

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS
AMÉRICAS**

VICERECTORÍA ACADÉMICA

**LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS CON ÉNFASIS EN FINANZAS**

**Análisis financiero de la empresa Distribuidora Fabiola
S.A. como herramienta para la consecución de la salud
financiera empresarial en el período 2019-2021**

AUTOR

FABIOLA CASTILLO CORRALES

San José, Marzo, 2022

CONTENIDO

DEDICATORIA	9
RESUMEN	10
CAPÍTULO I: PROBLEMA	11
Planteamiento del problema de investigación	11
Objetivos de la investigación.....	12
Objetivo general	12
Objetivos específicos	12
Justificación de la Investigación	12
Antecedentes de la investigación	14
Nacionales	14
Internacionales	22
Proyecciones de la investigación	29
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	30
Reseña histórica	30
Etimología de las finanzas	30
Finanzas	30
Objetivo de las finanzas	30
Gestión financiera	31
Administración financiera.....	31
Funciones del administrador financiero	32
Salud financiera	32
Análisis financiero.....	32
Herramientas del análisis financiero.....	34
Estados financieros.....	34
Objetivo de los estados financieros	35
Estado de situación financiera o balance general.....	35
Activos.....	36

Activo circulante.....	36
Activo fijo.....	36
Pasivos.....	36
Pasivo circulante.....	36
Pasivo largo plazo.....	37
Patrimonio.....	37
Estado de resultados.....	37
Ventas.....	37
Costo de mercadería vendida.....	37
Utilidad bruta.....	38
Gastos.....	38
Intereses.....	38
Impuestos.....	38
Utilidad neta.....	38
Métodos de análisis de los estados financieros.....	39
Análisis vertical.....	39
Análisis horizontal.....	39
Análisis de ratios o razones financieras.....	39
Razones de liquidez.....	40
Razón circulante.....	40
Razón rápida (prueba de ácido).....	40
Razones de actividad.....	41
Período promedio de cobro.....	41
Período promedio de pago.....	42
Rotación de inventarios.....	42
Edad promedio de inventario.....	43
Rotación de activos totales.....	43
Razones de endeudamiento.....	43
Razón de deuda.....	44
Razón de cargos de interés fijo.....	44

Índice de cobertura de pagos fijos.	45
Rentabilidad.....	45
Margen de utilidad bruta.	46
Margen de utilidad operativa.	46
Margen de utilidad neta.	47
Ganancias por acción (GPA).	47
Rendimiento sobre activos (RSA).	47
Rendimiento sobre el patrimonio (RSP).	48
Mercado.....	48
Relación precio/ ganancias (P/G).....	49
Razón mercado/libro (M/L).	49
Análisis DuPont.....	50
Análisis DuPont modificado.....	51
Análisis FODA.....	52
Flujo de efectivo	54
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....	55
Enfoque de investigación.....	55
Diseño de investigación.....	55
Fuentes de información	56
Fuentes primarias	57
Fuentes secundarias.....	57
Muestra.....	57
Variables	60
Instrumentos utilizados en la investigación.....	64
Entrevista.....	64
Cuestionario	64
Análisis de datos	65
Proceso para la recolección y análisis de datos	65
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	67

Entrevista al propietario de Distribuidora Fabiola S.A.	67
Cuestionario aplicado a los colaboradores de Distribuidora Fabiola S.A.	78
Análisis de los estados financieros	83
Análisis horizontal	90
Análisis vertical.....	96
Análisis de las razones financieras.....	100
Razones de liquidez	102
Razones de actividad	104
Razones de endeudamiento	112
Razones de rentabilidad	114
Análisis DuPont	120
Análisis FODA	121
Flujo de efectivo	124
Flujo de efectivo operativo.....	125
Flujo de efectivo financiero	126
Políticas de crédito	127
Rotación de productos	129
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	132
Conclusiones	132
Recomendaciones	138
REFERENCIAS	140

Índice de fórmulas

Fórmula 1. Razón circulante	40
Fórmula 2. Razón rápida	40
Fórmula 3. Período promedio de cobro.....	41
Fórmula 4. Ventas diarias promedio	41
Fórmula 5. Período promedio de pago	42
Fórmula 6. Compras diarias promedio.....	42
Fórmula 7. Rotación de inventarios	42
Fórmula 8. Edad promedio de inventario.....	43
Fórmula 9. Rotación de activos totales	43
Fórmula 10. Razón de deuda.....	44
Fórmula 11. Razón de cargos de interés fijo.....	45
Fórmula 12. Índice de cobertura de pagos fijos	45
Fórmula 13. Margen de utilidad bruta 1.....	46
Fórmula 14. Margen de utilidad bruta 2.....	46
Fórmula 15. Margen de utilidad operativa.....	46
Fórmula 16. Margen de utilidad neta	47
Fórmula 17. Ganancias por acción (GPA)	47
Fórmula 18. Rendimiento sobre activos (RSA)	48
Fórmula 19. Rendimiento sobre el patrimonio (RSP).....	48
Fórmula 20. Relación precio/ganancias (P/G)	49
Fórmula 21. Valor en libros por acción común.....	49
Fórmula 22. Razón mercado/libro (M/L).....	50
Fórmula 23. Fórmula DuPont 1	50
Fórmula 24. Fórmula DuPont 2.	50
Fórmula 25. Fórmula DuPont modificado 1	51
Fórmula 26. Fórmula DuPont modificado 2	51

Índice de figuras

Figura 1. Estructura del análisis FODA	53
Figura 2. Análisis del estado de resultados de Distribuidora Fabiola S.A. 2019-2020.....	84
Figura 3. Análisis del estado de resultados de Distribuidora Fabiola S.A. 2020-2021	85
Figura 4. Análisis del balance general de Distribuidora Fabiola S.A. 2019-2020	86
Figura 5. Análisis del balance general de Distribuidora Fabiola S.A. 2020-2021	88
Figura 6. Análisis DuPont	120
Figura 7. Análisis FODA.....	122
Figura 8. Flujo de efectivo Distribuidora Fabiola S.A. 2019-2021.....	125
Figura 9. Solicitud de crédito Distribuidora Fabiola S.A.....	127
Figura 10. Productos con más rotación 2019-2021	130
Figura 11. Productos con menos rotación 2019-2021	130

Índice de tablas

Tabla 1. Matriz de muestreo	58
Tabla 2. Matriz de conceptualización.....	61
Tabla 3. Resumen de resultados análisis de razones financieras.....	101

Índice de gráficos

Gráfico 1. Calificación de la labor administrativa.....	80
Gráfico 2. Conocimiento de la visión y misión de la empresa	81
Gráfico 3. Grado de importancia de aspectos para el buen funcionamiento de la empresa	81
Gráfico 4. Grado de eficiencia de aspectos de la empresa	82
Gráfico 5. Grado de afectación de aspectos en la salud financiera de la empresa.	82
Gráfico 6. Resultado de cálculo de la razón circulante	102
Gráfico 7. Resultado del cálculo de la razón rápida (prueba de ácido)	103
Gráfico 8. Resultado del cálculo del período promedio de cobro	105
Gráfico 9. Resultado del cálculo del período promedio de pago.....	106
Gráfico 10. Resultado del cálculo de la rotación de inventarios	108

Gráfico 11. Resultado del cálculo de la edad promedio de inventarios.....	110
Gráfico 12. Resultado del cálculo de rotación de activos totales	111
Gráfico 13. Resultado del cálculo de razón de deuda.....	112
Gráfico 14. Resultado del cálculo de cargos de interés fijo	114
Gráfico 15. Resultado del cálculo de margen de utilidad bruta.....	115
Gráfico 16. Resultado del cálculo de margen de utilidad operativa	116
Gráfico 17. Resultado del cálculo de margen de utilidad neta	117
Gráfico 18. Resultado del cálculo de rendimiento sobre los activos totales (RSA).....	118
Gráfico 19. Resultado del cálculo de rendimiento sobre el patrimonio	119

RESUMEN

El análisis financiero constituye una herramienta fundamental para el desarrollo de una empresa. Muchas veces, las PYMES se centran únicamente en vender y obtener utilidades y, a medida que van creciendo, omiten información que permite tomar decisiones estratégicas, y aspectos administrativos importantes que dan un impulso al negocio.

En el presente trabajo, se analizarán los estados financieros de la empresa Distribuidora Fabiola S.A. en el período 2019-2021 a partir del método de análisis horizontal, análisis vertical, y razones financieras, para determinar los puntos de acción que la empresa debe tomar para su continuo desarrollo. Cabe destacar que el contador de la empresa elabora los estados financieros con fines fiscales y no de toma de decisiones.

Distribuidora Fabiola S.A. inició operaciones en el 2008 de manera formal, sin embargo, la empresa nació en 1998, cuando el propietario, Don Geovanny, empezó a vender papas tostadas en un Subaru Justy. Hoy, gracias a la gran visión y esfuerzo, es una empresa dedicada a la distribución y reventa de snacks, panes, golosinas, medicamentos y otros. La empresa cuenta con ocho colaboradores, dos rutas y una tienda física.

Con base en el análisis de los estados financieros y entrevistas, las claves del éxito de Distribuidora Fabiola radican en un modelo de negocio de vender a un precio económico, pero en volumen. Como se observará en el trabajo, este modelo ya no es tan conveniente para la empresa en cuestión, pues no posee el mismo volumen de venta que hace algunos años; por lo que es oportuno un pronto cambio de estrategia en la estructura de costos y fijación de precios.

Asimismo, se identificó un contrapunto muy relevante en la situación actual de la empresa. Esta cuenta con un buen sistema de punto de venta, que integra toda la información, brinda estadísticas y realiza la parte contable; no obstante, este sistema no se aprovecha del todo, sino que se utiliza para las actividades diarias básicas, como facturación, consulta de ventas, establecimiento de precios, entradas y salidas de inventario, etc.

CAPÍTULO I: PROBLEMA

Planteamiento del problema de investigación

Cada día las empresas luchan por desarrollarse y ser más rentables, lo cual conlleva no solo una constante actualización de estrategias o crecimiento de ventas, sino también una fornida, eficiente y ordenada estructura financiera. Las finanzas juegan un papel protagónico dentro de cualquier organización, ya que tienen como objetivo rentabilizar la empresa y maximizar sus ganancias.

En muchos de los casos, las PYMES y MYPYMES no cuentan con una educación financiera apta para administrar la compañía, ya que la mayoría empieza desde abajo y con conocimientos básicos sobre finanzas. Aunque algunas buscan asesoramiento, en la mayoría de los casos lo hacen para obtener financiamiento o para encargar la tarea de contabilidad a otra persona a fin de cumplir con sus obligaciones tributarias; pocas veces buscan asesoría en cómo llevar correctamente las finanzas de la empresa.

El buen manejo financiero es particular a cada empresa. Todas las empresas son diferentes y, por lo tanto, tienen necesidades distintas, tanto como objetivos, controles, ganancias, y manejos. Lo que sí es seguro es que todas procuran generar ganancias y todas deben de tener en orden los aspectos financieros que son vitales para el tipo de empresa, porque puede que la “empresa A” se deba enfocar más en financiamiento, y la “empresa B” en ámbito de crédito y cobro.

Como su nombre lo indica, este trabajo busca aplicar técnicas para diagnosticar el estado financiero de la empresa Distribuidora Fabiola S.A. Pretende determinar la solvencia, liquidez, endeudamiento y otros aspectos claves para la toma de decisiones, evaluación de gestión y planificación del futuro de la empresa. Esta última presenta ciertas deficiencias en los aspectos anteriores y, por lo tanto, debe reorientar los factores tanto administrativos como financieros, para establecer objetivos y estrategias y, lo más importante, cumplirlos en vías de maximizar sus utilidades.

