00	0.43%	
Sueldos por pagar	1,289.00	0.06%	
Total a corto Plazo	1,168,203.00	51.23%	
A largo plazo			
Total a largo plazo	-	0.00%	
SUMA DEL PASIVO	1,168,203.00	51.23%	
Capital			
Capital Social	500,000.00		
Resultados de Ejercicios anteriores	75,032.00		
Utilidad o (perdida) del ejercicio	537,211.00		
Suma de Capital Contable	1,112,243.00	49%	
SUMA DEL PASIVO + CAPITAL	2,280,443.00	100%	

Dulces "El mundo Feliz, S.A. de C.V."		
Estado de Situación Financiera al 31 de Diciembre del 2004		
Cifras expresadas en miles		
	2004	%
Ventas Netas	\$14,552,487.00	100
Costo de Ventas	9,988,927.00	68.64%

Utilidad Bruta	4,563,560.00	31.36%
Gastos de Operación	2,613,444.00	17.96%
Gastos de Venta	895,614.00	6.15%
Gastos de Adiministración	3,509,058.00	24.11%
Utilidad (Pérdida de Operación	1,054,502.00	7.25%
Costo Integral de Financiamiento		
Productos Financieros	(32,570.00)	-0.22%
Gastos Financieros	62,340.00	0.43%
Pérdida en tipos de cambio	47,985.00	0.33%
Utilidad (Pérdida)	77,755.00	0.53%
antes de Impuestos	976,747.00	6.71%
I.S.R.	341,861.00	2.35%
P.T.U	97,675.00	0.67%
Utilidad (Pérdida) del Ejercicio	537,211.00	3.69%

- **PARCIAL**

Al aplicar este método en forma parcial consiste en dar el valor equivalente del 100%, al importe total del grupo de cuentas que se vayan a diagnosticar, y se procede hacer el cálculo en forma parcial de las sub-cuentas que integran el total, la aplicación se ha determinado en grupos de cuentas, como puede ser, el Activo Circulante, el Pasivo, así como el Capital Contable, entre otras

Ejemplo de la aplicación del método en forma parcial

Dulces "El mundo Feliz, S.A. de C.V."			
Estado de Situación Financiera al 31 de Diciembre del 2004			
Cifras expresadas en miles			
	2004	%	
Activo			
Circulante			
Efectivo e Inversiones en valores	\$ 788,524.00	37.88%	
Clientes	325,037.00	15.61%	
IVA por recuperar	745,729.00	35.82%	
Deudores Diversos	185,963.00	8.93%	
Reserva para cuentas incobrables	36,646.00	1.76%	
Total de Circulante	2,081,899.00	100.00%	

El ejemplo de este método es útil al aplicarse a Estados Financieros presupuestados, ya que por medio de los porcentajes permite una apreciación mas facial entre lo real y lo presupuestado, permitiendo deducciones y juicios mas rápidos memorizaciones y comparaciones.

4.9 Aumentos y Disminuciones.

Como lo señala el autor Perdomo Moreno Abraham "Este procedimiento consiste en comparar conceptos homogéneos de los Estados Financieros, a dos fechas distintas, obteniendo de la cifra comparada y la cifra base una diferencia positiva, negativa o neutra".

Tales cotejos se llevan a cabo mediante la formulación de Estados Comparativos que permiten conocer y examinar el porqué de los cambios habidos en la empresa de un periodo a otro.

Para que el resultado sea más completo, es necesario contar con suficiente información completamente que permita conocer el porqué de los cambios operados ya que sin esta información la interpretación que se le de será errónea.

Su objetivo es permitir evaluar la eficiencia y productividad con que se han venido desarrollando las operaciones en los ejercicios comparados. Para llevar a cabo el análisis por medio de este método se tienen que cumplir los siguientes requisitos.

- Los Estados Financieros deben de corresponder a la misma empresa.
- Los Estados Financieros deben presentarse en forma comparativa
- Las normas de valuación deben de ser las misma para los Estados financieros que se comparan.
- Los Estados Financieros dinámicos que se comparan deben corresponder al mismo periodo o ejercicio
- Debe auxiliarse del Estado de Origen y Aplicación de Recursos
- Su aplicación generalmente es una forma mancomunada con otro procedimiento de las tendencias, series de valores, serie de índices, serie de variaciones, etc.
- Este procedimiento facilita a la persona o personas interesadas en los Estados Financieros, la retención en su mente de cifras obtenidas, o sea variaciones.

Las variaciones que de los Estados financieros se obtienen se presentan en el informe a manera de anexos, donde se analiza el porqué de las variaciones. La presentación en el informe de estos análisis en forma graficas, notas, etc. corresponden a la habilidad y sentido común del analista de Estados Financieros.

4.10 Método de Tendencias

El procedimiento consiste en determinar la propensión absoluta y

relativa de las cifras de los distintos renglones homogéneos de los estados Financieros, de una empresa determinada.

Así mismo, surgió como un complemento al método de aumentos y disminuciones” a fin de poder efectuar comparaciones de más de dos periodos.

Comparando tres o más ejercicios es posible lograr un razonamiento más adecuado respecto al desarrollo de la empresa y sus expectativas.

Este método puede aplicarse a cualquier Estado Financiero cumpliéndose los siguientes requisitos:

- Las cifras deben de corresponder a Estados Financieros de la misma empresa.
- Las normas de valuación deben ser las mismas para los Estados Financieros.
- Los Estados Financieros dinámicos deben presentar su información al mismo ejercicio o periodo.
- Se aplica junto con otro procedimiento ya que su aplicación es limitativa y es por eso, que es conveniente auxiliarse de dos o más procedimientos de análisis.
- Facilita la retención y apreciación en la mente de la inclinación de las cifras relativas, siendo importante ya que permite hacer una estimación del comportamiento de las cifras e el futuro en bases adecuadas de los posibles cambios futuros de la empresa.
- Se utilizan Estados Financieros de ejercicios pasados para poder observar cronológicamente el comportamiento que han tenido las cifras hasta el presente.
- Este procedimiento como los anteriores son procedimientos explorativos que indican probables anormalidades, por lo que el analista debe hacer estudios posteriores para poder determinar las causas que originan la situación por la que está pasando la empresa, recomendando en su caso, las medidas que a su juicio sean necesarias para corregir estas desviaciones.

Para obtener la tendencia de las cifras emplearemos lo siguiente:

**Cifra Comparada – Cifra
Base**

CAPITULO V

LOS ESTADOS FINANCIEROS

5.1 Concepto.

La empresa está orientada a satisfacer a un mercado y generar riquezas por lo que la información debe de estar orientada al mercado y a generar riqueza debiendo informar desde un punto de vista financiero sobre:

- a) La generación de riqueza.
- b) El retorno de la inversión de los socios o accionistas
- c) La generación del flujo de efectivo.

La generación de riqueza se conoce y mide a través del estado de resultados. El retorno de la inversión de los socios o accionistas se obtiene de la información que contienen los Estados de la Situación Financiera, resultados y variaciones en el capital contable.

La generación del Flujo de Efectivo es una condición necesaria para medir la meta y ésta se obtiene a través del Estado recambios en la Situación Financiera. Estos cuatro Estados representan los Estados Financieros principales.

La información financiera que tiene valor es aquélla que tiene impacto sobre nuestras acciones, la que contesta nuestras preguntas, la que es base en la toma de decisiones como una arma competitiva que ayude a que la empresa se impele hacia delante, a capturar mercado, a mejorar su rentabilidad, a mejorar su eficiencia, etc.

La información financiera es una fuente importante para el análisis de los resultados de la empresa pero además es necesario para conocer el entorno competitivo en que opera la empresa, evaluar el sistema de comercialización, la calidad del producto. El precio tiene una presión en la competencia y en la rentabilidad de la empresa. Así también la información departamental y de centros de costos es necesaria con el fin de que los responsables pueden vigilar y administrar su área maximizando sus resultados.

La información financiera debe incluir análisis de tendencias no limitándose a la comparación de resultados reales de periodo a periodo contra presupuestos. Los análisis deben informar sobre las variaciones que se han realizado por precio-volumen o por mezcla de los productos, líneas de productos o de servicios, identificando

su causa y las razones de los incrementos o decrementos en costos fijos o variables para que se puedan tomar decisiones actuando con rapidez con el fin de mejorar los resultados.

Para mejorar la empresa, el hombre de negocios necesita en su dinámico y cambiante mundo, de información financiera oportuna y adecuada, entendiéndose por tal la información financiera cuantitativa, confiable y accesible para que le ayude a fortalecer su juicio de decisión sobre algún asunto.

Para obtener dicha información es necesario contar con un sistema de captación de las operaciones con el que mida, clasifique, registre y resuma con claridad en términos de dinero, las transacciones y hechos de carácter financiero.

De esta manera, la administración contará con un sistema que permita:

- Coordinar las actividades.
- Captar medir, planear y controlar las operaciones diarias.
- Estudiar las fases del negocio y proyectos específicos.
- Contar con un sistema de información central que pueda servir a los interesados en la empresa, como serán los propietarios, acreedores, gobierno, empleados, posibles inversionistas o público en general.

Los Estados Financieros interesan tanto desde un punto de vista interno, externo o del público en general.

El Estado de Situación Financiera, el Estado de Resultados, el Estado de cambios en el Capital Contable y e Estado de Orígenes y Aplicaciones, son los Estados Financieros principales o de uso en general.

Desde el punto de vista Interno, los Estados Financieros principales interesan a la administración, a los empleados, a los dueños, a los accionistas, tanto como fuente de información para fijar políticas administrativas, como de información de la situación que guardan los intereses de los accionistas o propietarios.

Desde un punto de vista externo, los Estados Financieros pueden interesar a:

- Los acreedores, como fuente de información para que se estime la capacidad de pago de la empresa para cubrir sus créditos.
- Las personas o empresas a quienes se les solicite créditos o aportaciones adicionales de capital para que estudien y evalúen la conveniencia de su inversión.
- Las autoridades Hacendarías para efectos de los impuestos que

- gravan las empresas,
- Diversas dependencias gubernamentales con relación y franquicias o bien para obtener información estadística, necesaria para orientar las directrices de los países.

Los Estados Financieros secundarios, salvo casos especiales, interesan desde un punto de vista interno o de la administración de la empresa por presentar aspectos aislados.

5.2 Objetivos de los Estados Financieros.

Los Estados Financieros principales tienen como objetivo informar sobre la situación financiera de la empresa en una fecha determinada y sobre los resultados de sus operaciones y el flujo de fondos por un periodo determinado.

Los Estados Financieros principales deben servir para:

- Tomar decisiones de inversión y crédito, lo que requiere conocer la estructura financiera, la capacidad de crédito de la empresa, su rentabilidad.
- Evaluar la solvencia y liquidez de la empresa, así como, su capacidad para generar fondos.
- Conocer el Origen y las características de sus recursos para estimar la capacidad financiera del crecimiento.
- Formarse un juicio sobre los resultados financieros de la administración en cuanto a rentabilidad, solvencia, generación de fondos y capacidad de crecimiento.

Los Estados Financieros deben incluir información estadística comparativa e histórica sobre todos los asuntos sobresalientes de la empresa tales como ventas, utilidades, distribución de dividendos, crecimiento, así como la investigación tecnológica y de ingeniería realizada o por realizar, productos existentes y nuevos productos, de la modernización de la planta y equipo, los planes futuros de inversión, la historia de la compañía, las prestaciones que gozan los empleados.

a) Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados:

Los principios de Contabilidad Generalmente Aceptados pueden ser definidos como reglas normas desarrolladas por la técnica contable

que se observan para registrar las operaciones y la presentación de Estados Financieros; es decir, la presentación de la Situación Financiera y de los resultados de las operaciones hechas a través de los Estados Financieros no es una presentación arbitraria sino basada en la experiencia, el desarrollo de la técnica contable y la aceptación general.