Dado lo anterior, se plantea la interrogante: ¿cómo fue la gestión administrativa en el período 2019-2021 de la empresa Distribuidora Fabiola S.A. y cómo establecer el análisis financiero para aplicarlo como herramienta que permita la buena salud en las operaciones futuras del negocio y la buena toma de decisiones?

Objetivos de la investigación

Objetivo general

Diagnosticar el desempeño de la empresa Distribuidora Fabiola S.A., mediante el análisis de la situación financiera del período 2019-2021.

Objetivos específicos

1. Definir los fundamentos teóricos, prácticos y metodológicos que sirven de sustento para el análisis financiero de la empresa.
2. Evaluar los procedimientos administrativos de la empresa Distribuidora Fabiola S.A.
3. Examinar las causas de las deficiencias que conllevan a la mala salud financiera de la empresa Distribuidora Fabiola S.A.

Justificación de la Investigación

La presente investigación tiene como objetivo principal realizar un análisis financiero de la empresa Distribuidora Fabiola S.A. como herramienta para la consecución de la salud financiera empresarial. Como es conocido, en las etapas iniciales de muchas PYMES, el fundador o emprendedor es quien realiza todas las labores vitales de la empresa, muchas veces con ayuda de sus familiares, como producir, vender, promocionar (la mayoría de veces con el “de boca en boca”). Conforme la empresa crece, esta estrategia es insuficiente, pues

se va requiriendo más y mejor capacitado recurso humano, para llevar a cabo las tareas necesarias para el funcionamiento de la empresa.

A raíz de las limitaciones económicas, una de las consideraciones a las que más atención prestan las PYMES es la eficiente distribución de recursos. Sin embargo, en muchas ocasiones, estas empresas no cuentan con recursos financieros suficientes para contratar a un profesional en el área financiera, e incluso en la administrativa, que les brinde la asesoría necesaria para conocer los aspectos más importantes para que la empresa marche de buena forma y obtenga ganancias eficientemente.

Debido a la falta de conocimiento en materia financiera y administrativa, se toman decisiones sin la certeza ni precisión adecuada para la situación de la empresa, las cuales, a la larga, en muchas ocasiones, llevan a las PYMES al punto de quiebre inmediato o, en el mejor de los casos, a un constante pulso por mantener el equilibrio, lo cual impide la obtención de ganancias o la obtención de pocas ganancias. Esta situación genera incertidumbre, cuestionamientos respecto de por cuánto tiempo más se podrá mantener a flote la empresa y cuáles son los factores dentro de la empresa a los cuales hay que prestar mayor y más precisa atención.

Una de las razones importantes del porqué se lleva a cabo esta investigación es brindar a la empresa Distribuidora Fabiola S.A. un punto de vista más calificado en cuanto a conocimiento y además las herramientas necesarias para comprensión del camino que se debe seguir a fin de obtener una buena salud financiera y, por ende, una maximización de utilidades, tomando en cuenta su estado actual.

En el aspecto didáctico, el producto de esta investigación dará un informe integral para ayudar a otras empresas que siempre necesitan asesoría en este tema. Si bien es cierto que todas las empresas son diferentes, el objetivo de todas ellas es el mismo: maximizar sus utilidades. Esta investigación ejemplifica los factores que pueden estar afectando a las PYMES hoy en día, específicamente en el mercado donde se desarrolla la empresa en cuestión. Además, recalca la importancia de invertir en esta área, ya que no solo se trata de

vender, sino que llama la atención sobre muchos factores que permiten el desarrollo de la empresa, y el punto más importante, la buena salud financiera.

Lo anterior justifica que la investigación brinda un aporte constructivo e importante a la empresa en cuestión y a otras PYMES. Estos, entre otros, son aspectos los que justifican la investigación de esta tesis.

Antecedentes de la investigación

Para iniciar según Retamozo (2014) citado por Orozco, J y Díaz, A (2018) en ¿Cómo redactar los antecedentes de una investigación cualitativa?, indican que los antecedentes de la investigación consisten en “una breve revisión bibliográfica exploratoria donde se muestra el conocimiento de las principales referencias escritas sobre su tema” (p.67). Además, Méndez, Namihira, Moreno y Sosa (1990) citado por Orozco, J y Díaz, A (2018) sustentan que los antecedentes de la investigación “tienen que incluir una buena revisión actualizada de la bibliografía existente sobre el problema de investigación planteado, por lo que deberán contener resultados o hallazgos de estudios preliminares, nacionales y/o extranjeros” (p.67)

Por último, Retamozo (2014) citado por Orozco, J y Díaz, A (2018) afirman que los antecedentes tienen el propósito de “mostrar que el tema fue tratado por otros autores (...) y, a la vez, evidenciar que hay algo aún por decir/conocer con respecto al tema” (p.68). Dicho lo anterior, se puede determinar que los antecedentes brindan una guía metodológica a la investigación. En el caso de esta investigación, se tomarán como referencia dieciséis investigaciones a nivel nacional e internacional.

Nacionales

Arguedas (2016), en su tesis titulada “Análisis y diagnóstico financiero de una empresa PYME expendedora de combustible en Costa Rica, creación de valor y análisis de continuidad de la empresa como negocio en marcha”, tiene como uno de los objetivos

específicos “medir el desempeño financiero de las empresas mediante un análisis financiero integral que permita evaluar el rendimiento derivado de la rotación del activo total y del patrimonio total.” (p.8).

Al igual que el presente trabajo, en el que se pretende realizar un análisis de manera integral, se puede precisar los cursos de acción con el fin de mejorar la toma de decisiones financieras y sus resultados económicos a futuro, y así afianzar la posición financiera de la empresa y establecer una base y estructura financiera que le permita seguir operando de forma eficiente.

Por su parte, Barboza (2016) lleva a cabo la tesis “Propuesta de un modelo para la valoración financiera del patrimonio de la empresa Intesoft S.A.”. Su objetivo principal era “elaborar una propuesta de un modelo financiero que le permita a la empresa Intesoft S.A., conocer el valor económico del patrimonio al período 2020, con la finalidad de lograr generar estrategias que le permitan tomar decisiones oportunas para poder incrementar el valor de la misma.” (p.2). El autor explica que:

La valoración de empresas se ha convertido en una importante herramienta de planificación y gestión de los negocios; es por ello que en este trabajo se expone el valorar el patrimonio de la empresa, ya que es una herramienta útil y valiosa para cualquier socio o inversionista que se encuentra ante una situación de compra o venta de una empresa, o que simplemente desee conocer el valor de mercado de una empresa. Toma más relevancia en un país como Costa Rica, donde el mercado financiero es poco desarrollado y donde el valor de mercado de las empresas normalmente se desconoce. (Barboza, 2016, p.103)

Como se plasmó en la tesis citada, el valorar el patrimonio de la empresa es de vital importancia, ya que afecta a distintos agentes económicos. Así, cuanto mayor sea el patrimonio neto, más fácil será el acceso al financiamiento o bien a la relación con otras empresas, pues este es sinónimo de solvencia y capacidad económica. Además, como se menciona y se puede ver en la realidad, en Costa Rica las empresas son muy cuidadosas y

confidenciales con su información financiera. No se acostumbra a tener “el libro abierto”, sino más bien se prefiere tener resguardada la información de la mirada pública.

Picado (2017) en su tesis “Modelo de Diagnostico Financiero para una PYME ferretera en Costa Rica: Caso Ferretería DEP: períodos 2015 y 2016”, tiene como objetivo principal “generar un diagnóstico financiero para una PYME ferretera en Costa Rica comparando los períodos 2015 y 2016 para conocer su situación financiera.” (p.3). El autor concluye que:

En el 2016 hay una disminución de la utilidad neta, debido a un aumento del pasivo a largo plazo, lo que generó un aumento del pago de intereses castigando la utilidad. También, se atribuye a esta disminución el aumento del inventario, ya que este rubro tiene un efecto sobre la rentabilidad y la liquidez de las empresas de comercialización de mercaderías. Esta cuenta de inventarios es crítica y su manejo afecta positivamente o negativamente la eficiencia financiera de las empresas ferreteras. Específicamente ferretería DEP sufrió tal efecto del período 2015 al período 2016. Otro aspecto a resaltar es el crecimiento para el período 2016 en el endeudamiento a corto plazo, esto influyó directamente en el decrecimiento de la liquidez y puso a la empresa en una posición de mayor exigencia financiera por los compromisos de pago a corto plazo. (p.39)

De acuerdo con la información anterior, se puede decir que el análisis tanto vertical como horizontal de los estados financieros constituye una excelente herramienta para apreciar y comparar la evolución de la empresa entre dos o más períodos. Además, la utilidad se vio afectada por el aumento en los intereses, y al mismo tiempo, se le suma el aumento de inventario, el cual menciona que es un factor crítico en el gremio ferretero. Cabe destacar que el inventario es un factor crítico en cualquier industria; en el caso de Distribuidora Fabiola, es uno de los factores urgentes de sanear, ya que se llevan controles muy tradicionales y hasta obsoletos.

De igual forma, se atribuye la disminución de liquidez al endeudamiento a corto plazo; cada pieza de los estados financieros es fundamental y va en cadena, si se toma una decisión, esta va a repercutir en varias partidas. Por ello, es necesario que el análisis vertical y horizontal se aplique en conjunto para obtener un buen diagnóstico. Al hacerlo, se genera una mejor visualización de las partidas más relevantes para la entidad y que, al mismo tiempo, hayan sufrido las variaciones significativas de un período a otro.

Por su parte, Navarro (2018), en su tesis “Propuesta de una herramienta de análisis y gestión financiera para el instituto de investigaciones en salud de la Universidad de Costa Rica”, tiene como objetivo “proponer un modelo de análisis y gestión financiera para el Instituto de Investigaciones en Salud (INISA) de la Universidad de Costa Rica, mediante un estudio situacional y la aplicación de metodologías internacionalmente aceptadas, que sirva como herramienta para la toma de decisiones.”(p.4). El autor indica en las conclusiones la tesis que:

Respecto a la gestión financiera del proyecto desde un punto de vista integral, se encontraron debilidades, no tanto desde un aspecto de planeación, pues sí se realizan presupuestos anuales, sino más bien, se identificaron en la ejecución y control, dado que la contabilidad administrativa que se maneja no permite hacer cruces de información de manera ágil y práctica para facilitar la toma de decisiones, realizar proyecciones o simplemente realizar monitoreo que permita si fuera el caso, ejecutar acciones para mitigar los efectos negativos o aprovechar los positivos del comportamiento del mercado. (p.133)

Por lo anterior, es de vital importancia la unificación de la información. Como se mencionó en uno de los antecedentes, no es necesario un programa costoso, o con módulos complicados, pero s debe ser una prioridad el tener la información actualizada al alcance para la toma de decisiones.

Por otro lado, Alarcón, Barrantes, Chinchilla, Jiménez, y Rojas (2019) en su tesis “Modelo de Análisis Financiero para las empresas del sector inmobiliario de condominios verticales en el GAM”, concluyen que:

Con base a los resultados obtenidos en esta investigación, se logró plantear un modelo de análisis financiero para las empresas del sector inmobiliario, con herramientas como: análisis horizontal y vertical, razones financieras, de tal manera que este modelo se ajusta a las empresas del sector inmobiliario que se especialice en la administración de fideicomisos.” (p.60).

En congruencia con el objetivo principal del proyecto, se planteó el modelo con el uso de las herramientas que se pretenden utilizar en la presente investigación. Pese a que son empresas con actividades distintas, se evidencia que las herramientas del análisis financiero y los cursos de acción a tomar de acuerdo a los resultados son adaptables a la actividad de la compañía.

Barquero, Hernández, y Salazar (2019), en su tesis “Modelo de diagnóstico financiero para empresas del sector cafetalero, caso: PROCAFECOL S.A (JUAN VALDEZ) de los años 2017- 2018” tienen como objetivo “realizar un modelo de diagnóstico financiero para las empresas JUAN VALDEZ S.A para los períodos comprendidos entre 2017-2018, con el fin de generar una evaluación de la situación financiera y comparar sus indicadores de gestión.” (p.19). De acuerdo con los autores:

El modelo de diagnóstico financiero utilizando la herramienta de Microsoft Excel® puede ser aplicado a empresas pequeñas y medianas que lleven información contable y financiera de una manera ordenada y clara, donde se pueda identificar la gestión de la administración de la liquidez, inventarios, cuentas por cobrar, cuentas por pagar, administración de los riesgos, coberturas de "Materia prima, divisas" o pólizas, estructura de financiamiento "costo de financiamiento y calce de plazos entre cosecha y recuperación del flujo". (p.88)

En relación con lo anterior, muchas empresas no tienen los recursos financieros para contratar un software que le permita unificar y proyectar la información más determinante del negocio. Muchas de ellas utilizan métodos alternos, como llevar apuntes en físico o en Word y, en el mejor de los casos, utilizan Excel. Esta es una herramienta imprescindible para la gestión administrativa y financiera de las empresas, ya que tiene la capacidad de realizar una serie de controles e informes que facilitan la toma de decisiones al mostrar la información unificada y completa.

Además, Excel es una herramienta que, aunque requiere conocimientos técnicos, dispone de capacitaciones gratuitas a nivel web, lo que permite al empresario o persona a cargo, más productividad y eficiencia en cuanto al tratamiento de los datos, información de utilidad para la toma de decisiones, presentación visual en tablas y gráficos para mayor comprensión de la situación, integridad contable, planificación, y demás. Por lo tanto, Excel constituye una herramienta muy potente capaz facilitar el trabajo, así como el ahorro de tiempo.

Por otro lado, Leitón, Núñez, y Zumbado (2019) en su tesis “Modelo de diagnóstico y análisis financiero avanzado en la empresa WC Soluciones para el período 2014-2018”, tienen como objetivo principal “realizar un análisis financiero a la empresa WC Soluciones, mediante el desarrollo de herramientas que permitan generar un diagnóstico integral sobre la posición financiera de la empresa y proporcione la información necesaria para la adecuada toma de decisiones.” (p.6). Concluyeron que:

Los índices de actividad poseen oportunidades de mejora. La rotación de las cuentas por cobrar presenta una disminución para los últimos dos períodos, lo cual indica que los saldos de los clientes se están cobrando más lentamente, restando liquidez a la empresa. La rotación del activo circulante presenta un deterioro debido a que posee una tendencia a la baja en los últimos tres períodos, lo cual implica una lenta conversión a ventas. La rotación del activo fijo muestra inestabilidad constante; lo cual significa que ha disminuido un poco el aprovechamiento de los activos fijos para generar ventas. En cuanto a la rotación del activo a largo plazo, el indicador

también presenta oscilaciones, aumentando y disminuyendo entre cada año, lo cual indica que ha desmejorado el aporte de los activos no circulantes para generar ingresos de operación. El índice de rotación de activo total presenta una disminución en los últimos tres años, por lo que la empresa ha disminuido la efectividad con que los activos generan ingresos. Los índices de rentabilidad presentan comportamientos positivos de manera general, sin embargo, los indicadores de rendimiento de operación sobre activo, el rendimiento sobre la inversión total y la rentabilidad sobre el patrimonio presentan disminuciones durante el último período, lo cual afecta la rentabilidad e intereses de los accionistas de la empresa, así como la capacidad de los activos totales para producir utilidades netas. (p.79)

Las razones financieras son herramientas vitales para evaluar la situación de una empresa, ya que, mediante los resultados que se obtengan en los índices, se refleja la realidad del negocio al proveer información verídica y exacta, lo que permite tomar decisiones acertadas a los agentes económicos interesados en la empresa. Su expresión a través de ratios permite identificar aspectos tanto financieros como económicos, dado que éstos revelan las condiciones en las que se maneja la compañía. Además, son de fácil comprensión para personas sin conocimiento en materia de finanzas y/o economía, ya que se pueden presentar a través de gráficos.

Los aspectos anteriores son vitales para la presente investigación, ya que su objetivo es brindar una herramienta para la mejora de salud financiera. La mala salud financiera, es en la mayoría de ocasiones, el resultado de la falta de conocimiento, asesoría, y una adecuada toma de decisiones, desde los aspectos más complejos - especialmente para personas sin conocimientos - como el análisis a profundidad de los estados financieros, hasta los aspectos más básicos como lo son el crédito y cobro.

Aunado a lo anterior, en la tesis “Modelo de diagnóstico y análisis financiero avanzado en la empresa WC Soluciones para el período 2014-2018”, se concluyó que existe una mala gestión en el cobro y en activos. Así, dados los resultados y observando la situación

actual de la empresa, al igual que el panorama, se va a facilitar la toma de decisiones gerenciales, financieras y económicas en la actividad empresarial, ya que los parámetros indicarán que acciones plantear para evitar riesgos o bien potenciar el crecimiento y desarrollo de la empresa.

Por último, Correa (2020) realiza el “Cuarto Informe: Estudio Económico y Financiero de Estudios de Factibilidad Técnica, Económico - Financiera, Ambiental, Social y de vulnerabilidad para la Construcción, Equipamiento, Puesta en marcha, Operación y Mantenimiento, bajo la modalidad de Concesión de Obra con Servicio Público, del Sistema de Tren Rápido de Pasajeros (TRP) de la Gran Área Metropolitana (GAM)”. Tiene como “aunar y analizar los elementos necesarios para evaluar y estructurar la propuesta que le otorgaría la mayor viabilidad económica-financiera al proyecto.” (p.1). Se determinó que:

En el documento de análisis económico financiero se han planteado diversos escenarios alternativos de retribución y alcance del proyecto. Dada esta diversidad de modelos, de entre los cuales deberá ser seleccionado uno para el cartel de licitación, para el presente análisis se ha evaluado únicamente un escenario: el de desarrollo total a inicio de las líneas 1 a 5, ambas inclusive. (p.2)

En conclusión, con lo dicho anteriormente, conseguir una mayor estabilidad económica requiere un buen plan financiero, ya que funciona como un medio de análisis y reflexión que permite calcular y priorizar objetivos e inversiones. De este modo, el seguimiento de la evolución financiera de una empresa es más fácil y mucho más riguroso. Además, es necesaria la anticipación de diversos escenarios, dentro de los que se encuentran:

- a. Escenarios financieros pesimistas, para los cuales es necesario tener un plan de acción a fin de mitigar los efectos que puedan causar y además no ser sorprendidos por los cambios inesperados;
- b. Escenarios financieros optimistas, que implican aprovechar los momentos positivos para el mercado en el cual opera la empresa, aumentar los ingresos de su empresa, invertir en mejoras y fortalecer la empresa en un todo;

- c. Escenarios financieros realistas, que requieren una constante evaluación de mercado, estudiar los datos de la empresa y manejar las situaciones utilizando eficientemente los recursos a mano.

Como se mencionó, el contar con un plan financiero estructurado, ayuda a lidiar con los problemas antes de que resulten perjudiciales para el negocio, e inclusive anticipar los problemas, para mitigar las repercusiones que puedan casuar.

Internacionales

En primer lugar, Congo (2016) en su tesis “Análisis y evaluación económica - financiera de la empresa LUMICAR, de la Ciudad de Loja, Período 2013 – 2014”, tiene por objetivo principal “analizar y evaluar económica y financieramente a la empresa LUMICAR de la ciudad de Loja, período 2013-2014, con la finalidad de medir el desempeño financiero, para que los recursos sean invertidos adecuadamente.” (p.2). El estudio concluyó que:

La empresa LUMICAR de la ciudad de Loja no ha realizado un análisis y evaluación de sus estados financieros para conocer con exactitud su situación económica - financiera, para la adecuada toma de decisiones por parte de su propietario.

No se han aplicado indicadores financieros que le permitan conocer el grado de liquidez, actividad, rentabilidad y endeudamiento que ha tenido la empresa durante los períodos analizados.

La Empresa LUMICAR se refleja una rentabilidad mínima en razón a su inversión, debido a que la empresa adquiere su mercadería a un costo de venta muy elevado. (p.159)

Respecto a lo anterior, se observa que el análisis financiero es trascendental para una empresa, dado que no solo salen a relucir las fallas en la estructura financiera, sino también otros aspectos de operatividad que, si bien es cierto están amarrados a las finanzas de la empresa, no muestran con tanta claridad las repercusiones en las distintas áreas de esta

última. En cuanto a la tercera conclusión de la tesis, se puede recalcar que tanto un error como la falta de opciones de proveedores repercute en el aspecto más importante de la empresa: la utilidad.

Por otro lado, González, y Lamorou (2016), en su artículo “Procedimiento para evaluar la gestión económico-financiera de las cooperativas agropecuarias en el territorio holguinero” tienen objetivo principal “proponer un procedimiento para evaluar a las cooperativas y su contribución a una mejor toma de decisiones en apoyo a su desarrollo económico-financiero.” (p.67). Los autores concluyeron que:

El procedimiento propuesto en esta investigación constituye una importante herramienta para evaluar, planificar y tomar decisiones, tanto a escala de la entidad cooperativa, como a escala territorial, teniendo en cuenta que evaluar la situación en estas organizaciones consolida la gestión económica - financiera del territorio, señalando en cuales de las unidades e indicadores se debe prestar especial atención. El conocimiento detallado de la situación económica financiera en las empresas cooperativas, resulta fundamental para elaborar e implementar un Plan Integral de Desarrollo Sostenible Agropecuario por cada una de las unidades productoras en el territorio. (p.75)

Como bien se menciona, la evaluación de la gestión financiera de una empresa establece una importante herramienta en temas de planificación y toma de decisiones. Al realizar la evaluación y obtener los resultados de la situación de la empresa, se pueden proyectar objetivos y resultados acordes con esta, que den pie para elaborar y poner en marcha proyectos, como en este caso lo menciona un Plan Integral de Desarrollo sostenible Agropecuario por cada una de las unidades productoras en el territorio. Se puede decir que el análisis financiero es insuficiente y se debe complementar con una evaluación de resultados en vías de dar soluciones que se adapten a la actividad, situación, objetivos y proyecciones.

Por su parte, Morales (2016), en su tesis titulada “Valoración económico - financiera en la empresa de servicios a trabajadores de Holguín (GARBO)” tiene como objetivo principal “realizar una valoración de los principales indicadores económicos y financieros, de forma que permita tomar adecuadas decisiones encaminadas a resolver los puntos débiles detectados, mantener aspectos positivos y proyectar el futuro económico en la empresa de servicios a trabajadores de Holguín (GARBO).” (p.8). El autor llega a la siguiente conclusión:

Se cumple el objetivo de la investigación al realizarse una valoración económica - financiera de la Empresa. La empresa mantiene una alta liquidez que le permite lograr incrementos en las utilidades y trabajar por cumplir los compromisos de pagos antes del tiempo establecido. La empresa posee bajo nivel de endeudamientos debido fundamentalmente al cumplimiento de las políticas de cobros y pagos establecidos. La situación económica y financiera de la empresa es favorable en sentido general, logrando los niveles de rentabilidad planificados por el Organismo Central. La aplicación y evaluación del estudio de los estados por formas para el período 2016 resultó de consideración; se incrementaron las ventas y la liquidez. Los pasos seguidos durante el desarrollo de este trabajo sirven de metodología para que esta empresa realice el análisis económico financiero de cualquier período. (p.52)

De acuerdo con la investigación anterior, un análisis financiero es funcional y provechoso para detectar y resolver puntos débiles dentro de la empresa, así como destacar puntos fuertes y proyectar un buen futuro económico tomando en cuenta las oportunidades. Aquí se evidencian tres pilares de una herramienta muy conocida e importante: el análisis FODA. Este, junto con el análisis financiero, ofrecen un panorama más completo acerca de la situación y da respuesta a las siguientes interrogantes: ¿qué está haciendo bien la empresa?, ¿qué está haciendo mal la empresa?, ¿qué debe aprovechar la empresa para seguir mejorando?, ¿a qué obstáculos debe hacer frente la empresa?, y respecto a este último, un punto importante son el anticipar esos obstáculos, y no accionar únicamente cuando estos ya estén afectando a la empresa.