Los Estados Financieros deben de explicar bajo que reglas particulares han sido preparados, para que las personas interesadas en los Estados Financieros puedan aplicar las técnicas de análisis y comparaciones con otros Estados Financieros y se formen un juicio respecto a la situación financiera de la empresa; en otras palabras, puede decirse que los llamados Principios de Contabilidad formen el lenguaje común de la técnica contable.

La expresión "Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados" no reúne conceptos que sean del conocimiento del público en general.

La técnica contable ha establecido tres clases de conceptos que son: principios de reglas particulares y criterio prudencial de la aplicación de las reglas particulares.

Los principios se dividen en tres grupos: los que identifican y delimitan el ente económico y sus aspectos financieros, y los que establecen la base para cuantificar las operaciones del ente económico y su presentación, y los que establecen los requisitos cualitativos de la información financiera.

1. Los principios de Contabilidad que identifican y delimitan el ente económico son:

- **Unidad o Entidad:**

Se acepta que una empresa tiene vida y operación diferentes de las personas o socios que la conforman. Es decir, tiene personalidad jurídica propia y totalmente separada.

- **Realización:**

Se presume que los costos y gastos se registran paralelamente a los ingresos que los originaron.

- **Lapsos o periodos contables:**

Se presume que las operaciones de las empresas se dividen en lapsos o ejercicios y al terminar cada uno reeefectúa un cierre de las operaciones.

2. Los principios de contabilidad que establecen los requisitos cualitativos de la información financiera son:

- **Revelación Suficiente:**

Los Estados Financieros deben contener en forma clara y comprensible la información necesaria para que el lector pueda juzgar la situación financiera y el resultado de las operaciones.

- **Sustancialidad o importancia relativa**

La información que contiene los Estados Financieros debe mostrar aspectos importantes susceptibles de ser cuantificados en unidades monetarias. El no detallar en los Estados Financieros partidas relativamente insignificantes, hace que la atención del lector se fije en los conceptos fundamentales. Las partidas de reducida importancia relativa con respecto a los totales que se presentan, deben ser agrupadas y presentarse globalmente a menos que la presentación de tales partidas menores sea esencial para alguna finalidad específica. Deben agruparse partidas homogéneas que conduzcan a totales o subtotales cuyo dato sea de utilidad, sin mezclar partidas de naturaleza diferentes entre sí.

- c) Consistencia:**

La información que se presenta en los Estados Financieros requiere que se sigan procedimientos de cuantificación aceptados en estados anteriores o precedentes, con objeto de que algún cambio en dichos procedimientos a conclusiones erróneas. Cuando es necesario adoptar un cambio que afecte la comparabilidad de los resultados, es necesario indicar el cambio efectuado en los Estados Financieros y su repercusión en las cifras contables. Igualmente, esto es aplicable a la agrupación y presentación de la información.

- **REGLAS PARTICULARES**

Las reglas particulares son aplicables específicamente a los diferentes conceptos que integran los Estados Financieros; se dividen en reglas de valuación y reglas de presentación.

Las reglas de valuación son aplicables principalmente a los Estados Financieros estáticos que muestran la imagen de una situación en una fecha determinada, tal como el Estado de Situación Financiera, y señalan que es conveniente indicar en las partidas de mayor importancia las bases de valuación adoptadas. Se ha venido acostumbrando a hacer tal indicación en los renglones de inversiones en valores, inventaros, activos fijos y en los pasivos de importancia apreciable.

Las reglas de presentación son:

- a) Terminología.**

Aún cuando se presume que los lectores de los Estados Financieros tienen la preparación básica para comprenderlos, el empleo de la terminología técnica debe de ser especialmente vigilado con objeto de que su lectura no conduzca a interpretaciones erróneas y muestre con claridad la naturaleza del concepto que se indica.

- b) Extensión.**

La extensión de un estado financiero debe de ser condicionada a un tamaño convencional de lectura, sin condensar conceptos que convengan presentar en forma individual.

c) Completa Información.

Los Estados Financieros deberán de contener toda la información necesaria para que sean comprendidos razonablemente por los lectores

Las reglas particulares serán tratadas específicamente en cada uno de los conceptos que integran los Estados Financieros. Sin embargo, conviene anticipar que estos deben de reunir ciertas características generales que a continuación se menciona:

- Satisfacer necesidades generales de información.
- Ser razonables y prácticos en su aplicación.
- Originar resultados equitativos y comprensibles
- Poder aplicarlos en diversas circunstancias.
- Producir resultados comparables de periodo a periodo y también entre la información de diferentes empresas.
- Tener adaptabilidad consistente.

CAPITULO VI

CAPITAL DE TRABAJO.

6.1 Concepto de Capital de Trabajo.

Iniciaremos este capítulo retomando la definición del maestro Abraham Perdomo: "El capital de Trabajo representa el ciclo financiero a corto plazo de la empresa, que se puede definir como el tiempo promedio que transcurre entre la adquisición de materiales y servicios, su transformación, su venta y finalmente su recuperación convertida en efectivo."

El monto del capital de trabajo se obtiene como resultado de restarle al activo circulante el pasivo circulante y representa un exceso entre los bienes y derechos que podrían estar disponibles en efectivo en el término de un año, menos los pasivos exigibles en el mismo periodo.

El termino Capital de Trabajo se originó con el legendario pacotillero estadounidense, quien solía carga su carro con numerosos bienes y recorrer una ruta para venderlos. Dicha mercancía recibía el nombre de capital de trabajo porque era lo que realmente se vendía o lo que "rotaba en el camino", para producir utilidades. El carro y el caballo del pacotillero eran sus activos fijos. Generalmente, él era el dueño del carro y del caballo, y por lo tanto éstos eran financiados con "capital contable", pero el pacotillero solicitaba en préstamo los fondos necesarios para comprar la mercancía. Estos préstamos se conocían como *préstamos de capital de trabajo* y tenían que ser reembolsados después de cada viaje para demostrar al banco que el crédito era sólido. Si el Pacotillero era capaz de rembolsar el préstamo, entonces el banco le concedía otro crédito y se decía que los bancos que seguían este procedimiento empleaban políticas bancarias de naturaleza sólida

6.2 Importancia del Capital de Trabajo.

El Capital de Trabajo tiene una participación fundamental en la estructura financiera de la empresa y de los resultados de la entidad en los periodos anuales, y es de vital importancia el mantener la actuación del ente económico en un grado tal de liquidez que permita el desarrollo continuo y armónico de las

operaciones. La Liquidez se mide con lo que se conoce "la razón del circulante" que representa las veces que el pasivo circulante cabe dentro del Activo Circulante.

Los fondos para cualquier emprendimiento, se obtienen de dos maneras principales, mediante recursos propios o ajenos.

Los recursos propios, como el aporte de capital al iniciar el emprendimiento o aportes posteriores, o las ganancias no distribuidas, cuando el proyecto ya está caminando. Los recursos de terceros, como préstamos, ya sea privados o bancarios, y los créditos de los proveedores.

La empresa, por así llamarla, puede decidirse a utilizar una mezcla financiera de capital propio y ajeno y esto por varias razones. Las más importantes, redundan en *el costo de esos fondos*.

- El uso del capital ajeno incrementa las ganancias sobre el capital propio.
- El capital ajeno suele ser más barato que el capital propio, lo cual reduce el costo del capital *para* la empresa.
- El capital ajeno no afecta la posición de voto de los socios, en caso de una sociedad.
- El capital ajeno ofrece un grado de flexibilidad que puede producir un mejoramiento el rendimiento sobre la inversión.

Manejo del Capital de Trabajo:

La rentabilidad de una empresa es determinada, en parte, por la manera en que administra su capital de trabajo. Es decir, que si el capital en giro varía en relación con las ventas sin que haya un correspondiente cambio en la producción, la posición respecto de las ganancias se ve afectada. Además, si el flujo de fondos, creado por el texto del capital en trabajo a través de los distintos procesos del negocio, se interrumpe, disminuye la rotación del capital en trabajo así como también la tasa de rendimiento sobre la inversión. De ahí la importancia que se debe prestar al planeamiento Y control del capital de trabajo.

Existen dos conceptos generales de capital de trabajo: neto y bruto. El capital de trabajo neto es la diferencia entre activos y pasivos corrientes. Este concepto es útil para los grupos interesados en determinar la cantidad e índole de los activos que pueden utilizarse para pagar pasivos corrientes. Además, la suma que queda después de pagar esas deudas puede emplearse para hacer frente a las necesidades operacionales futuras. El capital de trabajo bruto es la cantidad de fondos invertida en los activos

corrientes empleados en el proceso económico de la empresa. Una de las funciones principales del encargado de las finanzas consiste en proveer la cantidad justa de capital en trabajo en el momento apropiado para que la firma pueda obtener el mayor rendimiento de sus inversiones.

El capital de trabajo permanente es la cantidad de fondos necesarios para producir los bienes o servicios precisos para satisfacer la demanda *en su* punto más bajo.

El capital de trabajo temporal o variable, es el necesario para satisfacer otros puntos de demanda. Las empresas de características, estacionales requieren más capital en trabajo temporal que las firmas no sujetas a *tales condiciones*.

Principios del capital de trabajo:

- Variado el capital de trabajo, en relación con las ventas, varía la magnitud del riesgo asumido por la empresa y aumenta la oportunidad de *ganancia o pérdida*. Este principio implica que existe una relación definida entre la magnitud del riesgo que asume la dirección y la tasa de rendimiento. Vale decir que cuanto mayor sea el riesgo que acepta una firma, tanto mayor es la oportunidad de que experimente ganancia o pérdida.
- Debe invertirse capital en cada uno de los componentes del capital de trabajo mientras sigue creciendo la posición de responsabilidad neta de la empresa. Digamos que la gerencia se encuentra ante el problema de determinar el nivel ideal de capital de trabajo.
- El tipo de capital utilizado para financiar el capital de trabajo afecta directamente la magnitud del riesgo que una firma asume, al igual que la oportunidad de ganancia o pérdida y el costo del capital.
- Cuanto mayor sea la disparidad entre los vencimientos a corto plazo de una firma y el flujo de fondos internamente generados, tanto mayor es el riesgo y Viceversa

o sea que, la base fundamental de una teoría del capital de trabajo es el riesgo. La oportunidad de ganancia o pérdida varía en relación directa con la magnitud del riesgo asumido por la empresa. Todo esto nos lleva a un proceso de toma de decisiones. La contabilidad de costos registra los movimientos de fondos originados en el sector fabril y comercial de la empresa, facilitando de esa manera la obtención de costos en progresivos grados de análisis. Esos análisis resultan, de vital importancia para cualquier emprendimiento o empresa, ya que contribuyen a

la eficiente dirección de ella v brindan racionalidad a la toma de decisiones. Cabe señalar también, que la simple existencia de un buen sistema de costos, no garantiza a un establecimiento una situación competitiva favorable, si en él está ausente la *capacidad* ejecutiva que *sepa* extraer de sus cifras conclusiones inteligentes y traducirlas en acciones *debidamente* orientadas. Pero es innegable que la empresa que disponga de buena información sobre sus costos tendrá mejores posibilidades que los competidores que carezcan de ella.

CAPITULO VII

GENERALIDADES DEL CAPITAL DE TRABAJO

1 Efectivo y valores.

a) Concepto:

El Efectivo está constituido por moneda de curso legal o sus equivalentes, propiedad de una entidad y disponibles para la operación, tales como: depósitos bancarios en cuentas de cheques, giros bancarios, telegráficos o postales, monedas extranjeras y metales preciosos amonedados.

El efectivo debe estar sujeto a libre disposición y sin restricciones.

Las inversiones temporales están representadas por valores negociables o por cualquier otro instrumento de inversión, convertibles en efectivo en el corto plazo, y tienen por objeto, obtener un rendimiento hasta el momento en que estos recursos sean utilizados por la entidad. Los valores negociables son aquellos que se cotizan en la bolsa de valores o son operados a través del sistema financiero.

Las inversiones tienen que estar sujetas a liquidez más o menos inmediata y deben haberse efectuado con el propósito de disponer de ellas dentro del ciclo financiero a corto plazo.

El efectivo y las inversiones temporales que tengan restringida su disponibilidad a un plazo mayor de un año o su destino está relacionada con la adquisición de inmuebles, planta y equipos o con la amortización de pasivos a largo plazo, no forman parte del activo circulante y por lo tanto del capital de trabajo, y su clasificación en el Estado de Situación financiera es en los activos no circulantes por formar parte del ciclo financiero a largo plazo.

b) Importancia dentro del Capital de Trabajo.

El efectivo y las inversiones temporales de inmediata realización es el concepto más importante del Capital de Trabajo. La empresa que no genera flujo de efectivo en su operación tenderá a desaparecer.

Las empresas con alta generación de efectivo tienen éxito y penetran en el mercado con cierta facilidad.

La alta generación de efectivo se realiza con productos o servicios con amplio margen de utilidad y cuyo ciclo financiero a corto plazo es reducido. Esto debe de ir acompañado de un precio competitivo, con una calidad permanente y buen servicio que le dan un valor agregado al producto o servicio.

Una medida que señala el grado de importancia en que los recursos disponibles pueden hacer frente a las obligaciones contraídas a corto plazo, se le conoce como:

c) Razón Financiera:

- **Razón de Acido o pago inmediato**

$$\frac{\text{Activos circulantes}}{\text{Pasivo a corto plazo}} = \frac{7,082}{6,606} = 1.1$$

Los activos disponibles incluyen el efectivo, las Inversiones temporales de inmediata realización y en ocasiones, las cuentas por cobrar que se presumen pueden convertirse rápidamente en efectivo.

Un resultado de 1.1 representa una medida que señala el grado en que los recursos disponibles pueden hacer frente a las obligaciones contraídas a corto plazo. En este caso las obligaciones tienen una cobertura de 1.1 a 1 lo que significa que son mayores los activos disponibles a los pasivos circulantes, pudiéndose en un momento dado, liquidarlos sin recurrir a financiamientos o a otros recursos.

- **Activos Disponibles a Capital de Trabajo.**

$$\frac{\text{Activos circulantes}}{\text{Capital de Trabajo}} = \frac{7,082}{9,014} = 78.6\%$$

El resultado de 78.6% representa la dependencia que el Capital de Trabajo tiene en la inversión de activos disponibles y es una buena medida en la influencia que tienen los activos disponibles en la estructura financiera del Capital de Trabajo.

d) Necesidades de información del efectivo y de las

inversiones temporales

El administrador requiere de información diaria del saldo del efectivo, correspondiente al cierre del día anterior, generalmente detallado en dónde se encuentra: Instituciones de Crédito, Casas de Bolsa, etc.

Lo anterior es un informe estático, pero un buen administrador requiere saber qué sucedió entre un día y otro ¿cuánto se cobró? ¿Cuánto se pagó? Para satisfacer estas necesidades de información, generalmente se prepara un informe del efectivo como el que se muestra a continuación.

Para fijar el nivel de la inversión se requiere tener conocimiento de las necesidades futuras de la empresa.

Las necesidades deben estimarse por semana, mes, trimestre, semestre y año, con el fin de tener siempre el efectivo necesario para la operación de la empresa.

Las necesidades son generalmente muy cambiantes debido a las necesidades de pago tienen ciclos de pagos diferentes como: impuestos, seguros, nóminas, amortización de adeudos, sueldos, pagos a proveedores, etc., y cuando se está invirtiendo en nuevas plantas y compras de maquinaria y equipo las fluctuaciones pueden ser muy importantes.

La empresa necesita conocer sobre los flujos de fondos y su estructura financiera para fijar los niveles apropiados de inversión que generalmente serán variables de mes a mes.

Las políticas del efectivo y de las inversiones temporales deben tener como objetivo mantener recursos suficientes para la operación de la empresa, con capacidad de maniobra elevando al máximo el rendimiento de la inversión.

Las políticas para la administración del efectivo para operación en cuanto a captación de pagos, están implícitas en las políticas para administración de cuentas por cobrar a clientes e inventarios. Las políticas para la administración de las necesidades de efectivo no radican en los procedimientos operativos, aunque se basen en ellos, sino que residen en el establecimiento de procedimientos adecuados para la planeación y control de este recurso, para prever las necesidades o disposiciones futuras de efectivo y de esta manera determinar las posibles fuentes de obtención o las posibles inversiones para su utilización. Esta planeación y control se hace por medio de la elaboración del presupuesto anual de Flujo de efectivo, y su control se hace a través de revisiones y correcciones mensuales al mismo.

e) El control del Efectivo.

El control se divide en dos partes:

- **Fondos Fijos:**

Que representan dinero en efectivo para anticipos, compras y gastos menores que se requieren en la operación de la empresa. Antes de agotarse el fondo se reembolsan a través de cheques. Se establece un monto máximo para pagos en efectivo, de conformidad a las necesidades de cada empresa.

- **Cuentas de Cheques:**

Con firmas mancomunadas para disponer de los recursos que la empresa tienen en los bancos. Los ingresos deben depositarse intactos tal y como fueron recibidos y los cheques deben expedirse en forma nominativa y de preferencia "no negociables" para acreditarse en cuenta de cheques.

f) El control de las Inversiones Temporales de inmediata realización.

Las inversiones temporales que la empresa efectúa se dividen en:

- **Inversiones de Renta Fija:**

Que generan intereses de dos formas, se compran a valor nominal y se generan intereses con el transcurso del tiempo o se compran con tasa de descuento y alcanzan su valor nominal a su vencimiento.

- **Inversiones de Renta Variable:**

Cuyo precio en el mercado aumenta o disminuye obteniendo pérdidas o utilidades. También se reciben dividendos.

En la administración Financiera, el administrador deberá de implementar todas aquellas medidas de control operativo que salvaguardan los activos y patrimonio de los socios y accionistas, manteniendo así la funcionalidad e integridad de la empresa.

La dirección de la empresa debe asegurarse del control que se ejerce del efectivo y de las inversiones temporales de inmediata realización de la empresa, para tal motivo se debe de contar con un Control Interno que permita la salvaguarda.

g) El sistema de control: Un sistema debe de incluir:

- Un plan de Organización que muestre una separación apropiada de funciones y responsabilidades.
- Un sistema de autorización y procedimiento de registro adecuados que provea un control contable exacto sobre el activo, pasivo, ingresos y gastos.
- Procedimientos de fondo que deban seguirse en relación con los deberes y obligaciones de cada uno de los departamentos que integran la organización, las cualidades y conocimientos que deberá reunir el personal de acuerdo con sus atribuciones.

2 Cuentas por Cobrar.

a) Concepto:

Dentro del concepto general se incluyen los documentos por cobrar a clientes que representan derechos exigibles, que han sido documentados con letras de cambio o pagares.

Las cuentas por cobrar se clasifican atendiendo a su origen, por ejemplo: a cargo de clientes, a cargo de compañías afiliadas, empleados, etc., separando los que provengan de ventas y servicios de los que se tengan otro origen.

Los derechos exigibles por los conceptos anteriores que forman parte del Capital de Trabajo, son aquellos que tienen vencimientos a corto plazo y que, por lo tanto, su cobro es en el término de un año o dentro del ciclo financiero a corto plazo de la entidad, si éste es mayor a un año

Las cuentas por cobrar representan aplicaciones de recursos de la empresa que se transformarán en efectivo para terminar el ciclo financiero a corto plazo.

a) Importancia dentro del Capital de Trabajo.

Las cuentas por cobrar constituyen uno de los conceptos mas importantes del activo circulante. La importancia está relacionada directamente con el giro del negocio y la competencia.

En las tiendas de Autoservicio no tiene importancia debido a que la venta en este negocio se efectúa de contado.

En tiendas Departamentales su importancia depende de la orientación que la administración le dé a las operaciones del negocio. Algunos operan básicamente en operaciones de contado, otros tienen una mezcla de contado y crédito y existen otros negocios que su venta principal es a crédito.

Generalmente en la empresa la inversión en cuentas por cobrar representa una inversión muy importante.

Una de las medidas para conocer la inversión que se tiene en cuentas por cobrar es la relación de la inversión al capital de trabajo y al Activo Circulante, y se obtienen a través de pruebas de liquidez:

c) Razones Financieras:

Cuentas por cobrar a capital de Trabajo

<u>Cuentas x Cobrar Netas</u>	<u>6,150</u>	
Capital de Trabajo	= 9,014	=68.23%

El resultado de 68.2% representa la dependencia que el Capital de Trabajo tiene en la inversión de cuentas x cobrar y es una buena medida en la influencia que tienen las cuentas por cobrar en la estructura financiera del Capital de Trabajo

Cuentas por cobrar a Activo Circulante

<u>Cuentas x Cobrar Netas</u>	<u>6,150</u>	
Activo Circulante	= 15,620	= 39.37%

El resultado de 39.4% representa la importancia que la inversión en cuentas x cobrar tiene en el total de la inversión del Activo Circulante

La administración y políticas de crédito están estrechamente relacionadas con el giro del negocio y la competencia del mercado en que la empresa opera.

Dependiendo del giro del negocio y la competencia se otorga el crédito a los clientes, el cuál representa el tiempo que transcurre entre la fecha de la venta y la fecha que recobra, o se recibe en efectivo el importe de la venta. Por lo tanto, las ventas a crédito se transforman en Cuentas por Cobrar representando generalmente en la empresa una importante inversión del Activo Circulante.

Algunos giros de negocios como las tiendas de Autoservicios no otorgan crédito, su venta es de contado y esto ha sido su estrategia de comercialización para vender a precios reducidos, debido a dos factores:

- Se elimina el costo de Financiamiento de los Inventarios porque se realiza a través de crédito de Proveedores que otorgan a la empresa sin ningún costo, sin que se utilice el Capital de la empresa, además los Inventarios tienden a una mayor rotación

y los términos de pago son generalmente coincidentes o mayores con la venta de los Inventarios y también debido a la eliminación del costo de financiamiento de las cuentas por cobrar se determina por ser ventas al contado.

- La inversión de las cuentas por cobrar se determina por el volumen de las ventas a crédito y por el promedio de días que transcurren entre las fechas de venta y cobranza.

d) Razones Financieras:

Para medir la inversión en cuentas por cobrar se efectúan pruebas de liquidez. Se calcula generalmente la relación que existe entre las cuentas por cobrar y las ventas y la rotación de las cuentas por cobrar como sigue:

Cuentas por cobrar a Ventas

$$\frac{\text{Cuentas x Cobrar Netas}}{\text{Ventas Netas + IVA}} = \frac{6,150}{17,185} = 35.79\%$$

El resultado representa el porcentaje de las ventas anuales que están pendientes de ser liquidadas por los clientes.

Para ser una medida correcta deben de tomarse las ventas netas a crédito, las cuales están relacionadas con las cuentas por cobrar a clientes

Rotación de Cuentas por cobrar

Ctas. x Cobrar a ventas x días en el año = días cartera

$$0.357 \quad \times \quad 365 \quad = \quad 130.31$$

Ctas x Cobrar a ventas x meses en el año = días cartera

$$0.357 \quad \times \quad 12 \quad = \quad 4.28$$

a) Políticas de Crédito.

Las políticas de crédito deben tener como objetivo elevar al máximo el rendimiento sobre la inversión. Las políticas que otorgan plazos de crédito muy reducidos, normas crediticias estrictas y una administración que otorga o rechaza el crédito con lentitud restringen las ventas y la utilidad de manera que a pesar de la reducción de la inversión en cuentas por cobrar, la tasa de rendimiento sobre la inversión de los accionistas será mas baja de la que se puede obtener con niveles mas altos de ventas y cuentas por cobrar.