El análisis FODA es importante como complemento al análisis financiero, porque indica aspectos generales para el desarrollo de estrategias sólidas, ya que toma en cuenta las situaciones internas y externas de la empresa. Así, se pueden mejorar las fortalezas, trabajar para convertir las debilidades en fortalezas, aprovechar y explotar las oportunidades, y mitigar en la medida de lo posible las amenazas.

Morocho (2016), en su investigación “Análisis y evaluación económica financiera de la ferretería Comarpi de la ciudad de Saraguro período 2013 - 2014” tiene como objetivo principal “analizar y evaluar económica y financieramente a la ferretería COMARPI, de la Ciudad de Saraguro, período 2013-2014, con la finalidad de mejorar la gestión y desempeño económico -financiero de la empresa” (p.2). Se concluyó que:

En la ferretería “COMARPI” desde su creación, no ha realizado análisis y evaluación económica financiera, lo que no le permite determinar el adecuado manejo de los recursos económicos y financieros, para la oportuna toma de decisiones por parte del gerente. Al evaluar la estructura financiera de la ferretería se determinó que posee un alto nivel de mercadería y una baja rotación de inventarios, lo que ocasiona que se invierta una considerable cantidad de dinero y en consecuencia aumenta las obligaciones con los proveedores. No se aplica el ciclo de conversión del efectivo en la empresa, por lo tanto, se desconoce el tiempo que se demora en convertir en efectivo la inversión realizada. Una vez culminada el análisis y evaluación, se pudo evidenciar que la situación económica de la empresa no es estable, debido a las variaciones significativas que posee, ya que es sensible a las posibles fluctuaciones que pueden afectar dentro de la misma. (p.188)

De acuerdo con lo anterior, se determinó que la empresa tiene una mala salud financiera, debido a las fluctuaciones y falta de controles. Es importante destacar que, al realizar el análisis financiero, salen a relucir los aspectos erróneos dentro de la empresa, lo que constituye su objetivo principal. Gracias a este diagnóstico, se pueden tomar medidas

para aminorar los efectos adversos y seguir en constante crecimiento y monitoreo, teniendo presente un buen manejo de las finanzas.

Por su parte, Cáceres (2018) realiza el estudio “evaluación financiera de la empresa de Generación Eléctrica San Gabán S.A. en los períodos 2007- 2008”, para conocer la situación financiera y su incidencia en la toma de decisiones gerenciales. El autor indica que:

El análisis económico de la empresa San Gabán S. A. tiene una repercusión positiva en la gestión empresarial de la empresa, esto se aprecia pues se ha mantenido un control de los gastos que realiza la empresa para su funcionamiento y, así mismo, para la generación de energía eléctrica. Asimismo, este análisis nos muestra que la empresa debe implementar una política de ventas y cobros más eficiente, pues la que actualmente se encuentra vigente no genera mayores crecimientos en la captación de recursos económicos para la empresa ya que en la actualidad se tarda 95 días en la realización de los cobros por la prestación del servicio. (p.75)

Otra de las conclusiones que conecta con lo dicho anteriormente es que, mediante el análisis comparativo, por índices y la posterior evaluación tanto de los índices como de los estados financieros, es posible mejorar la gestión de la empresa de generación eléctrica San Gabán S. A. (2018)

En relación con la investigación, se observa que, mediante el análisis, se observa tanto la gestión financiera como la gestión empresarial en general, ya que se determinó la buena salud de la empresa en cuestión. Además, se identifican una serie de acciones por implementar con el fin de obtener más eficiencia en las operaciones, lo que evidencia que la empresa es una cadena, y todo debe funcionar con congruencia para obtener excelentes resultados.

Aquino (2018), en su tesis “Análisis financiero de pequeñas empresas de bisutería en Guatemala para obtención de financiamiento bancario”, tiene como objetivo principal “realizar un análisis financiero que permita medir los resultados de una empresa pequeña de

bisutería y contribuir en la toma de decisiones para aumentar eficacia y eficiencia de operación que permita obtener un financiamiento bancario” (p.3). Se explica que:

El haber realizado los diferentes análisis a los estados financieros permitió determinar que la empresa pequeña de bisutería se encuentra en una buena posición para presentar sus estados financieros ante una entidad bancaria para que su crédito sea aprobado. La comparación de los mismos permitió obtener datos sobresalientes y concretos actuales y de años anteriores para que la gerencia y socios pudieran tomar decisiones de negocio fundamentadas. (p.95)

La realización del análisis financiero no solo da un horizonte de la empresa en cuanto a aspectos internos de control y operatividad, sino que es determinante para optar por opciones de financiamiento con base en la situación de la empresa y su salud financiera. En última instancia, este análisis permite abrirse puertas con entes acreedores y, por ende, mantener buena imagen empresarial, siempre y cuando se cumpla a cabalidad con los acuerdos propuestos.

Ureta (2018), en su tesis titulada “análisis económico financiero de la empresa viaconsumo S.A.C. en Lima 2014-2017” tiene por objetivo principal “exponer las experiencias y los logros obtenidos en el ámbito profesional aplicado al sector comercial en la empresa VIACONSUMO S.A.C.” (p.9). Se concluyó que:

A través de las funciones realizadas en el área de Administración y Finanzas y el desempeño en conjunto del área se buscó la ampliación de los servicios como operador logístico comercial. Con ello, Viaconsumo S.A.C. ha permitido mejorar sus márgenes netos y lo más importante, es que dicho incremento ha presentado una tendencia creciente a mediano plazo, lo que permite señalar que es una empresa en vías de crecimiento. Adicional a ello, dentro de las funciones del puesto, se realizaron estudios de mercado que permitieron determinar que existen líneas de productos no desarrolladas y con mayor demanda. Por lo tanto, se proyectó

comercializar nuevas líneas de productos ajenos a sus proveedores principales, pero respetando los contratos establecidos. (p.43)

Como se evidencia en el texto anterior, el área administrativa y financiera deben ir de la mano, ya que la función de una determina a la otra, y viceversa. En una se muestran los aspectos ausentes en la otra; por ejemplo, si en un análisis se concluye que hay un mal manejo en crédito y cobro, entonces, se evidencia que hace falta capacitación del recurso humano, o actualización de estrategias.

Por otro lado, Pacompia (2019), realiza la tesis titulada “Análisis económico y financiero de la empresa regional de servicio público de electricidad – Electro Puno S.A.A., para la toma de decisiones períodos 2016 – 2017”. El estudio explica que:

Los ratios financieros no solamente expresan el manejo de las finanzas totales de la entidad (empresa), sino también las habilidades gerenciales para convertir en efectivo determinados activos y pasivos corrientes, también ofrecer una buena imagen y posición frente a los intermediarios financieros, la empresa requiere mantener un nivel de capital de trabajo suficiente para llevar a cabo las operaciones que sean necesarias para generar un excedente que permita a la empresa continuar normalmente con su actividad y que tenga efectivo suficiente para cancelar las necesidades de los gastos financieros que le demande su estructura de endeudamiento en el corto plazo. Es por ello que en el presente proyecto se presenta los puntos más importantes de este tema, los cuales ayudan a la entidad (empresa) a considerar sus fortalezas y debilidades. (pp. 20-21).

Según lo anterior, los ratios financieros afirman la gestión empresarial como un todo, tomando en cuenta no solo aspectos financieros, sino también un factor importante como lo es el efectivo. Este último es parte fundamental del análisis y un punto de relevancia por considerar para la evaluación de sus fortalezas y debilidades.

Proyecciones de la investigación

El conocer los fundamentos teóricos, prácticos y metodológicos del análisis financiero permite tener un mayor conocimiento de las bases que conllevan un buen análisis de esta naturaleza, además de conceptos y prácticas asociados a este, ya que no solo se toman aspectos propiamente financieros, sino también aquellos que son de carácter administrativo y operacional.

Al evaluar los procesos administrativos se tiene un panorama más amplio y específico de la situación actual de la empresa, lo que da pie a tener un criterio más objetivo al realizar el análisis, y, por ende, una mejor base para el planteamiento de las líneas de acción que debe tomar la empresa conforme a sus necesidades.

Las deficiencias que derivan en la mala salud financiera de una empresa se evidencian en una revisión de sus estados financieros, así como en entrevistas con los colaboradores y, por supuesto, los propietarios. Estos datos permiten determinar las debilidades que deben trabajarse y convertir en fortalezas a fin de que la empresa logre sus objetivos globales.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

Reseña histórica

Etimología de las finanzas

El término “finanzas” data del siglo XIII y proviene del latín “finis” que significa “terminar”. Con este, los comerciantes se referían a que estaban terminando sus compromisos a través de transacciones de dinero. Estas transacciones existen desde que se creó el concepto de dinero e intercambio de bienes, y se establecieron, formalmente, a principios de la era moderna, cuando surgieron los primeros prestamistas y comerciantes. En este sentido, el término se empezó a usar para hablar de los recursos que permiten finalizar las deudas o cancelar las obligaciones.

Finanzas

De acuerdo con Ponce et al (2019), las finanzas “son la parte de la economía que se encarga de la gestión y la optimización de los flujos de dinero relacionados con las inversiones, la financiación, la entrada por los cobros y la salida por los pagos”. (p.11). Por lo que se puede decir que las finanzas se encargan de la administración del dinero, es decir de la distribución óptima de recursos. Las finanzas son importantes en cualquier contexto, estas se aplican tanto a empresas como a personas, por esto normalmente se habla de ramas de finanzas, como lo son: finanzas personales, finanzas empresariales, finanzas familiares, finanzas corporativas, etc.

Objetivo de las finanzas

De la misma forma, Ponce et al (2019) indica que “uno de los objetivos principales de las finanzas, es maximizar el valor de la empresa y garantizar que se puedan atender todos los compromisos en la salida de dinero de la empresa” (p.11). Lo anterior puntualiza que el objetivo de las finanzas es el mismo objetivo que tienen las empresas – como se mencionó al

principio –: todas las empresas buscan maximizar sus utilidades. Este objetivo principal abarca muchos aspectos, porque, para lograrlo, se deben de tomar las decisiones correctas, obtener los recursos por distribuir, distribuir correctamente estos últimos y una serie de pequeños objetivos que se desprenden del principal.

Gestión financiera

Según Van y Wachowicz (2010), citado por Fajardo y Soto (2018), la gestión financiera es “la responsable de la adquisición, el financiamiento y la administración de los bienes muebles que posee la empresa” (p.45). Por su parte, Cibrán et al (2013), citados por Fajardo y Soto (2018), indican que la gestión financiera “involucra la administración de los recursos que posee la empresa, cuya responsabilidad se asigna a una persona conocida como gestor o contralor” (p.45). Referente a lo anterior, se puede decir que es la labor de las acciones que desarrollan los profesionales en finanzas.