El otorgamiento de crédito conlleva las pérdidas por cuentas incobrables, los costos de investigación de crédito del cliente, los gastos de cobranza y la financiación de las cuentas por cobrar.

Para evaluar el crédito los administradores deben de considerar: La solvencia moral del acreditado, la capacidad financiera de pago, las garantías específicas y las condiciones generales de la economía o del mercado en que se opera.

La información se obtiene de varias fuentes incluyendo la experiencia anterior. Si la cuenta es nueva es una práctica normal solicitar Estados Financieros auditados, declaración de Impuestos, cartas de solvencia de las instituciones de crédito con las que opera.

Los informes de Intercambio revelan la formalidad de los pagos del cliente, los montos de crédito, los clientes que han sido puestos en las listas negras por insolventes.

También existen agencias de información de crédito y una fuente alterna de información son las centrales de tarjetas de crédito.

La responsabilidad de fijar las políticas de crédito recae en la Dirección de Finanzas en coordinación con las direcciones de comercialización y ventas. La dirección general debe de conocerlas y aceptarlas.

La administración de Cuentas por Cobrar tiene que fijar las políticas, siendo las principales.

- **Reducir al máximo la inversión de cuentas por cobrar en días cartera:**

Sin afectar las ventas y comercialización de las mercancías o servicios. Al reducir los días cartera se maximiza la inversión, transformándose las cuentas por cobrar en efectivo.

- **Administrar el Crédito.**

Que se otorga a los clientes con procedimientos ágiles y términos

competitivos que permitan a la empresa obtener un valor agregado, por lo anterior se requiere de un sistema de información con todos los datos necesarios actualizados, que permita tomar decisiones firmes y ágiles.

- **Evaluar el crédito en forma objetiva.**

Que dé como resultado una mínima pérdida por cuentas incobrables. La evaluación del crédito debe ser estudiada tomando en cuenta: el monto, el tiempo del crédito y el mercado en que participa la empresa.

- **Mantener la inversión en cuentas por cobrar al corriente:**

La inversión en cuentas por cobrar debe de ser vigilada en cada cliente en particular, de conformidad a lo pactado o acordado tomando acción sobre la cartera vencida.

- **Vigilar la exposición de las cuentas por cobrar ante la inflación y devaluación de almoneda.**

Las cuentas por cobrar son activos monetarios que están expuestos a la inflación y las cuentas por cobrar en moneda extranjera están además expuestas a la devaluación de la moneda

- **El periodo de crédito.**

El otorgamiento de más días de crédito estimula las ventas, pero tiene un costo financiero al inmovilizar la inversión en cuentas por cobrar aumentando los días de cartera y disminuyendo la rotación.

3 Inventarios.

a) Concepto:

Los inventarios constituyen los bienes de una empresa destinados a la venta o a la producción para su posterior venta, tales como Materias Primas, Producción en Proceso, artículos terminados y otros materiales que se utilicen en el empaque, envase de mercancías que se consuman en el ciclo normal de operaciones.

La finalidad de los Inventarios en las empresas mercantiles e industriales es ser el motor de la venta, lo que producirá la utilidad a través de un precio superior al costo de adquisición y/o fabricación.

Los Inventarios están constituidos en varias categorías como: Materias Primas, Empaque, Producción en Proceso, Artículos Terminados producidos por la compañía o Artículos de compra - venta.

b) Importancia dentro del Capital de Trabajo:

Los Inventarios, junto con las cuentas por cobrar, constituyen la principal inversión dentro de los conceptos que dan origen al capital contable. La Administración de los Inventarios es de significativa importancia, primero por el monto de la inversión que

generalmente se requiere, así como la complejidad y grado de dificultad que implica una administración financiera efectiva, la que tendrá como fin principal mantener y/ o aumentar la productividad de la empresa.

Los Inventarios requieren para su correcta administración de un amplio grado de planeación, necesarias para mantener inventarios razonables dentro de las necesidades de la empresa. Para lograr una administración efectiva es necesario establecer políticas.

Las políticas para administrar los Inventarios deben ser formuladas conjuntamente por las áreas de ventas, producción y finanzas. Estas políticas consisten principalmente en la fijación de parámetros para el control de la Inversión, mediante el establecimiento de niveles máximos de Inventarios que produzcan tasas de rotaciones aceptables y constantes. Los niveles máximos se establecen en días de producción para las materias primas y productos en procesos y en días de venta para los productos terminados.

La determinación de los días de producción o venta que se considere necesario mantener en existencia bajo circunstancias normales, debe ser determinada después de un estudio cuidadoso puesto que el exceso de Inventarios se traduce en Inversión no productiva y la falta de ellos en bajas en la producción y pérdida de ventas.

Como parte del capital de Trabajo las técnicas de análisis de los Inventarios forman parte de las que miden la liquidez y solvencia financiera.

c) Razones Financieras:

• Rotación de Inventarios:

Su resultado representa la velocidad con que se mueven los Inventarios dentro de la empresa.

$$\frac{\text{Inventarios (netos)}}{\text{Costo de Ventas}} = \frac{8,320}{16,700} \quad 49.82\%$$

El resultado representa que se tiene una inversión que da cobertura al 49.8% de las ventas. El porcentaje puede convertirse en días multiplicado $365 \times 49.8\%$ obteniéndose 182 días de cobertura. Otra forma de representar, es con el número de veces que los Inventarios caben dentro del costo de ventas o también se puede entender que al Inventario se le dan dos vueltas en el periodo. Esta razón puede también utilizarse en unidades vendidas y con unidades en Inventario y mostrará cuantas veces se venden los

Inventarios en el periodo.

Inventarios a Capital de Trabajo.

Representa la parte que constituyen los inventarios del capital de trabajo.

<u>Inventarios (netos)</u>	<u>8,320</u>	
Capital de Trabajo	= 10,500	79.24%

La razón expuesta muestra que los Inventarios representan el 79.2% del capital de Trabajo. Si esta razón es superior al 100% del capital de Trabajo, puede indicar una sobre existencia en Inventarios. Esta razón mide la dependencia del Capital de Trabajo respecto de los Inventarios

d) Necesidades de Información del Inventario:

La dirección encargada del manejo y monto de los Inventarios requiere tener por lo menos un conocimiento continuo respecto a lo siguiente:

- Estado actual de los Inventarios
- Localización de los Inventarios
- Antigüedad o añejamiento de los Inventarios
- Existencias actuales de los Inventarios
- Consumo o venta anual
- Lote óptimo económico de los principales Inventarios.
- Comparación de las existencias con máximos y mínimos.
- Costos actuales y sus tendencias
- Precios de las materias primas, empaque y productos terminados
- Problemas de abastecimiento

Nivel de Inversión

El nivel de inversión de los Inventarios debe ser lo suficientemente grandes para poder servir a la producción y al mercado, y esto trae consigo la determinación de políticas para su administración financiera.

Las empresas manufactureras casi universalmente tienen tres clases de Inventarios. Materias Primas, Producción en Proceso y productos terminados y cada uno de estos Inventarios requiere un nivel de existencias que debe estar basado en ciertas premisas adoptadas después de haber sido aprobadas por la administración. Así, tenemos que los Inventarios de Materias Primas deben tener un nivel que refleje la producción programada por la empresa, tomando en cuenta la respuesta de los proveedores en su suministro así como la estacionalidad de éstas, si es que esto es factor determinante en la producción, la programación de las operaciones para la producción en donde intervienen estas materias primas, la eficiencia de la función de compras, la seguridad y confiabilidad que ofrecen las fuentes de suministro.

Por lo que se refiere al trabajo de Producción en Proceso, éste está fuertemente determinado por los consumos que se requieren y la duración del periodo de producción, que representa el tiempo que transcurre entre la fecha que se entrega la materia prima en la línea de producción y la fecha en la que sale el producto terminado de producción.

El nivel de los Inventarios de Productos Terminados es el resultante de la coordinación entre la producción y las ventas presupuestadas, pero modificado por la realidad que lo afecta. Al aumentarse la rotación de los Inventarios puede llegar a reducirse la inversión.

Según algunos estudios, los Inventarios de las empresas en razón total de los activos o el importe de las ventas pueden fluctuar entre el 12 o 20%, lo que representa 45 o 75 días de venta aproximadamente.

Las principales causas que son determinantes de la Inversión son:

- En nivel de Ventas
- La duración y la tecnología en el proceso productivo.
- La durabilidad y la naturaleza de los productos perecederos y estacionales

e) Políticas de Inventarios:

El principal Objetivo es elevar al máximo el rendimiento sobre la inversión, satisfaciendo las necesidades del mercado.

La adquisición de Inventarios conlleva un costo de mantenimiento del Inventario y otros costos adicionales.

Las políticas de Inventarios deben ser fijadas para cada uno de los diferentes Inventarios: como Materias Primas, de Empaque, producción en proceso y Terminado, artículos de Compra venta, porque cada uno de estos activos presentan condiciones peculiares para su administración, específicas para su compra, consumo, procesamiento, venta, etc. etc.

La administración de los Inventarios tiene que fijar las políticas, siendo las más importantes:

- Reducir al máximo la inversión de Inventarios en días de inversión sin afectar las ventas y al proceso productivo.
- Obtener el máximo financiamiento (sin costo) a través de los proveedores.

El Financiamiento no sólo incluye el monto del crédito sino también el plazo de pago. Cuando el crédito de proveedores es mayor que el tiempo en que los Inventarios se venden, se produce una utilidad financiera que no se refleja como tal en la información financiera. La utilidad se genera porque se tienen recursos a través del

financiamiento de proveedores sin costo de oportunidad.

- Fijar el nivel aceptable de surtido de productos en los pedidos de los clientes.
- Mantener un nivel de existencias ABC.
- Vigilar la exposición de los inventarios ante la inflación y la devaluación de la moneda.

Los Inventarios son activos no monetarios que están expuestos a la inflación y la devaluación de la moneda.

f) Razones Financieras:

Como parte del Capital de Trabajo las técnicas de análisis de los Inventarios forman parte de las que miden la liquidez y solvencia financieras, siendo las más comunes:

• Rotación de Inventarios:

Su resultado representa la velocidad con que se mueven los Inventarios dentro de la empresa.

Se calcula dividiendo el importe de los Inventarios entre el importe del costo de ventas futuras.

<u>Inventarios (Netos)</u>	<u>8,320.00</u>	49.82%
Costo de Ventas	16,700.00	

El resultado representa que se tiene una inversión que da cobertura al 49.8% de las ventas del próximo año. El % puede convertirse en días multiplicando 365 por 49.8% obteniéndose 182 días de cobertura.

Otra forma de medir la rotación de Inventarios sería a la inversa:

<u>Costo de Ventas</u>	<u>16,700.00</u>	2.01
Inventarios (Neto)	8,320.00	

Representa el número de veces que los inventarios caben dentro del costo de ventas o también se puede entender que al Inventario se le dan dos vueltas en el periodo.

Esta razón puede aplicarse con unidades vendidas y con unidades de los inventarios, ya que significa que con Inventarios menores se da servicio al mercado, mejorando la productividad de la empresa.

• Inventarios a Capital de Trabajo.

Se obtiene un porcentaje dividiendo el Inventario entre el Capital de Trabajo y el resultado representa la parte que constituyen los Inventarios del Capital de Trabajo.

<u>Inventarios</u>	<u>8,320.00</u>	79.24%
Capital de Trabajo	10,500.00	

La razón muestra que los Inventarios representan el 79.2% del Capital de Trabajo. Si esta razón es superior al 100% del capital de trabajo, puede generalmente indicar una sobre existencia en Inventarios.

Esta razón mide la dependencia del Capital de Trabajo respecto de los Inventarios y siendo estos uno de los principales elementos que lo integran debe de ser medido, vigilado y sometido a posibles reducciones en su valor.

- **Inventarios a Activos Circulantes:**

Se obtiene un porcentaje dividiendo el Inventario entre le Total de Activos Circulantes y representa la parte que constituyen los Inventarios del total de Activos circulantes. Nos sirve para medir y vigilar la Inversión en Inventarios y un porcentaje superior al 50% de los activos circulantes generalmente pueden indicar una sobre existencia que debe someterse a posibles reducciones en su valor.

<u>Inventarios</u>	<u>8,320.00</u>	41.60%
Activo Circulante	20,000.00	

La razón arriba expuesta muestra que los Inventarios representan el 41.6% del Activo Circulante.

- **Inventarios a Activos Totales.**

Se obtiene un porcentaje dividiendo el Inventario entre el Total del Activo y representa la participación que los Inventarios entre el total de Activo y representa la participación que los Inventarios tienen en el total de Activos.

<u>Inventarios</u>	<u>8,320.00</u>	13.42%
Activo Total	62,000.00	

La razón muestra que los Inventarios representan el 13.4% del Activo Total.

- **Inventarios a Capital Contable.**

Representa la parte de la propiedad de los accionistas que ha sido invertida en Inventarios. Al igual que las otras razones anteriores nos sirve para medir y vigilar el monto de los Inventarios, teniendo el Capital Contable como punto de Referencia.

<u>Inventarios</u>	<u>8,320.00</u>	33.55%
Capital Contable	24,800.00	

El resultado muestra que los Inventarios representan el 33.5% de la inversión de los accionistas.

Todo análisis debe concluir con uno o varios hechos, con un conocimiento de la razón, del porque de ellos, de si influencia sobre la razón y sus rendimientos e incluso su trascendencia en la administración y en su acción correctiva.

4 Cuentas por pagar.

a) Concepto:

Los documentos y cuentas por pagar representan obligaciones presentes provenientes de las operaciones de transacciones pasadas, tales como la adquisición de mercancías o servicios o por la obtención de préstamos para el financiamiento de los bienes que constituyen el activo.

Los adeudos por los conceptos anteriores que forman parte del capital de trabajo son aquéllos que tienen vencimientos a corto plazo y que por lo tanto se tiene la obligación de liquidarlos en el término de un año o dentro del ciclo financiero a corto plazo de la entidad si éste es mayor a un año.

Las cuentas por pagar a proveedores representan financiamientos que recibe la empresa que no tiene costo.

b) Razones Financieras:

Una medida importante es conocer el financiamiento que se recibe de proveedores que tienen como origen la adquisición de Inventarios para la producción o venta. Es necesario contar con información relativa a los pasivos relacionados con proveedores para aplicar la siguiente fórmula:

Financiamiento de proveedores

<u>Proveedores</u>	<u>4,182</u>	
Inventarios	= 8,320	50.26%

El resultado de 50.3% representa el financiamiento sin costo que se ha recibido de los proveedores sobre la inversión en Inventarios.

Las políticas para la administración de Cuentas por Pagar deben ser formuladas por las áreas de finanzas y compras con el conocimiento y aceptación de la Dirección en General. El establecimiento y seguimiento de estas políticas es importante para la eficiencia de la administración de este financiamiento que influye directamente en el costo de este financiamiento.

La buena o mala administración de las Cuentas por Pagar afecta directamente en la Liquidez de la empresa y el flujo del efectivo.

Para una buena administración de las cuentas por Pagar es necesario contar con información veraz y oportuna de la empresa que permita tomar decisiones todos los días.

La información puede ser:

- Relativa del presupuesto operativo de la empresa.
- La información actual.
- Programas globales de pagos modificados mensualmente, una vez que se conozcan los datos reales del mes anterior y se pueden llevar a cabo las modificaciones para los meses siguientes.
- Informe sobre cuentas que se han dejado de pagar por problemas varios como calidad, surtidos incompletos, descuentos rechazados por el proveedor, aumento de precios del proveedor que no fueron notificados y con los que no se está de acuerdo, etc.
- Informe de días de Inventarios financiados por proveedores y su explicación si el número de días está fuera de parámetros.
- Informe periódico (semanal o quincenal) a tesorería de los saldos de cuentas por pagar que deben de liquidarse, calendarizado por día para los próximos 15 días por lo menos.

Este informe debe complementarse con los datos de pagos que deban hacerse por concepto de nóminas, impuestos, honorarios y otros de esta manera se tengan un programa de pagos y se conozca las necesidades del efectivo.

c) Políticas de Financiamiento:

El nivel de las cuentas por pagar está determinado en forma importante por el nivel de compras de Inventarios, pues son éstos

los que fijan las erogaciones que deben hacerse en los días y meses siguientes. En menor grado pero también en forma significativa influyen los conceptos de gastos que son necesarios de pagar como nóminas, servicios recibidos, fletes, impuestos, útiles y accesorios y gastos acumulados que no afectan directamente el inventario.

El nivel de las cuentas por pagar se verá afectado en forma muy importante por la acción de tesorería de la empresa, la que decide el monto de lo que debe pagarse o dejarse pendiente, de acuerdo a los fondos existentes para poder cumplir con las obligaciones en un momento determinado.

Hay que recordar que el objetivo de los financiamientos con las cuentas por pagar es obtener el mayor financiamiento y en algunas ocasiones se obtienen créditos "especiales" con proveedores, mediante la negociación de recibir extensión de plazo de crédito en compras particularmente grandes o de ciertas características.

Las condiciones crediticias especiales se obtienen cuando el proveedor fomenta el aprovisionamiento del Inventario con anticipación a su época de venta. El proveedor ofrece fechas estacionales de pago que requieren su liquidación sólo después de que la venta estacional esté muy avanzada.

También puede obtenerse condiciones crediticias especiales en el caso de introducción de productos promocionales, novedosos o nuevos para la introducción en el mercado.

Las empresas que tienen problemas de pago y que sean consumidores o distribuidores importantes, pueden convencer a sus proveedores que los adeudos atrasados sean considerados para liquidarse con pagos diferidos durante los próximos meses o años. En estos casos se espera que las nuevas compras sean en cuenta abierta y en condiciones normales para ser pagadas en su vencimiento. Las perspectivas de mas negocios y la mejoría en el futuro estimulan a o los proveedores aceptar acuerdos de pago diferidos.

El nivel de Cuentas por Pagar debe vigilarse en razón de la solvencia de la empresa la que tiene que tener una relación del monto del pasivo al valor del Capital Contable de la empresa.

POLITICAS DE FINANCIAMIENTO CON CUENTAS POR PAGAR.

Las políticas de financiamiento con Cuentas por Pagar tienen como objetivo **elegir al máximo el financiamiento que no tiene costo para la empresa, obtener descuentos por pronto pago**

o anticipado cuando se presenten condiciones para ser negociados y establecer el nivel de endeudamiento de la empresa.

d) Objetivos de las Políticas de Financiamiento:

La responsabilidad de fijar las políticas de financiamiento recae en la administración financiera en coordinación con la dirección de compras. La dirección general debe de conocerlas y aprobarlas.

- **Política de elevar al máximo el financiamiento que no tiene costo.**

Consiste principalmente en la fijación de parámetros que se reciben de los proveedores y el aprovechamiento de los descuentos de pronto pago o pago anticipado.

- **Política de días de crédito.**

Esta política se fija con parámetros en términos de días de crédito y se asignan según los diferentes insumos que se adquieren.

La oferta y la demanda del mercado en cada grupo de insumos es diferente, y dependiendo de esta debe se establecen los días de crédito de financiamiento.

El negociar con proveedores mejores términos de financiamiento tiene el peligro de incrementos en precios de compra o una baja en la calidad de insumos. Es importante que los insumos sean cotizados por lo menos por dos proveedores y que se ejerza un control estricto en la calidad de los insumos adquiridos.

- **Política de aprovechamiento de los descuentos de pronto pago o pago anticipado.**

Debe señalar como regla general que debe negociarse si el descuento es mayor al costo de oportunidad del mercado.

Una parte importante de la administración financiera de las cuentas por pagar lo constituye el contacto formal y continuo de los departamentos de compras y finanzas con los proveedores más importantes, tratando de optimizar plazos, descuentos, etc. lo que repercutirá en ganancias para la compañía.

- **Política del nivel de endeudamiento de la empresa.**

Está relacionada con los límites de solvencia que la empresa pueda tener: La relación que deben tener los pasivos con el Capital Contable de la empresa, generalmente es de una relación de deuda/capital de 40%/60% la que se considera conservadora, la relación 45% /55% es normal y la de 50%/50% es agresiva.

5 Otras Cuentas por Pagar.

Este concepto no tiene la importancia que tienen las cuentas por pagar a Proveedores sino su importancia puede decirse es de magnitud secundaria. Sin embargo, como parte del Capital de Trabajo está también sujeto a un presupuesto, a un control y un registro adecuado como todos los conceptos que forman parte de los Estados Financieros de la empresa.

Forman parte de este concepto todas las operaciones individuales que no provengan de operaciones representativas de producción de venta, ni constituyan operaciones rutinarias sino más bien esporádicas.

a) Los Financiamientos a Corto Plazo.

Los Financiamientos a corto plazo representan las deudas que van a ser liquidadas dentro de un periodo de un año.

La composición del Capital de Trabajo comprende varios conceptos, siendo las Inversiones principales de la empresa las Cuentas por Cobrar, los Inventarios y los pasivos más importantes de las Cuentas por pagar y la deuda a corto plazo.

Los financiamientos a corto plazo pueden obtenerse principalmente a través de la Banca Comercial o múltiple y Organizaciones auxiliares de Crédito, Banca de Desarrollo, financiamientos del sistema bursátil y arrendamiento.

Para obtener financiamiento las empresas deben tener políticas administrativas que mantengan la liquidez y el endeudamiento de la empresa.

b) Importancia dentro del Capital de Trabajo.

Los financiamientos a corto plazo representan en muchas empresas un pasivo circulante significativo. En épocas de Inflación, cuando la moneda pierde su poder de compra, la empresa tiene que acudir a este financiamiento para financiar el Capital de Trabajo.

Los financiamientos a corto plazo son usados en la empresa para obtener efectivo para hacer frente a la demanda del mercado y a los ciclos de producción y venta.

Dependiendo del giro de la empresa pueden requerirse fondos en ciertos meses de los años, esto depende si es un giro denominado estacional, un ejemplo de ello es la industria de los juguetes.

Los financiamientos a corto plazo en el pasivo a corto plazo incluyen; los préstamos contratados a corto plazo, la porción de la

deuda a largo plazo que vence durante el ciclo financiero a corto plazo y los intereses derivados de la deuda que vencen durante el año a los que denominaremos "Deuda a corto plazo", por lo que se aplica la siguiente fórmula

c) Razones Financieras:

Deuda a corto plazo a capital de Trabajo

<u>Deuda a corto plazo</u>	<u>92,448</u>	
Capital de Trabajo	= 106,728	86.62%

El resultado del 86.6% representa la dependencia que el Capital de Trabajo tiene con los financiamientos a corto plazo y es una buena medida para conocer la influencia que tienen los Financiamientos a Corto Plazo en la estructura financiera del Capital de Trabajo.

Deuda a corto plazo a Pasivo Circulante

<u>Deuda a corto plazo</u>	<u>92,448</u>	
Pasivo a corto plazo	= 197,607	46.78%

El resultado del 46.8% representa la importancia que la deuda a corto plazo tiene en el total del Pasivo a corto plazo.

La buena o mala administración de los Financiamientos a corto plazo afecta directamente la liquidez de la empresa y el flujo de efectivo.

d) Necesidades de Información de los financiamientos a corto plazo

Una buena administración requiere información de los financiamientos a corto plazo contratados y sus vencimientos por semana, trimestre, semestre y año para poder ser programados con la debida anticipación para su pago.