Administración financiera

De acuerdo con Gitman y Zutter (2012), la administración financiera:

“se refiere a las tareas del gerente financiero de la empresa. Los gerentes financieros administran los asuntos financieros de todo tipo de organizaciones: privadas y públicas, grandes y pequeñas, lucrativas o sin fines de lucro. Realizan tareas financieras tan diversas como el desarrollo de un plan financiero o presupuesto, el otorgamiento de crédito a clientes, la evaluación de gastos mayores propuestos, y la recaudación de dinero para financiar las operaciones de la compañía.” (p.3)

En otras palabras, la administración financiera comprende una serie de actividades interrelacionadas, cuyo objetivo final es el de maximizar las utilidades de la empresa y para lo cual se requiere la toma de decisiones acertadas.

Funciones del administrador financiero

De la misma forma, Gitman y Zutter (2012) explican que “además de la participación continua en el análisis y la planeación de las finanzas, las principales actividades del gerente financiero son tomar decisiones de inversión y financiamiento” (p.17). El administrador financiero tiene las funciones de planificar, organizar, ejecutar y controlar el uso de los recursos financieros de la empresa, es decir, debe hacer un manejo correcto y coordinado de los recursos, teniendo como contraparte la maximización de los recursos económicos de la empresa.

Salud financiera

De acuerdo con Dubey (2021), la salud financiera consiste en:

alcanzar y mantener una tranquilidad cotidiana al respecto del movimiento de entrada y salida de dinero, asociado a las necesidades, responsabilidades, expectativas y proyectos, aplicado tanto a nivel empresa, como individual y/o colectivo (grupo familiar), para el disfrute pleno de la existencia, siendo que el factor económico puede tornarse una incertidumbre capaz de desencadenar malestares físicos y psíquicos, que se puede traducir en estrés, así como en ansiedad e incluso depresión, afectando directamente los vínculos sociales y la productividad del trabajo. (párr.1)

En congruencia con lo anterior, se puede decir que una empresa posee una buena salud financiera cuando puede cumplir con sus obligaciones financieras satisfactoriamente, lo cual se traduce en una situación de tranquilidad y agilidad en la toma de decisiones. Dado que las empresas atraviesan momentos de bonanza y dificultades, también es parte salud financiera el soportar una “mala racha” hasta un punto considerable.

Análisis financiero

Según Nogueira (2015), en el artículo “Análisis financiero: talón de Aquiles de la organización”:

El análisis financiero, también conocido como análisis de estados financieros, análisis de balances o análisis contable, es un conjunto de técnicas para diagnosticar la situación de la empresa, detectar reservas y tomar las decisiones adecuadas. Su utilidad está en función del objetivo que se defina en el estudio y de la posición de quien lo realiza: desde una perspectiva interna, la dirección de la empresa puede tomar decisiones que corrijan los puntos débiles que puedan amenazar el futuro, así como potenciar los puntos fuertes para alcanzar los objetivos; desde una perspectiva externa, resultan de utilidad para las personas y organizaciones interesadas en conocer la situación y evolución previsible de la empresa. (p.108)

De acuerdo con lo mencionado, se puede recalcar que el principal objetivo del análisis financiero es obtener un diagnóstico de la empresa que permita no solo tener una visión objetiva de la situación de la empresa, sino también un panorama hacia el futuro y, por lo tanto, da una guía para la toma de decisiones adecuadas.

El análisis financiero estudia y evalúa los eventos económicos de las operaciones pasadas, además de la estructura y constitución del pasivo que se genera por la necesidad de activos; este diagnóstico da un marco de la gestión financiera. La información necesaria para la obtención y análisis de los datos se encuentra en el Balance General y el Estado de Resultados simultáneamente, los cuales determinan la aplicación de las herramientas que permiten evaluar la gestión de la entidad en este sentido.

Por otro lado, Soto, Ramón, Solórzano, Sarmiento y Mite (2017) dan un claro ejemplo de la importancia de un análisis financiero. Los autores ejemplifican que:

Así como en el campo de las ciencias médicas los especialistas o profesionales del área, para diagnosticar acertadamente a un paciente, requieren de análisis clínicos, para que posterior al diagnóstico se aplique el respectivo tratamiento en función al

cuadro clínico presentado; en el ámbito empresarial sucede algo similar, debido a que los gerentes financieros o los que desempeñan la función administrativo – financiera requieren de análisis o evaluaciones que determinen la situación o desempeño financiero. (p.7).

En relación a lo citado, se observa un punto relevante, es primordial en primera instancia diagnosticar a la empresa, para saber con certeza el estado de la misma, puntos fuertes, puntos débiles, y así poder tratar estos puntos, teniendo el conocimiento, dicho de otra manera, no se pueden plantear líneas de acción a una empresa, sin conocer con anterioridad su situación.

Herramientas del análisis financiero

Estados financieros

Según Arroyo, Vásquez, y Villanueva (2020), los estados financieros son “documentos que recopilan información sobre la salud económica de la empresa” (p.33). Constituyen “una foto” de la empresa, que permite conocer su estado actual, dado que la información que en ellos se encuentra abarca todas las áreas de la empresa. La información por departamento, por sí sola, no refleja un criterio de la situación que presenta la empresa, por ejemplo, un informe del departamento de ventas puede arrojar el total de ventas a crédito y de contado, pero sin un informe de producción, no se puede saber cuál es el costo del producto que se vendió; o bien, sin un informe de crédito y cobro, no se puede saber qué porcentaje de ventas a crédito se ha recuperado. Por los motivos anteriores, con todas las partidas, los estados financieros son fundamentales en una empresa.

Ahora bien, muchas empresas efectúan estos estados financieros únicamente para la labor contable, especialmente las PYMES. Es decir, saben cuánto venden, saben cuánto gastan, su costo de mercadería; pero se trata de información desarticulada que, aunque resulta útil, resultaría más provechosa al integrarla en un estado financiero. Este último permitiría

observar toda la información y, a la vez, marcar las líneas de acción y toma de decisiones teniendo en cuenta la situación general.

Las finanzas de una empresa son el lubricante que la mantiene en funcionamiento, por lo que se puede decir son su sustento y necesarias para su bienestar. En una pequeña, mediana o gran empresa siempre se necesitará del manejo adecuado de las finanzas desde el inicio, para la adquisición de activos y hasta emplear a personas. Además, las finanzas son aún más importantes en la toma de decisiones de inversión de financiación, y financieras.

Objetivo de los estados financieros

Soto et al (2017) mencionan que el objetivo de los estados financieros es “suministrar información sobre la situación financiera, el rendimiento y los flujos de efectivo de una entidad, que sea útil para esos usuarios al tomar decisiones económicas” (p.11). En relación con el presente estudio, se pretende emplear el análisis como una herramienta para la consecución de la salud financiera empresarial.

Estado de situación financiera o balance general

De acuerdo con Moreno (2018), en su libro “Prontuario de Finanzas Empresariales”:

El Estado de situación financiera muestra en unidades monetarias la situación financiera de una empresa o entidad económica en una fecha determinada. Tiene el propósito de mostrar la naturaleza de los recursos económicos de la empresa, así como los derechos de los acreedores y la participación de los dueños. Si el estado es comparativo, muestra los cambios en la naturaleza de los recursos, derechos y participación de un período a otro.

El estado de situación financiera comprende información clasificada y agrupada en tres categorías o grupos principales: activos, pasivos, patrimonio o capital. En cuanto a su importancia, es un estado principal y se considera el estado financiero fundamental. (p.14)

Según lo anterior, el estado de situación financiera es, en síntesis, el documento que muestra la situación financiera de una empresa en un instante determinado, en tres grandes grupos de cuentas: activo, pasivo y patrimonio. Como se mencionó antes, constituye la “fotografía” de la empresa, que retrata su situación en una determinada fecha y permite acceder a información de vital importancia para su gestión y funcionamiento.

Activos

Son un recurso económico presente controlado por la entidad como resultado de operaciones anteriores, es decir, un derecho que tiene el potencial de producir beneficios económicos.

Activo circulante.

Son aquellos que se espera se conviertan en efectivo o se utilicen en transacciones en el transcurso de un año o ciclo de operación.

Activo fijo.

Son generalmente mantenidos y utilizados durante varios años, incluyen terrenos, edificios, equipos; patentes e inversiones a largo plazo en valores

Pasivos

Es una obligación presente de la entidad de transferir un recurso económico como resultado de operaciones anteriores.

Pasivo circulante.

Son obligaciones con las cuales la compañía espera cumplir en el transcurso de un año o del ciclo de operación.

Pasivo largo plazo.

Son fuentes de fondos en donde el proveedor de los fondos no espera recibirlas de vuelta en su totalidad dentro del próximo año.

Patrimonio

Es la parte residual de los activos de la entidad, una vez deducidos todos sus pasivos.

Estado de resultados

De acuerdo con Moreno (2018), el estado de resultados se define como:

Un resumen de los hechos significativos que originaron un aumento o disminución en el patrimonio de la entidad durante un período determinado. Para evaluar el futuro, con frecuencia se utiliza el estado de resultados, ya que los resultados obtenidos son una buena base de indicadores (p.42).

La información del estado de resultados es fundamental para el análisis del nivel de ventas, de costos y gastos en comparación a los ingresos, el rendimiento respecto a las utilidades obtenidas. Estos datos son fundamentales para la toma de decisiones basadas en análisis técnico.

Ventas

Son los ingresos que genera una entidad por la venta de inventarios, la prestación de servicios o por cualquier otro concepto derivado de las actividades primarias, que representan la principal fuente de ingresos de la entidad.

Costo de mercadería vendida

Es el costo de los artículos que se vendieron. Si es una empresa comercial, es el costo de adquisición; en empresas industriales, se refiere al costo por la producción de dichos artículos.

Utilidad bruta

Es la ganancia o pérdida marginal, es decir, lo que se obtiene luego de restarle, a los ingresos, los costos asociados a la producción y/o venta de los artículos.

Gastos

Los gastos son disminuciones a los activos o aumentos de pasivo que se reflejan en la utilidad neta y que se identifican directamente con los ingresos generados. Existen varios tipos de gastos, y se categorizan según su origen en venta, administración, financieros, y otros.

Intereses

Corresponde al monto que se paga por el uso del préstamo de dinero. Generalmente, se expresa como un porcentaje anual sobre la suma prestada por parte de una institución financiera.

Impuestos

Es un tributo que las personas y/o empresas están obligadas a pagar al gobierno sin que exista una contraprestación directa.

Utilidad neta

Representa el valor residual de los ingresos de una entidad lucrativa, después de haber disminuido sus costos y gastos relativos reconocidos en el estado de resultados, siempre que estos últimos sean menores a dichos ingresos, durante un período contable. En caso contrario, es decir, cuando los costos y gastos sean superiores a los ingresos, la resultante es una pérdida neta.

Métodos de análisis de los estados financieros

Análisis vertical

Este determina el grado de representación que tienen las partidas respecto de los activos, en el caso del balance general, y de los ingresos, en el caso del estado de resultados. Con este análisis, se puede conocer el nivel de incidencia que tuvo alguna cuenta en particular sobre la obtención de rentabilidad o no, a fin de tomar decisiones que mejoren el desempeño de la empresa en el mercado.

Análisis horizontal

Este determina la variación que ha tenido una partida o rubro en uno o más períodos contables, es decir, establece las tendencias o diferencias tanto de incremento o disminución, con el fin de determinar si estas son favorables desfavorables para el negocio. Así, permite tomar decisiones precisas.

Análisis de ratios o razones financieras

Según Gitman y Zutter (2012) “incluye métodos de cálculo e interpretación de razones financieras para analizar y supervisar el desempeño de la empresa” (p.61). Esta herramienta es muy utilizada, sin embargo, se suele malinterpretar su función. Para que el análisis sea realmente significativo, no es suficiente realizar una operación matemática, sino la cantidad de información analizada y su interpretación. El análisis de las razones ayuda a identificar las áreas que requieren un sondeo más profundo.