La administración de Tesorería requiere conocer los vencimientos que deben liquidarse. Esto incluye los intereses acumulados que

deberán de pagarse.

Los informes generalmente deben contener la siguiente información:

1. Fecha del Crédito
2. Nombre del acreedor
3. Tipo o clase de Financiamiento
4. Monto del Principal
5. Intereses acumulados
6. Total del Crédito
7. Fecha de vencimientos que generalmente se distribuyen por semana, mes, trimestre, semestre y año para conocer el total de las necesidades futuras en cada periodo.

La necesidad anterior es con el fin de conocer con anticipación los montos y vencimientos que hay que liquidar.

- **Nivel de financiamientos a corto plazo.**

Este nivel está determinado en forma importante por el nivel requerido en las necesidades del Capital de Trabajo.

Las necesidades del Capital de Trabajo fluctúan dependiendo de las necesidades del mercado y por la inflación cuando ésta es importante, debido a que se requieren mayores recursos por la pérdida del poder adquisitivo del dinero, es importante mencionar el correcto manejo de estos recursos repercutirá en la solvencia de la empresa.

6 Fuentes de Financiamiento

a) Concepto:

Los financiamientos a corto plazo representan las deudas que van a ser liquidadas dentro de un periodo de un año.

Existen varios tipos de crédito a corto plazo y el Administrador Financiero debe conocer las ventajas y condiciones de cada una.

EL Financiamiento temporal del Capital de Trabajo se financia con Crédito a corto plazo.

La composición del capital de trabajo comprende varios conceptos, siendo las inversiones principales de la empresa las cuentas por cobrar, los inventarios y los pasivos mas importantes las cuentas por pagar y la deuda a corto plazo.

Los financiamientos a corto plazo se pueden obtener principalmente

a través de la Banca Comercial o múltiple y Organizaciones auxiliares de Crédito, Banca de Desarrollo, financiamientos del sistema bursátil y arrendamientos.

Para obtener financiamiento las empresas deben tener políticas administrativas que mantengan la liquidez y el endeudamiento de la empresa.

b) Importancia en el Capital de Trabajo:

Los financiamientos a corto plazo representan en muchas empresas un pasivo a corto plazo significativo. En épocas de inflación, cuando la moneda pierde su poder de compra, la empresa que acudir a este financiamiento para financiar el Capital de Trabajo.

Los Financiamientos a corto plazo son usados en la empresa para obtener efectivo para hacer frente a la demanda del mercado y a los ciclos de producción y venta cambiantes durante el año; dependiendo del giro de la empresa pueden requerirse fondos en ciertos meses del año.

Los financiamientos a corto plazo en el pasivo a corto plazo incluyen: los préstamos contratados a corto plazo, la porción de la deuda a largo plazo que vence durante el ciclo financiero a corto plazo y los intereses derivados de la deuda que vencen durante el año a lo que denominará "Deuda a corto plazo"

Para conocer la significación que los financiamientos a corto plazo tienen en relación al Capital de Trabajo, se aplica la siguiente formula:

Deuda a corto plazo a capital de trabajo				
Deuda a corto plazo	=	92,448		86.62%
Capital de trabajo		106,728		

El resultado del 86.6% representa la dependencia que el Capital de Trabajo tiene con los financiamientos a corto plazo y es buena medida para conocer la influencia que tienen los financiamientos a corto plazo en la estructura financiera del Capital de Trabajo.

Deuda a corto plazo a pasivo a corto plazo.				
Deuda a corto plazo	=	92,448		46.78%
Pasivo a corto plazo		197,607		

El resultado del 46.8% representa la importancia que la deuda a corto plazo tiene en el total del pasivo a corto plazo.

La buena o mala administración de los financiamientos a corto plazo afecta directamente la liquidez de la empresa y el flujo de efectivo.

c) Políticas de los Financiamientos a corto plazo.

Las políticas para la administración de los financiamientos a corto plazo deben ser formuladas por el área de finanzas, con el conocimiento y aceptación de la Dirección General. El establecimiento de estas políticas es importante para la eficiencia de la administración de este financiamiento.

• Políticas de Liquidez.

Se refieren a utilizar en forma productiva los activos propiedad de la empresa, esto es, como elemento básico para la obtención de una rentabilidad satisfactoria sobre el monto de la inversión en los activos.

También la Liquidez se refiere al monto y composición del pasivo a corto plazo, así como su relación con el activo circulante que es la fuente de recursos para hacer frente a obligaciones contraídas.

Las razones financieras empleadas para su análisis son:

- Pruebas de liquidez
- La prueba de Ácido o pago inmediato.

• Políticas de solvencia financiera:

Se refiere a la capacidad de la empresa para cubrir sus obligaciones a largo plazo a su vencimiento y sus costos e intereses.

• Políticas de Endeudamiento.

Definen a la administración a conservar una estructura financiera equilibrada y tienen como objetivo el controlar el uso y magnitud del financiamiento externo.

Algunas de estas políticas son de financiamiento externo, financiamiento en moneda extranjera y el apalancamiento.

- Obtener los financiamientos apropiados para el destino del crédito a las mejores tasas del mercado.

Los prestamos de la Banca Comercial o múltiple están estructuradas para el destino o uso del crédito y así deben contratarse sin cambiar su objetivo porque pierden su

operatividad. La Banca de Desarrollo tiene créditos blandos (Intereses Preferenciales) para el apoyo de actividades prioritarias.

CASO PRÁCTICO

CASO PRÁCTICO

A continuación se presenta el perfil industrial de la empresa a la que nos enfocaremos en este estudio, la cual denominaremos "El mundo Feliz, S.A. de C.V."

Fundada en 1911 por inmigrantes españoles, es una empresa familiar y actualmente está administrada por la tercera generación de esta familia. El nivel de ventas, la posición de los productos en el gusto del consumidor, el número de empleados y diversos factores la colocan como la 4ta. Empresa más importante del sector en el país.

Los productos comercializados son líderes en el mercado dentro del sector y categoría que les corresponde; así mismo, ha establecido relaciones comerciales con tres de las compañías de vinos más importantes del mundo, con la estadounidense E&J Gallo, la chilena Viñas de Tarapacá Ex -Zavala y la Argentina Finca Las Moras.

La participación de la empresa en sector de las exportaciones de Tequila a Granel la posicionan en el 5to lugar, exporta productos envasados a 10 países.

La división de sus productos se dividen en: Destilados, Vinos, licores y Coctelería

División	Productos/Marcas
Destilados	Tequila, Ron, Vodka, Ginebra
Vinos	Tres Coronas, Tarapacá, E & J Gallo
Coctelería	Jarabes, Mixe's, Margarita Careyes, Licor de Café
Licores y cremas	Rompope, Licores y cremas varios sabores, Anís, Glenbay's

Infraestructura:

Las oficinas corporativas se encuentran en la Cd. De México, donde se coordinan todas las operaciones de la compañía.

Los centros de Producción están ubicados estratégicamente:

- Planta de San Juan del Río, Querétaro

Donde se lleva a cabo la producción y embotellado de Tequilas Mixtos, Destilados y Vinos.

- Planta de Tototlán, Jalisco

Donde se realiza la producción del Tequila 100% agave y el embotellado del tequila 100%

La infraestructura de Distribución la integran 5 centros en la Republica Mexicana

- D.F.
- Querétaro
- Monterrey
- Guadalajara
- Tijuana

El organigrama de la empresa esta dividido en 5 direcciones que tienen a cargo los siguientes objetivos:

Funciones y objetivos de las áreas:

- **Dirección de Operaciones (Logística-Distribución-Planeación de Inventarios y compras de P.T. Importado)**

Esta área planea las compras de P.T. basados en los pronósticos de venta, trabajará en forma conjunta con las áreas de Comercio Exterior y Producción para poder abastecer los niveles de Inventario mínimos de Producto Terminado para poder cumplir con los compromisos de venta. Planeará las compras de importación con un periodo mínimo de 3 meses. Administra los Centros de Distribución para poder cumplir con los objetivos principales, entrega del producto en tiempo de

satisfacción del cliente al menor costo de distribución.

Dentro de las políticas del área es establecer los objetivos de costos de distribución, costos de operación en los CEDIS, tiempos de entrega a los clientes, negociar porcentajes de distribución logísticos con las grandes cadenas de Autoservicios.

Vigilar el correcto manejo de los inventarios, para poder contar con inventarios confiables y que los responsables de cada CEDIS hagan un manejo honesto de los mismos.

- **Dirección de Producción (En Proceso y Embotellado-Compras de Materia Prima, Empaque, Control de Calidad)**

En esta área se administra la parte operativa de las plantas (Querétaro y Guadalajara) por lo que se agrupan las áreas de Compras (Materia Prima y Empaque) control de Calidad, producción en proceso y terminado.

Compras tiene por objetivo conseguir los materiales en las condiciones de calidad requeridas por el área de Control de Calidad.

Se cuenta con proveedores fijos de Botellas, corrugados, divisiones, etiquetas y tapas, los cuales se han determinado por las condiciones específicas que debe contener los materiales, se tienen proveedores de Canadá, Italia y EU.,

Así mismo, se cuenta con otro tipo de proveedores fijos como por ejemplo, para la compra de las Materias Primas, siendo incluso de otros países, ejemplo de ello es Whisky y Cordial Cream cuyo proveedor es de E.U., , Cascara de Naranja Deshidratada, de Haití.

El comportamiento de los mercados en algunos de los productos también nos obligan a tener proveedores fijos, por ejemplo, el alcohol, azúcar, jugo de uva. El contar con proveedor fijos nos beneficia en con precios y condiciones de crédito aceptables, aún así la política del área de compras es monitorear los precios constantemente en el mercado para poder seguir negociando los precios que nos permitan ser competitivos en el sector, así mismo, Control de calidad verifica cada una de las materias primas para poder negociar la calidad de nuestros insumos y por consecuencia

los precios.

Para la compra de Agave se cuenta con una diversidad de proveedores, esto ya se ha explicado detenidamente en el contenido de este trabajo, los precios van en función de las condiciones generales del mercado, la cantidad de azúcares que tiene el producto y de la demanda. Se cuenta con campos propios pero son insuficientes para las necesidades de producción.

Producción se divide en dos gerencias, Producción en Proceso o de "caldos" y la de producto terminado o embotellado, ambas áreas trabajan en forma coordinada con el área de Planeación de Inventarios para poder determinar las necesidades de producción y prioridad de elaboración; así mismo, se coordina con la gerencia de compras para poder tener el abasto suficiente de materiales, este trabajo en conjunto ayuda a tomar decisiones en caso de no contar con el producto permite que la fuerza de ventas pueda contar con información oportuna que les permita tomar decisiones con los clientes.

La empresa ha invertido los recursos necesarios para poder contar con maquinaria que le permita estar en competencia con el resto de las industrias del sector. Se cuenta con una maquinaria que despalletiza, llena, etiqueta y empaca en forma automática, lo que ha permitido reducir los costos de mano de obra. Antes de la adquisición de este equipo la empresa contaba con 150 trabajadores de fijo y en épocas de temporada los empleados operativos llegaban a 250 personas, ahora con este equipo solo se necesitan 20 personas y 2 supervisores de turno; antes solo se podían embotellar 5,000 cajas por turno, ahora son 20,000 cajas llegando a 35,000 cj.

El equipo de Producción en proceso también es competitivo, pues se cuenta con torres de destilado entre las mejores del sector, que son las de cobre, con tanques de acero inoxidable de hasta 1,000,000 de litros, las plantas en temporada de baja producción trabajan a un 60% de su capacidad y en temporada alta trabajan al 100% de la capacidad instalada.

El área de Control de Calidad vigila que cada uno de los insumos adquiridos cuente con las normas de calidad requeridas, cada lote de materias primas y/o empaque es revisado selectivamente y no es utilizado hasta que las pruebas sean satisfactorias. Uno de los objetivos más importantes que busca el área de control de calidad

es buscar la certificación del Laboratorio ante el CRT lo que implicaría ahorrar tiempos y costos en los procesos que se siguen para la elaboración del Tequila.

- **Dirección de Comercialización.**

La Dirección Comercial tiene a su cargo la parte comercial y de Mercadotecnia; la parte comercial se divide en dos grupos de mercados, Autoservicios y Mayoristas; se cuenta con 5 gerencias regionales Valle, Centro, Bajío, Noreste y Sureste, lo que implica contar con una gran fuerza de ventas presente en todo el país; este trabajo de ventas va apoyado con el equipo de Mercadotecnia para poder apoyar las distintas marcas, este apoyo va desde campañas publicitarias en radio, tv. Cine, revistas y eventos con demostradoras y edecanes en los centros de consumo, ya que como se ha mencionado en diferentes partes de este trabajo, la Mercadotecnia ha jugado un papel muy importante en los últimos años en el sector de Vinos y Licores, pues las empresas han invertido considerables cantidades de dinero en posicionar las marcas en el gusto de los consumidores, se han hecho inversiones en la investigación de mercados para poder cambiar diseños de empaques, los perfiles de los productos, pues los jóvenes son un sector que cada día cobra fuerza en el consumo de Vinos, por lo tanto, las campañas deben estar diseñadas para cada uno de los grupos de acción.

- **Dirección de Finanzas.**

Esta dirección tiene a su cargo la parte administrativa de la compañía, que es la parte de Contabilidad, Tesorería, Cuentas por Pagar, Ctas por cobrar, Recursos Humanos, Administración de ventas. En esta área se concentra la información financiera de la empresa y que se verá reflejada en los Estados Financieros.

Estas direcciones están coordinadas por la Dirección General, la cuál, vigilará que los objetivos sean alcanzados, así mismo mantiene las relaciones comerciales con los socios extranjeros, las relaciones con los distintos organismos de hombres de negocios.

La empresa cuenta con la asesoría en sistemas de una de las firmas líderes a nivel mundial, la estadounidense EDS, este apoyo permite contar con los equipos de cómputo y de soporte más avanzados, con los sistemas integrales de información más modernos, lo que permite la generación de información financiera, operativa, de producción y logística al minuto, información que es útil para medir el servicio al cliente, la eficiencia en productividad, demoras en los abastos, niveles bajos de inventarios, etc., cualquier información que permite tomar decisiones oportunas y que eviten pérdidas para la compañía.

En los últimos 3 años las inversiones que se han realizado en modernas y funcionales instalaciones administrativas, adquisición de maquinaria y equipo, sistemas integrales de información han colocado a la empresa a la vanguardia del sector de vinos y licores.

El Mundo Feliz, S.A. de C.V.

Razones Financieras

FORMULA	AÑO		AÑO		RAZON
I. ANÁLISIS DE SOLVENCIA	2003		2004		
Activo Disponible	35,926	= 0.12	14,587	= 0.05	Liquid
Pasivo a Corto Plazo	300,089		282,462		
Activo Disponible-Inventarios	-229,708	= -0.77	-146,960	= -0.52	Prueba Ácida
Pasivo a Corto Plazo	300,089		282,462		
Activo Circulante	777,052	=2.59	700,077	=2.48	Capital Trabajo Solvent
Pasivo a corto Plazo	300,089		282,462		
II. Rentabilidad					
Utilidad Neta	13,882	=0.03	-57,431	= -0.16	Rentabilidad
Capital Contable	420,445		363,733		
Utilidad Neta	13,882	=0.02	-57,431	=-0.09	Margen Neto de Utilidad
Ventas Netas	775,500		656,206		
Utilidad Bruta	290,563	=0.37	195,512	= 0.30	Margen Bruto de Utilidad
Ventas Netas	775,500		656,206		

--	--	--	--	--	--

El Mundo Feliz, S.A. de C.V.

Razones Financieras

FORMULA	AÑO		AÑO		RAZO
III. ENDEUDAMIENTO:	2003		2004		
Pasivo Total	527,805	= 0.56	512,245	= 0.58	Endeuda
Activo Total	948,250		875,978		
Pasivo a Largo Plazo	227,715	= -0.24	229,782	= -0.26	Pasivo a
Capital Contable	948,250		875,978		
IV. ESTABILIDAD					
Pasivo Total	527,805	=0.56	512,245	= 0.58	Apalancar
Capital Contable	948,250		875,978		
Pasivo a corto Plazo	300,089	=0.32	282,462	= 0.32	Apalancar
Capital Contable	948,250		875,978		
Pasivo a largo plazo	227,715	=0.24	229,782	= 0.26	Apalancar
Capital Contable	948,250		875,978		

EL MUNDO FELIZ, S.A. DE C.V.

RAZONES FINANCIERAS

RAZON	AÑO	2004	2003	
RAZON DE ACIDO				
Activos Circulantes – Inventarios	538,530		511,417	
Pasivo Circulante	282,463	= 1.9	300,089	=1.7
RAZON DE CIRCULANTE				
Activos Circulantes	700,078		777,052	
Pasivo Circulante	229,783	= 3.0	227,715	=3.4
ACTIVOS DISPONIBLES A CAPITAL DE TRABAJO				
Activos Circulantes	700,078		777,052	
Capital de Trabajo	256,067	= 2.7	211,327	= 3.7
CUENTAS X COBRAR A CAPITAL DE TRABAJO				
Cuentas x Cobrar Netas	523,942		475,491	
Capital de Trabajo	256,067	=205%	565,724	= 84%
CUENTAS X COBRAR ACTIVO CIRCULANTE				
Cuentas x Cobrar Netas	523,942		475,491	
Activo Circulante	538,530	= 97.2%	511,417	= 92.9%
CUENTAS X COBRAR A VENTAS				
Cuentas x Cobrar Netas	523,942		475,491	

Ventas Netas	656,026	= 79.8%	775,500	= 61.3%
ROTACIÓN DE CUENTAS X COBRAR				
Cuentas x cobrar a Ventas x días	en el año	= días	cartera	
0.6166 x 365 =		=225 días	0.4705x365	=171 días

Cuentas x cobrar a Ventas x	meses	En el año =	Dias cartera	
0.6166 x 12 =		= 7 meses	0.4705 x 12	= 5 meses
ROTACIÓN DE INVENTARIOS				
Inventarios Netos	161,548	= 33.4%	265,635	=54.7%
Costo de Ventas	483,724		484,936	
Inventarios a Capital de Trabajo				
Inventarios Netos	161,548	= 63.9%	265,635	= 125.7%
Capital de Trabajo	256,067		211,327	
INVENTARIOS ACTIVOS CIRCULANTES				
Inventarios	161,548	= 23 %	265,635	= 34.1%
Activo Circulante	700,077		777,052	
INVENTARIOS ACTIVOS TOTALES				
Inventarios	161,548	= 18 %	265,635	= 28%
Activo Total	875,978		948,250	
INVENTARIOS A CAPITAL				

CONTABLE				
Inventarios	161,548	= 44%	265,635	= 63%
Capital Contable	363,733		420,445	
FINANCIAMIENTO DE PROVEEDORES				
Proveedores	135,291	= 84%	140,315	= 53%
Inventarios	161,548		265,365	
DEUDA A CORTO PLAZO A CAPITAL DE TRABAJO				
Deuda a corto Plazo	135,291	= 53%	140,315	= 66%
Capital de Trabajo	256,067		211,327	

EL MUNDO FELIZ S.A. DE C.V

BALANCE GENERAL
CIFRA EN MILES DE PESOS A
DICIEMBRE 31,2004

ACTIVO	IMPORTE	%	PASIVO	IMPORTE
CIRCULANTE			A corto Plazo	
Disponibles				
Efectivo en Caja y Bancos	14,587	2%	Créditos Bancarios	145,98
Deposito a Plazo Fijo		%	Proveedores	135,29
Suma Disponible	14,587		Otros Acreedores	1,19
			Pasivo a Corto Plazo	282,46
Cuentas por Cobrar				
Cientes	404,611	46%	Impuestos y Derechos x Pagar	134,28
Funcionarios y Empleados	3,579	0%	Provisión para ISR y PTU	94,263
Impuestos x Recuperar	114,336	13%	Provisión prestamos al personal	1,23
Otros Deudores	1,414	0%	Pasivo Diferido	229,7
Suma de Cuentas x Cobrar	523,942			
			TOTAL PASIVO	512,24
Inventarios	160,445	18%		
Actualización de Inventarios	1,099	0%	Capital Contable	
Pagos Anticiados	3	0%		
Suma de Inventarios	161,348		Capital Social	743
			Reserva Legal	157
SUMA DE ACTIVO CIRCULANTE	700,077		Utilidad Ejerc Ante	283,16
Otros Activos	3,676		Efecto acum. ISR Diferido	-58,51
			Utilidad del Ejerc.	-73,43
Muebles Maq y Equipo			Actual Capital Con.	660,67
			Insuf Act Cap Con	-449,0
Terrenos	2	0%		
Actualización de Terrenos	11,929	1%	TOTAL CAPITAL CONTABLE	363,7
Edif, maq. y equipo	150,700	17%		

Actulizacion Edif. maq. y equipo	136,173	16%		
Depreciacion Acumulada	-43,294	-5%		
Actulización Deprec	-83,287	-10		
Neto Edif, maq. y equipo	160,291			
Inmuebles Maquinaria y Equipo	172,224			
Total de Activo	875,978		TOTAL PASIVO + CAPITAL	875,978

EL MUNDO FELIZ S.A. DE C.V

BALANCE GENERAL
CIFRA EN MILES DE PESOS A
DICIEMBRE 31,2003

ACTIVO	IMPORTE	%	PASIVO	IMPORTE
CIRCULANTE			A corto Plazo	
Disponible				
Efectivo en Caja y Bancos	29,368	3%	Créditos Bancarios	154,62
Deposito a Plazo Fijo	6,557	1%	Proveedores	140,31
Suma Disponible	35,926		Otros Acreedores	5,14
			Pasivo a Corto Plazo	300,08
Cuentas por Cobrar				
Clientes	364,844	38%	Impuestos y Derechos x Pagar	131,85
Funcionarios y Empleados	3,571	0%	Provisión para ISR y PTU	94,551
Impuestos x Recuperar	104,991	11%	Provisión prestamos al personal	1,31
Otros Deudores	2,084	0%	Pasivo Diferido	227,71
Suma de Cuentas x Cobrar	475,491			
			TOTAL PASIVO	527,80
Inventarios	263,352	28%		
Actualización de Inventarios	2,315	0%	Capital Contable	
Pagos Anticiados	-32	0%		
Suma de Inventarios	265,635		Capital Social	743

			Reserva Legal	157
SUMA DE ACTIVO CIRCULANTE	777,052		Utilidad Ejerc Ante	269,28
Otros Activos	184		Efecto acum. ISR Diferido	-58,51
			Utilidad del Ejerc.	13,882
Muebles Maq y Equipo			Actual Capital Con.	624,54
			Insuf Act Cap Con	-429,6
Terrenos	2	0%		
Actulización de Terrenos	11,473	1%	TOTAL CAPITAL CONTABLE	948,25
Edif, maq. y equipo	142,327	15%		
Actulizacion Edif. maq. y equipo	133,553	14%		
Depreciacion Acumulada	-34,329	-4%		
Actulización Deprec	-82,013	-9		
Neto Edif, maq. y equipo	159,538			
Inmuebles Maquinaria y Equipo	171,014			
Total de Activo	948,250		TOTAL PASIVO + CAPITAL	948,25