Razones de liquidez

Estas determinan los niveles de liquidez de la empresa, es decir, establecen la capacidad que tiene el negocio para cumplir sus compromisos de corto plazo.

Razón circulante.

Este indicador establece la capacidad que tiene la empresa para cubrir sus obligaciones de corto plazo con sus activos de corto plazo. Para determinar que la empresa tiene liquidez, el resultado tiene que ser mayor a 1. Cuanto mayor sea este resultado, la empresa tiene una liquidez saludable. La cantidad de liquidez que necesita una empresa depende de factores como el tamaño, y acceso a fuentes de financiamiento de corto plazo. La razón de liquidez se calcula de la siguiente manera:

Fórmula 1. Razón circulante

$$\text{Razón circulante} = \frac{\text{Activo circulante}}{\text{Pasivo circulante}}$$

Razón rápida (prueba de ácido).

A diferencia del anterior, este indicador excluye el inventario que es el activo menos líquido, ya que hay inventarios que no son de fácil venta y/o se vende a crédito, por lo que primero se refleja en cuentas por cobrar antes de convertirse en efectivo. Así, este indicador determina la capacidad que tiene la organización para cubrir las obligaciones o compromisos de corto plazo con los activos más líquidos del negocio. La razón rápida se calcula de la siguiente manera:

Fórmula 2. Razón rápida

$$\text{Razón rápida} = \frac{\text{Activo circulante} - \text{Inventario}}{\text{Pasivo circulante}}$$

Razones de actividad

Son aquellas que determinan la capacidad de la empresa para gestionar las cuentas que representan la parte operacional, como son la recuperación de las cuentas por cobrar, rotación de inventarios y la capacidad de generar ingresos con la utilización óptima de los recursos controlados (activos). Son un complemento de las razones de liquidez, ya que permiten precisar aproximadamente el período de tiempo que la cuenta respectiva (cuenta por cobrar, inventario), necesita para convertirse en dinero. Miden la capacidad que tiene la gerencia para generar fondos internos, al administrar en forma adecuada los recursos invertidos en estos activos.

Período promedio de cobro.

Establece el número de veces que se recuperan las cuentas y documentos por cobrar. Este indicador es muy útil para evaluar las políticas de crédito y cobro en la empresa. Cuando mayor sea el número de veces que se recupera la cartera en un ejercicio económico, más favorable es para el negocio, debido a que se dinamiza la liquidez y, por ende, mejora el capital de trabajo y disminuye el riesgo. El período promedio de cobro se calcula de la siguiente manera:

Fórmula 3. Periodo promedio de cobro

$$\text{Periodo promedio de cobro} = \frac{\text{Cuentas por cobrar}}{\text{Ventas diarias promedio}}$$

Fórmula 4. Ventas diarias promedio

$$\text{Ventas diarias promedio} = \frac{\text{Ventas anuales}}{365}$$

Período promedio de pago.

Indica los días que una empresa requiere para cancelar sus obligaciones a sus proveedores o acreedores. La dificultad para calcular esta razón se debe a la necesidad de calcular las compras anuales, un valor que no está disponible en los estados financieros publicados. Normalmente, las compras se calculan como un porcentaje específico del costo de los bienes vendidos. El período promedio de pago se calcula de la siguiente manera:

Fórmula 5. Período promedio de pago

$$\text{Período promedio de pago} = \frac{\text{Cuentas por pagar}}{\text{Compras diarias promedio}}$$

Fórmula 6. Compras diarias promedio

$$\text{Compras diarias promedio} = \frac{\text{Compras anuales}}{365}$$

Rotación de inventarios.

Este indicador mide la actividad, o liquidez, del inventario de una empresa. Es importante para la gestión operacional del negocio, ya que determina el número de veces que rota la mercadería o existencia durante un ejercicio económico. Cuanto mayor sea el resultado de este indicador, significa que las ventas se incrementan de manera óptima para el negocio. La rotación de inventarios se calcula de la siguiente manera:

Fórmula 7. Rotación de inventarios

$$\text{Rotación de inventarios} = \frac{\text{Costo de mercadería vendida}}{\text{Inventario}}$$

Edad promedio de inventario.

Indica el número de días que rota el inventario de la empresa. Cuanto menor sea el número de días, significa que hay una mayor circulación de la mercadería, lo cual genera mayores beneficios económicos. La edad promedio de inventario se calcula de la siguiente manera:

Fórmula 8. Edad promedio de inventario

$$\text{Edad promedio de inventario} = \frac{365}{\text{Rotación de inventario}}$$

Rotación de activos totales.

Indica la eficiencia con la que la empresa utiliza sus activos para generar ventas. Cuando mayor sea el resultado de este indicador respecto de los datos históricos o preestablecidos, significa que existe un manejo eficiente de los activos para generar ingresos. La rotación de activos totales se calcula de la siguiente manera:

Fórmula 9. Rotación de activos totales

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

Razones de endeudamiento

Estas evalúan en qué grado están comprometidos los activos y el patrimonio de la empresa con acreedores o proveedores. El estado de endeudamiento indica el monto del dinero de otras personas que se usa para generar utilidades. Generalmente, un analista financiero se enfoca más en las deudas a largo plazo, ya que conllevan un flujo de pagos contractuales a largo plazo. Cuanto mayor sea la deuda, mayor es el riesgo de que no cumpla con los pagos contractuales de sus pasivos. Puesto que se debe de cumplir con los compromisos antes de la distribución de utilidades, los accionistas deben prestar especial atención a la capacidad que tiene la empresa de saldar sus deudas. A este grupo también se lo conoce como razones de deuda, influencia, apalancamiento o solvencia.

Razón de deuda.

Determina el grado de endeudamiento que tiene la empresa en relación a la inversión en activos, es decir, la proporción de los activos totales que financian los acreedores de la empresa. Es muy importante para la empresa tener un nivel bajo con la finalidad de disminuir el costo de financiamiento que generan los intereses. Cuanto mayor es el índice, mayor es el monto del dinero de otras personas que se usa para generar utilidades. La razón de deuda se calcula de la siguiente manera:

Fórmula 10. Razón de deuda

$$\text{Razón de deuda} = \frac{\text{Total de pasivos}}{\text{Total de activos}}$$

Razón de cargos de interés fijo.

Este indicador mide la capacidad de la empresa para realizar pagos de intereses contractuales. El resultado refleja un número de veces y, cuanto mayor sea, significa que la empresa tiene una adecuada liquidez para cubrir sus compromisos respecto a los gastos financieros. La razón de cargos de interés fijo se calcula de la siguiente manera:

Fórmula 11. Razón de cargos de interés fijo

$$\text{Razón de cargos de interés fijo} = \frac{UAI}{\text{Intereses}}$$

Índice de cobertura de pagos fijos.

Este índice mide la capacidad que tiene la empresa de cumplir con las obligaciones de pagos fijos, como los intereses y la amortización de los préstamos, así como también los pagos de arrendamiento, y dividendos de acciones preferentes. Además, sirve para medir el riesgo, ya que mide la capacidad de pago que tiene la empresa para cumplir con las obligaciones adicionales, sin llegar al punto de quiebra. Cuanto más alta es esta razón, mayor es el uso que hace la compañía del apalancamiento financiero. El índice de cobertura de pagos fijos se calcula de la siguiente manera:

Fórmula 12. Índice de cobertura de pagos fijos

Índice de cobertura de pagos fijos

$$= \frac{UAI + \text{Pagos de arrendamiento}}{\text{Intereses} + \text{Pagos arrendamiento} + \left\{ (\text{Pagos de capital} + \text{Dividendos acciones preferentes}) \times \left[\frac{1}{(1-i)} \right] \right\}}$$

Rentabilidad

Estas razones permiten analizar y evaluar las utilidades de la empresa respecto a las ventas, activos o inversión de los propietarios, es decir, miden la capacidad de la empresa para generar utilidades. Cuanto mayor sea su resultado a través del tiempo, significa que está optimizando su capacidad operativa y financiera en la generación de rentabilidad.

Los indicadores de rentabilidad son calculados con el fin de obtener una medida acerca de la efectividad que posee el departamento administrativo de la empresa analizada, para controlar el nivel de costos y gastos que se presentan durante su operación. Mediante estos también es posible generar algunas ideas sobre el retorno adquirido por las inversiones

que se han realizado sobre esta. (Fontalvo Herrera, Mendoza Mendoza, & Morelos Gómez, 2011, p. 320).

Margen de utilidad bruta.

Este determina el porcentaje de ganancia bruta que obtiene la empresa en relación con los ingresos por ventas, es decir, la ganancia por cada unidad monetaria de ventas. Cuanto más alto sea el margen de utilidad bruta es mejor, ya que significa que el costo de la mercadería vendida fue menor, por lo que se va a traducir en mayor ganancia bruta. El margen de utilidad bruta se calcula de la siguiente manera:

Fórmula 13. Margen de utilidad bruta 1

$$\text{Margen de utilidad bruta} = \frac{\text{Ventas} - \text{Costo de mercadería vendida}}{\text{Ventas}}$$

Fórmula 14. Margen de utilidad bruta 2

$$\text{Margen de utilidad bruta} = \frac{\text{Utilidad bruta}}{\text{Ventas}}$$

Margen de utilidad operativa.

Establece el porcentaje de ganancia operativa que la empresa obtiene después que se han deducido los costos y gastos; en otras palabras, es la utilidad operacional sobre las ventas netas. Representa las “utilidades puras” ganadas por cada unidad monetaria de venta. Se le llama “pura”, porque mide solo la utilidad ganada en las operaciones, sin tomar en cuenta los intereses, los impuestos y los dividendos de acciones preferentes. Es preferible un margen de utilidad operativa alto. El margen de utilidad operativa se calcula de la siguiente manera:

Fórmula 15. Margen de utilidad operativa

$$\text{Margen de utilidad operativa} = \frac{\text{Utilidad operativa}}{\text{Ventas}}$$

Margen de utilidad neta.

Determina el porcentaje que queda de cada unidad monetaria vendida, después de que se dedujeron todos los costos y gastos, incluyendo intereses, impuestos y dividendos de acciones preferentes. Cuanto más alto sea el margen de utilidad neta, significa mayor ganancia. Ahora bien, los márgenes de utilidad neta convenientes difieren considerablemente entre las industrias, ya que, por ejemplo, un margen de utilidad neta del 1% o menos no estaría bajo para una tienda de comestibles; por otro lado, un margen de utilidad neta de 10% sería una margen bajo para una joyería. El margen de utilidad neta se calcula de la siguiente manera:

Fórmula 16. Margen de utilidad neta

$$\text{Margen de utilidad neta} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas}}$$

Ganancias por acción (GPA).

En general, las ganancias por acción (GPA) de la empresa son importantes para los accionistas actuales o futuros, y para la administración. Como se mencionó anteriormente, las GPA representan el monto en unidades monetarias obtenidas durante el período para cada acción común en circulación. Las ganancias por acción se calculan de la siguiente manera:

Fórmula 17. Ganancias por acción (GPA)

$$\text{Ganancias por acción} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Número de acciones comunes en circulación}}$$

Rendimiento sobre activos (RSA).

El rendimiento sobre los activos totales (RSA) determina el porcentaje de ganancia neta que se obtiene en relación a la inversión total en activos, es decir, mide la eficacia con que la administración ha generado utilidades con sus activos disponibles. Cuanto mayor sea el resultado de este instrumento, significa que la administración financiera utiliza de manera óptima los activos para generar utilidades en el período. El rendimiento sobre activos totales se calcula de la siguiente manera:

Fórmula 18. Rendimiento sobre activos (RSA)

$$RSA = \frac{\textit{Utilidad neta}}{\textit{Activos totales}}$$

Rendimiento sobre el patrimonio (RSP).

El rendimiento sobre el patrimonio establece el nivel de utilidad que se obtiene en torno a la estructura patrimonial. Cuanto mayor sea el resultado de este instrumento, significa que la administración financiera utiliza de manera óptima la estructura de capital para generar utilidades en el período. El rendimiento sobre el patrimonio se calcula de la siguiente manera:

Fórmula 19. Rendimiento sobre el patrimonio (RSP)

$$RSP = \frac{\textit{Utilidad neta}}{\textit{Capital}}$$

Mercado

Las razones de mercado se refieren al valor de mercado de una empresa según su precio accionario actual sobre ciertos valores contables. Estas se utilizan para fiscalizar la sobrevaluación o subvaluación del precio de las acciones y medir qué tan bien se está desarrollando la empresa. Reflejan la evaluación de las acciones comunes con respecto al desempeño actual y futuro de la empresa. Se consideran dos razones comunes de mercado: una centrada en las ganancias y otra que toma en cuenta el valor en libros.

Relación precio/ ganancias (P/G).

Se utiliza habitualmente para evaluar la estimación que hacen los propietarios del valor de las acciones. Esta razón mide la cantidad que los inversionistas están dispuestos a pagar por cada unidad monetaria de las ganancias de una empresa. Por lo tanto, el nivel de esta razón indica el grado de confianza que los inversionistas tienen en el desarrollo futuro de la empresa. Cuanto mayor sea la relación P/G, mayor será la confianza de los inversionistas. La relación P/G se calcula de la siguiente manera:

Fórmula 20. Relación precio/ganancias (P/G)

$$\text{Razón P/G} = \frac{\text{Precio de mercado por acción común}}{\text{Ganancias por acción}}$$

Razón mercado/libro (M/L).

Esta permite hacer una estimación de cómo los inversionistas ven el desempeño de la empresa, por lo que relaciona el valor de mercado de las acciones de la empresa con su valor en libros (estrictamente contable). Para calcular la razón M/L de la empresa, primeramente, se debe hacer el cálculo del valor en libros por acción común. Las acciones de empresas de las que se espera un buen desempeño, generalmente, son vendidas a razones de M/L más altas que las acciones de empresas con aspectos menos atractivos. El valor en libros por acción común se calcula de la siguiente manera:

Fórmula 21. Valor en libros por acción común

$$\text{Valor en libros por acción común} = \frac{\text{Capital patrimonial accionario}}{\text{Número de acciones comunes en circulación}}$$

Seguidamente, ya obtenido ese rubro, se procede a aplicar la fórmula de la razón M/L, la cual se calcula de la siguiente manera:

Fórmula 22. Razón mercado/libro (M/L)

$$\text{Razón M/L} = \frac{\text{Precio de mercado por acción común}}{\text{Valor en libros por acción}}$$

Análisis DuPont

De acuerdo con Gitman y Zutter (2012) “se utiliza para analizar minuciosamente los estados financieros de la empresa y evaluar su situación financiera. Resume el estado de pérdidas y ganancias y el balance general en dos medidas de rentabilidad: el rendimiento sobre los activos totales (RSA) y el rendimiento sobre el patrimonio (RSP). (p.82)

El sistema DuPont primeramente vincula el margen de utilidad neta, el cual mide la rentabilidad de la empresa sobre las ventas de la misma, con su rotación de los activos totales, lo que da resultado a la eficiencia con la que la empresa ha empleado sus activos para generar ventas. En la fórmula DuPont, el producto de esas dos razones es el rendimiento sobre los activos totales (RSA), calculada de la siguiente manera:

Fórmula 23. Fórmula DuPont 1

$$RSA = \frac{\text{Margen de utilidad neta}}{\text{Rotación de activos totales}}$$

Sustituyendo las fórmulas adecuadas para obtener el margen de utilidad neta y la rotación de los activos totales en la ecuación, y simplificar los resultados de la fórmula planteada anteriormente:

Fórmula 24. Fórmula DuPont 2

$$RSA = \frac{\text{Ganancias disponibles para los accionistas comunes}}{\text{Ventas}} \times \frac{\text{Ventas}}{\text{Activos totales}} \times \frac{\text{Ganancias disponibles para los accionistas comunes}}{\text{Activos totales}}$$

La fórmula DuPont permite a la empresa dividir su rendimiento en los elementos de utilidad sobre las ventas y eficiencia del uso de activos. Generalmente la empresa que sufre de un bajo margen de utilidad neta tiene una alta rotación de activos totales, lo que ocasiona un rendimiento suficientemente bueno sobre los activos totales, sin embargo, con frecuencia se presenta la situación opuesta.

Análisis DuPont modificado

El análisis Dupont es una importante herramienta para identificar si la empresa está usando eficientemente sus recursos. Esta metodología requiere los datos de las ventas, el beneficio neto, los activos y el nivel de endeudamiento

Seguidamente se emplea la fórmula DuPont modificada. Esta enlaza el rendimiento sobre los activos totales de la empresa (RSA) con su rendimiento sobre el patrimonio (RSP), el RSP es el producto del rendimiento sobre los activos totales (RSA) por el multiplicador de apalancamiento financiero (MAF), que corresponde a la relación entre los activos totales de la empresa y su capital en acciones comunes. Se calcula de la siguiente manera:

Fórmula 25. Fórmula DuPont modificado 1

$$RSP = RSA \times MAF$$

Al sustituir las fórmulas apropiadas en la ecuación para la obtención de RSA y MAF, y simplificando los resultados en la fórmula RSP, planteada anteriormente, se prosigue al siguiente cálculo

Fórmula 26. Fórmula DuPont modificado 2

$$RSA = \frac{\text{Ganancias disponibles para los accionsitas comunes}}{\text{Activos totales}} \times \frac{\text{Activos totales}}{\text{Capital en acciones comunes}} \times \frac{\text{Ganancias disponibles para los accionistas comunes}}{\text{Capital en acciones comunes}}$$

La utilización del MAF para convertir el RSA en RSP muestra el efecto del apalancamiento financiero sobre el rendimiento que adquieren los propietarios.

La mayor ventaja del sistema DuPont es que permite a la empresa analizar el rendimiento total para los propietarios en 3 importantes dimensiones, correspondientes a un componente de utilidad sobre las ventas (MUN), un componente de eficiencia del uso de activos (rotación de activos totales) y un componente de uso de apalancamiento financiero (MAF).

Análisis FODA

El acrónimo en español FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades, y amenazas) corresponde al acrónimo en inglés SWOT (strengths, weaknesses, opportunities, and threats). En español, también es conocido como DAFO, aludiendo que se deben examinar, primeramente, las debilidades y amenazas, puesto que estas conducen a discusiones productivas sobre lo que está pasando en el entorno externo, en lugar de discusiones sobre en qué una empresa es buena o mala.

Según Ponce (2007), el análisis FODA consiste en:

Realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que, en su conjunto, diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa, es decir, las oportunidades y amenazas. También, es una herramienta que puede considerarse sencilla y que permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de una organización determinada. (p.115)

Este análisis tiene una serie de ventajas, entre ellas, que permite valorar la posición de la empresa en el tiempo, al constituirse de componentes dinámicos. Además, la implementación de este análisis en la planeación estratégica se considera funcional, ya que

cuando las debilidades se ven disminuidas, las fortalezas son incrementadas y el impacto de oportunidades es enriquecido en el alcance de los objetivos de la empresa.

Es una herramienta de suma importancia para identificar los giros estratégicos que los empresarios tienen que realizar en ocasión de mantener la empresa a flote y un mejor manejo. Busca detectar y aprovechar las oportunidades particulares para un negocio en un momento dado, eludiendo sus amenazas, mediante un buen uso de sus fortalezas y una neutralización de sus debilidades. Además de lo anterior, brinda información de diagnóstico para la adecuada toma de decisiones.

Figura 1. Estructura del análisis FODA



Fuente: www.telescopio.galileo.edu

En congruencia con la Figura 1, el análisis FODA se compone de factores internos y externos. Con base en su resultado, se deben plantear líneas de acción para aumentar y reforzar las fortalezas, aprovechar las oportunidades, trabajar para convertir las debilidades en fortalezas, y neutralizar las amenazas, dado que permite tener control con los puntos internos de la empresa, pero no sobre los puntos externos.

Flujo de efectivo

El flujo de caja registra el dinero que entra y sale de un negocio en un período determinado, este informe financiero toma en cuenta los ingresos por ventas y los egresos por el pago de cuentas de manera que se pueda conocer la liquidez de la empresa.

Cuando es necesario comprar mercancía, o pagar de algún servicio, es necesario tener dinero para realizar el pago, no es posible pagar con la promesa de que pronto se cobrará algún crédito, el flujo de caja brinda la tranquilidad y seguridad de que el dinero va a estar disponible para el cumplimiento de las obligaciones.

Si un negocio no tiene la liquidez suficiente para soportar la operación de la empresa, no es solvente y si no se resuelve la situación, el problema va a postular a la empresa a una quiebra, por ello es importante tener siempre el dinero suficiente para asegurar el pago a los proveedores, colaboradores, y demás gastos operativos de la empresa.

Los flujos de efectivo de la empresa se dividen en:

Flujos operativos, son las entradas y salidas de efectivo relacionadas directamente con la producción y venta de los bienes y servicios de la empresa.

Flujos de inversión, son los flujos de efectivo relacionados con la compra y venta de activos fijos, y con inversiones patrimoniales en otras empresas. Como se evidencia, las transacciones de compra producen salidas de efectivo, en tanto que las transacciones de venta generan entradas de efectivo.

Flujos de financiamiento, resultan de las transacciones de financiamiento con deuda y capital.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

Enfoque de investigación

De acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2014), “los enfoques cuantitativo, cualitativo y mixto constituyen posibles elecciones para enfrentar problemas de investigación y resultan igualmente valiosos. Son, hasta ahora, las mejores formas diseñadas por la humanidad para investigar y generar conocimientos (p.2). Lo que se traduce en que los enfoques dan una guía al investigador acerca de hacia dónde llevar la investigación, a fin de lograr el cometido planteado al principio de esta.

Hernández et al (2014) indica que el enfoque cuantitativo:

es secuencial y probatorio. Cada etapa precede a la siguiente y no podemos “brincar” o eludir pasos. El orden es riguroso, aunque desde luego, podemos redefinir alguna fase. Parte de una idea que va acotándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica. De las preguntas se establecen hipótesis y determinan variables; se traza un plan para probarlas (diseño); se miden las variables en un determinado contexto; se analizan las mediciones obtenidas utilizando métodos estadísticos, y se extrae una serie de conclusiones respecto de la o las hipótesis.” (p.4)

La presente investigación se va a desarrollar a través del enfoque cuantitativo, ya que emplea “la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías” (Hernández et al, 2014, p.4). En esta investigación se pretende recolectar datos de los estados financieros y analizarlos a través de distintos métodos para determinar la salud financiera y proponer soluciones adaptadas a la situación.

Diseño de investigación

Hernández et al (2014) definen el diseño como “el plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información que se requiere en una investigación y responde al planteamiento” (p.128). Además, indica que el seleccionar y desarrollar uno a más diseños de investigación es necesario ya que “el investigador debe visualizar la manera práctica y concreta de contestar las preguntas de investigación, además de cumplir con los objetivos fijados” (p.128).

En el caso de la presente investigación, esta se va a desarrollar bajo un diseño de tipo no experimental transversal. Según Hernández et al (2014), las investigaciones no experimentales corresponden a “estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos.” (p.152)

Además, Liu (2008) y Tucker (2004), citados por Hernández et al (2014), indican que los diseños de tipo transversal “recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como “tomar una fotografía” de algo que sucede.” (p.154)

Lo anterior se justifica porque en la investigación se describirán las variables de los estados financieros, se realizará un análisis de las variables, la incidencia de estas en la salud financiera de la empresa en cuestión y la interrelación de las variables correspondientes a los años anteriores, específicamente los períodos 2019-2021.