EL MUNDO FELIZ S.A. DE C.V

ESTADO DE RESULTADOS
CIFRA EN MILES DE PESOS A
DICIEMBRE 31,2003

	RESULTADO ACUMULADO	RESULTADO DEL MES	%
Ventas Netas	775,500	78,468	
Costo de Ventas	484,936	57,724	62%
Utilidad o Pérdida Bruta	290,563	20,744	
Gastos de Operación			
Gastos de Venta	152,797	573	20%
Gastos de admón.	80,418	7,331	10%
Total de Gastos admón.	233,216	7,905	
Utilidad o Pérdida en Operación	57,347	12,839	

Productos (Gastos) Financieros	-23,509	-2,310	3%
Utilidad o perdida en Cambios	1,009	-1,033	0%
Resultado Monetario	-5,486	-3,162	1%
Total	-27,896	-6,507	
Otros Productos y Gastos	7,880	4,975	
Utilidad antes de ISR	37,240	11,307	
Provisión para:			
ISR del ejercicio	342	-3,435	0%
D-4 Efecto del ISR del año	23,015	23,015	3%
Total	23,357	19,579	
2% Activo		6,427	
Utilidad o Perdida Neta	13,882	-1,484	

EL MUNDO FELIZ S.A. DE C.V
ESTADO DE RESULTADOS
 CIFRA EN MILES DE PESOS A
 DICIEMBRE 31,2004

	RESULTADO ACUMULADO	RESULTADO DEL MES	%
Ventas Netas	656,206	65,854	100%
Costo de Ventas	460,694	40,857	62
Utilidad o Pérdida Bruta	195,512	24,986	
Gastos de Operación			
Gastos de Venta	165,479	19,746	30%
Gastos de admón.	74,066	5,116	8%
Total de Gastos admón.	239,545	24,863	
Utilidad o Pérdida en Operación	-44,033	123	
Intereses Ganados	1,892	119	0%
Productos (Gastos) Financieros	-18,628	-1,748	-3%
Utilidad o perdida en Cambios	-1,712	1,256	2%
Total	-18,448	-373	
Otros Productos y Gastos	5,050	997	2 %
Utilidad Perdida Neta	-57,431	747,592	

EL MUNDO FELIZ S.A. DE C.V

Ventas y Costo de Ventas
CIFRA EN MILES DE PESOS A
DICIEMBRE 31,2003

	Acumulado Año Actual	Resultado del Mes	
Ventas Brutas	939,096	92,231	
Devoluciones s/vtas	-124,036	-19,131	
Descuentos y Bonificaciones	-57,055	2,334	
Ventas Netas	758,004	75,434	
Reexpresión de Ventas Netas	17,759	3,034	
Ventas Netas reexpresadas	775,764	78,468	
Total de Costo de Ventas	484,936	57,724	

EL MUNDO FELIZ S.A. DE C.V

Ventas y Costo de Ventas
CIFRA EN MILES DE PESOS A
DICIEMBRE 31,2004

	Acumulado Año Actual	Resultado del Mes	
Ventas Brutas	850,958	73,491	
Devoluciones s/vtas	-133,347	-5,887	
Descuentos y Bonificaciones	-62,250	-2,674	
Ventas Netas	655,361	65,009	
Reexpresión de Ventas Netas	17,759	2,576	
Ventas Netas reexpresadas	666,867	67,585	
Total de Costo de Ventas	483,723	43,954	

CONCLUSIONES:

RESULTADOS DE ANALISIS FINANCIERO.

Los resultados obtenidos del análisis financiero de la empresa "El mundo Feliz, S.A. de C.V." nos permite concluir lo siguiente:

Razones de Liquidez:

Los resultados que presentan los indicadores de Liquidez no son muy favorecedores, pues al comparar los resultados de los ejercicios de 2003 y 2004 se observa que para el ejercicio del 2003 la empresa disminuye su fuerza financiera.

El resultado del Circulante indica que por cada 1 peso que se debe se tiene \$0.05 pesos para poder afrontar las deudas ante los diferentes acreedores.

El resultado de la razón de ácido no es alentador pues nos muestra que la compañía durante el 2003 y el 2004 presentan una razón de \$1 a -0.52, lo que indica que disminuyendo el valor de los Inventarios la empresa no cuenta con los recursos para afrontar los compromisos contraídos. Es necesario revisar el valor de los Inventarios y el alto valor de los mismos, es importante para poder comprender el perfil de este tipo de empresas y su sector.

Las empresas del sector de vinos y licores poseen un alto valor de Inventarios, por dos razones importantes:

1. Las materias primas son de temporada (Uva) y/o la escasez en el mercado (Agave)
2. Los procesos productivos pasan por periodos de añejamiento mínimo de 6 meses y los mas largos de 2 años.

Por lo tanto el análisis de Inventarios debe hacerse separando el valor de los Inventarios de Materia Prima y Empaque, Producción en Proceso y Producto Terminado y de esta manera poder calcular la rotación de Inventarios de una manera mas objetiva

Si desglosamos los inventarios podemos apreciar el siguiente detalle:

MP y ME representa el 9% del total de Inventario

PP representa el 49%

PT representa el 42%

Si revisamos los resultados de las razones de solvencia vemos que la empresa es solvente, pero no posee liquidez, en la ultima razón vemos que la empresa tiene un índice de en el 2004 de \$1.48 por cada \$1.00 de deuda.

RENTABILIDAD:

La productividad mostrada en el 2004 disminuye -0.16% mientras en el 2003 era del 3%, los índices muestran que la compañía está en un periodo de recesión, pues muestra pérdidas en la operación, la empresa apostó a practicas de ventas agresivas y esto se ve reflejado un incremento en la fuerza de ventas y los gastos que trae consigo (nómina, seguridad social, etc), así como en las gastos que que incurrir para poder posicionar los productos (muestras y obsequios), disminución de precios en algunas líneas de productos; aún y con estas medidas no existió incremento en ventas en dinero, pero sí en unidades.

ACTIVIDAD:

La situación de las Cuentas por Cobrar es difícil pues nos muestra resultados alarmantes de 225 días cartera, es decir, la empresa tarda dicho tiempo en cerrar el circulo de la venta, lo que se traduce en aproximadamente 7 meses, esto representa un importante tiempo en donde la empresa tiene que financiarse con otros medios, que es a través de créditos bancarios

ENDEUDAMIENTO.

Los índices son alarmantes, pues por cada peso que la empresa tiene en Activos los acreedores son dueños de 56% y 58%, estos índices son preocupantes pues es la medida en que la empresa está endeudada.

La tendencia en las razones en el Pasivo a Largo Plazo a Capital es por cada peso que la empresa tiene los inversionistas tiene comprometidos 24% para el año 2003 y 26% para el 2004.

ESTABILIDAD.

La empresa tiene un alto índice de apalancamiento del 56% en el 2003 y el 58% para el 2004, el apalancamiento a corto plazo se mantuvo estable en los periodos del 32% y el apalancamiento a largo plazo es mas conservador con factores para el 2003 24% y para el 2004 del 26%, es decir, se mantiene estable.

Informe:

De acuerdo a los análisis que se presentaron vemos que la situación de la empresa es preocupante, por lo que hay que tomar medidas que permitan seguir compitiendo. Actualmente la situación de las empresas del sector de Vinos y Licores es complicada; este sector está severamente golpeado por las fuertes cargas fiscales que la hacen vulnerable ante las competencia desleal de los productos "piratas"; así como la entrada de productos de importación bajo políticas proteccionistas, los inversionistas no pueden contra estas medidas pues necesitan de la colaboración de gobierno que ayuden al verdadero crecimiento de las empresas; pero asimismo los empresarios saben que aunque las circunstancias macroeconómicas sean adversas deben administrar los recursos propios con eficiencia.

Las empresas familiares generalmente tienden a ser proteccionistas y conservadoras en el momento de tomar decisiones; los planes de negocio tienden a ser muy conservadores y la estructura organizacional no es muy definida, por lo que, las primeras medidas a tomar es la reestructuración organizacional, es decir, la definición de puestos y funciones, de esta manera se podrá elaborar planes de negocio hacia objetivos que contribuyan a un ahorro, uno de las áreas de oportunidad es el área de Compras, pues se detectaron compras excesivas en la adquisición de Materiales de empaque, esto se debe a un falta de planeación derivada de una mala elaboración del presupuesto de Ventas sin fundamentos profundos, debemos recordar que el Presupuesto de Ventas es la base para muchas áreas, inventarios, compras, ventas, producción, sin la correcta planeación se puede sobre inventariar; esto es independiente de los Inventarios de Agave y Uva y de los productos que requieren añejamiento de mínimo 6 meses, la parte que necesita controlarse son los Inventarios de Material de Empaque y producto terminado, la falta de comunicación de entre áreas ha ocasionado que se tengan inventarios obsoletos, estos inventarios han llegado a niveles de hasta el 5% del valor total de los inventarios.

Los ejemplos anteriores son una muestra de la falta de integración de áreas, falta de objetivos integrales, por lo tanto es una área de oportunidad para mejorar los recursos de la empresa.

Otra área de oportunidad para la compañía es el área de Crédito y cobranza; las políticas de crédito están establecidas, pero la falta de compromiso para respetar los compromisos están ocasionando que se tenga una recuperación del efectivo y el cierre del ciclo de ventas de aproximadamente de 260 días, de acuerdo al análisis de las razones financieras, la empresa es un ente solvente pero no líquido, la falta de capacidad para recuperar el efectivo y cerrar el círculo de venta que permita reactivar el ciclo de operaciones hacen que la compañía sufra por la falta de liquidez, por tal motivo es necesario establecer compromisos de seriedad para respetar las políticas que permitan la pronta recuperación de la cartera.

Con el seguimiento y respeto de las políticas ya existentes se podrá mejorar en el punto mas importantes y por los cuales esta padeciendo la compañía, la liquidez.

Se detecto que la empresa trabaja operativamente en forma correcta, pero le falta madurar la mentalidad de negocios, que se integre sobre una base común y de bienestar para la compañía, que los intereses particulares pesen mas sobre los principios propios del ente económico.

La inversión del ultimo año en la parte de sistemas ha permitido que la empresa cuente con información que le permite monitorear cada una de las funciones y miembros del corporativo, función que permite diseñar nuevos métodos de negocio que permite ahorros en cada una de las decisiones que toman los ejecutivos.

La correcta toma de decisiones de los ejecutivos permitirán ahorros en cada una de las áreas a su cargo, asimismo, la dirección tomara las propias que le permitan seguir siendo competitivos en sector cada día mas peleado.

BIBLIOGRAFIA

Moreno Fernández, Joaquín
Las Finanzas de las empresas
Ed. ANFECA, IMPC
9ª Edición 1998
México

Moreno Fernández Javier
Administración Financiera del Capital de Trabajo
Ed. IMPC
2da edición 1998
México

Moreno Fernández Javier
Administración Financiera de Activos y Pasivos
Ed. CECSA
2002
México

Contreras Mora J. Ignacio
Casos Prácticos de Finanzas Corporativas
Ed. Mcgraw-Hill
2002
México

Cocina Martínez Javier
Teoría de la Contabilidad Financiera
IMCP
2ª edición
2000
México

Perdomo Moreno Abraham
Administración Financiera del Capital de Trabajo
Ed. PAEMA
2002
México

Perdomo Moreno Abraham
Análisis e interpretación de los estados financieros
Ed. PEMA
2002

Rodríguez Valencia Joaquín
Introducción a la administración con enfoque de sistemas
ED. ECAPSA
3ra edición 1998
México

Bolten Steve
Administración Financiera
Ed LIMUSA
2002
México

Hernandez Sampieri Roberto
Metodología de la investigación
Ed. McGraw-Hill
2002

CRT
Publicaciones semestrales del Consejo Regulador del Tequila

Consultora NIELSEN
Informes que la empresa paga para la obtención de información de mercado.