Fuentes de información

Una fuente de información es todo aquello que proporciona datos para reconstruir hechos y las bases del conocimiento. También, conforman un instrumento para el conocimiento, la búsqueda y el acceso de a la información necesaria para el desarrollo de objetivos de la investigación. Existen dos tipos de fuentes de información, las cuales corresponden a fuentes primarias y fuentes secundarias.

Fuentes primarias

Las referencias o fuentes primarias proporcionan datos de primera mano, pues se trata de documentos que incluyen los resultados de los estudios correspondientes, por ejemplo: libros, antologías, artículos de publicaciones periódicas, monografías, tesis y disertaciones, documentos oficiales, reportes de asociaciones, trabajos presentados en conferencias o seminarios, artículos periodísticos, testimonios de expertos, documentales, videocintas en diferentes formatos, foros y páginas en internet. En la presente investigación se utilizan como fuentes primarias libros, tesis y, por supuesto, los estados financieros de la empresa en cuestión.

Fuentes secundarias

Las fuentes secundarias consisten en compilaciones, resúmenes y listados de referencias publicadas sobre un tema (listado de fuentes primarias). En esta investigación, se utilizaron fuentes secundarias compilaciones de referencias bibliográficas de los temas relacionados.

Muestra

De acuerdo con Hernández et al (2014), el interés “se centra en “qué o quiénes”, es decir, en los participantes, objetos, sucesos o colectividades de estudio (las unidades de análisis), lo cual depende del planteamiento y los alcances de la investigación (p. 172). Es decir, “para seleccionar una muestra, lo primero que hay que hacer es definir la unidad de muestreo/análisis... Una vez definida la unidad de muestreo/análisis, se delimita la población.” (p.173). En otras palabras, para hablar de muestra, hay que hablar de unidades de muestreo.

Como menciona Hernández et al (2014) “Para el proceso cuantitativo, la muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que

definirse y delimitarse de antemano con precisión, además de que debe ser representativo de la población... El interés es que la muestra sea estadísticamente representativa.” (p.173).

Además, el tipo de muestra escogido es el no probabilístico. Como lo definen Johnson (2014) y Battaglia (2008), citados por Hernández-Sampieri et al (2013), en este tipo de muestreo la elección de los elementos “no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o los propósitos del investigador” (p.176).

En adición, Hernández et al (2014), menciona que “aquí el procedimiento no es mecánico ni se basa en fórmulas de probabilidad, sino que depende del proceso de toma de decisiones de un investigador o de un grupo de investigadores y, desde luego, las muestras seleccionadas obedecen a otros criterios de investigación” (p.176). Entendiendo lo anterior, se puede concretar que en esta investigación se tomará como población a las personas que forman parte de la empresa Distribuidora Fabiola S.A., porque son aquellas que tienen el conocimiento de las actividades y estado de la empresa. A continuación (Tabla 1) se detalla la matriz de muestreo.

Tabla 1. Matriz de muestreo

Número de entrevistado	Empresa	Cargo	Motivo
1	Geovanny Castillo Castillo	Propietario	Porque son las personas que llevan a cabo las tareas y funciones de la empresa, y como tales son fuentes de retroalimentación muy importantes que van a brindar un aporte
2	David Calderón Retana	Agente de ventas (preventa)	
3	Francisco Peña Solano	Chofer repartidor	
4	Antonio Guillén Valverde	Agente de ventas (venta directa)	
5	Fabrizio Garita Poveda	Facturación	

6	Mariano Gómez Corrales	Bodeguero	valioso a la investigación.
7	Sergio Villalta Sanabria	Contador	

Nota: Elaboración propia (2022).

Variables

Debido a que el enfoque de la investigación es cuantitativo, la unidad de análisis correspondería a cada variable. Según la define Hernández et al (2014), una variable constituye “una propiedad que puede fluctuar y cuya variación es susceptible de medirse u observarse. El concepto de variable se aplica a personas u otros seres vivos, objetos, hechos y fenómenos, los cuales adquieren diversos valores respecto de la variable referida” (p.105) La importancia de las variables radica en que pueden “relacionarse con otras variables, es decir, si forman parte de una hipótesis o una teoría. En este caso, se les suele denominar constructos o construcciones hipotéticas” (p.105). La Tabla 2 indica las variables consideradas en este estudio.

Tabla 2. Matriz de conceptualización

Objetivo	Variable	Indicador	Definición conceptual	Definición operacional	Definición instrumental
Definir los fundamentos teóricos, prácticos y metodológicos que sirven de sustento para el análisis financiero de una empresa.	Fundamentos teóricos, prácticos y metodológicos del análisis financiero.	Análisis financiero	Soto et al (2017) lo definen como un conjunto de instrumentos o herramientas que sirven para evaluar, analizar e interpretar información económica y financiera. Mediante estos resultados, las direcciones financieras o administradores tomarán las decisiones, sustentados en información técnica financiera, para disminuir los riesgos en la organización. (p.10)	Para la medición de esta variable, se aplicarán herramientas de investigación teórica y aplicación de conocimientos.	Para medir esa variable, se aspira a realizar una búsqueda bibliográfica y aplicar los conceptos de lo abarcado en la búsqueda al análisis de los estados financieros.

<p>Evaluar los procedimientos administrativos de la empresa Distribuidora Fabiola S.A.</p>	<p>Procedimientos administrativos de una empresa.</p>	<p>Gestión administrativa</p>	<p>Bowen y Vaca (2015), citados por Falconi, Luna, Sarmiento y Andrade (2019) indican que esta se fundamenta al ser un soporte administrativo para distintos procesos de la empresa, de todas las áreas de la empresa, con el objeto de obtener un resultado efectivo teniendo mayores ventajas competitivas que se verán reflejadas en los estados financieros. (p.1)</p>	<p>Se empleará un cuestionario a las personas pertenecientes a la empresa en cuestión.</p>	<p>Por medio de este instrumento, se aplicarán preguntas que permitirán determinar los procedimientos administrativos y financieros para poder tener un panorama más amplio de las operaciones de la empresa.</p>
<p>Examinar las causas de las deficiencias financieras que conllevan a la mala salud financiera de la empresa</p>	<p>Causas que conllevan a la mala salud financiera de una empresa.</p>	<p>Salud financiera</p>	<p>(BBVA, 2022, párr.1) indica que es “el bienestar que se alcanza mediante una buena gestión de la economía personal, familiar o empresarial para poder hacer frente a imprevistos y</p>	<p>Se aplicará un análisis a los estados financieros de la empresa</p>	<p>Por medio de este instrumento, se aplicarán distintos métodos de análisis para definir las deficiencias</p>

Distribuidora Fabiola S.A.			conseguir metas vitales y de futuro”.		económicas de la empresa.
-------------------------------	--	--	--	--	------------------------------

Nota: Elaboración propia (2022)

Instrumentos utilizados en la investigación

Según Grinnell, Williams y Unrau (2009), citados por Hernández et al (2014), “Un instrumento de medición adecuado es aquel que registra datos observables que representan verdaderamente los conceptos o las variables que el investigador tiene en mente” (p.199). Se puede decir que los instrumentos constituyen una herramienta fundamental para la asociación de la teoría con la realidad plasmada en datos.

Entrevista

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), la entrevista es una técnica en la que la persona “entrevistadora” solicita información de un grupo “entrevistados” para obtener datos sobre un problema determinado (p.403). Además, en la entrevista, a través de las preguntas y respuestas se logra una comunicación y la construcción conjunta de significados respecto a un tema” (p.403).

El objetivo de la entrevista es promover la indagación sobre el tema investigado en este proyecto y supone la obtención de información en torno a la labor del investigador. Pretende recopilar información a nivel general de la empresa a través de la entrevista realizada al propietario de esta.

Cuestionario

De acuerdo con Hernández et al (2014), el cuestionario es el instrumento de medición más utilizado. Este “consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir, debe ser congruente con el planteamiento del problema e hipótesis” (p. 217). Aunado lo anterior, un cuestionario “obedece a diferentes necesidades y a un problema de investigación, lo cual origina que en cada estudio el tipo de preguntas sea distinto. Algunas veces se incluyen tan sólo preguntas cerradas, otras ocasiones únicamente preguntas abiertas, y en ciertos casos ambos tipos de preguntas” (p. 220).

En la presente investigación, se van a formular y aplicar cuestionarios compuestos, en su mayoría, por preguntas cerradas, es decir, las cuales “contienen categorías u opciones de respuesta que han sido previamente delimitadas” (p.217). Esta decisión procura recabar una mayor porción de información a fin de cumplir con los objetivos propuestos.

Análisis de datos

Este instrumento se va a utilizar para el análisis e interpretación de los resultados obtenidos a partir de la información financiera recopilada, mediante la aplicación de las herramientas de análisis, además de la entrevista y cuestionario aplicado para emitir conclusiones y recomendaciones objetivas.

Proceso para la recolección y análisis de datos

Este procedimiento se presenta por fases, las cuales representan los pasos que la investigación debe seguir para lograr los objetivos propuestos. Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), “son aquellas etapas donde se describen las actividades realizadas en cada una de las fases de una investigación” (p.376). A continuación, se presenta el proceso para la recolección de los datos y su análisis.

Primeramente, se realizó la escogencia del tema, depurando varias ideas hasta definir el “análisis financiero de la empresa Distribuidora Fabiola S.A. como herramienta para la consecución de la salud financiera empresarial en el período 2019-2021”. Partiendo de este, se determinó que la idea principal era realizar un análisis de los estados financieros de la empresa en cuestión para determinar el estado y sus deficiencias y, a raíz de estos, proponer líneas de acción a seguir. Esta propuesta busca tanto fortalecer las operaciones que conllevan un buen manejo como corregir aquellas que están causando deficiencias a nivel financiero y, de esta forma, mejorar la salud financiera de la empresa.

Seguidamente, se describen las fases en el proceso de investigación:

Fase I: Respecto al primer objetivo, se determinarán los instrumentos tanto teóricos como metodológicos por aplicar en los estados financieros de la empresa, con el fin de tener una estructura pertinente para el análisis de datos.

Fase II: En cuanto al segundo objetivo, se entrevistará al propietario de la empresa para conocer, de primera mano, la actividad, operatividad y estructura financiera y organizacional de esta. La entrevista se realizará de forma personal y, como complemento a esta, se aplicará un cuestionario a los colaboradores para conocer con más profundidad las funciones y obtener retroalimentación muy valiosa, pues estos suelen tener buenas ideas que se deberían considerarse en la empresa. Seguidamente, se determinará la estructura organizacional de la empresa y se solicitarán los estados financieros para proceder con el análisis respectivo de los datos.

Fase III: En relación con el tercer objetivo, se utilizará la herramienta Excel para el análisis de los datos recopilados, a través de las fórmulas previamente detalladas. Los resultados se representarán en forma de figuras, gráficos y demás herramientas a fin de visualizar de forma más clara el análisis e identificar los puntos fuertes y débiles financieros de la empresa.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS

En este capítulo se analizarán los resultados de la investigación. Se dividirá en tres secciones: primeramente, se presentaran los resultados de la investigación obtenidos a partir de la entrevista aplicada al propietario de la empresa; seguidamente, se presentarán los resultados del cuestionario aplicado a los colaboradores de la empresa; por último, se realizará el análisis e interpretación de los estados financieros de la empresa a través de la aplicación de herramientas de análisis financiero, tales como: análisis horizontal y vertical, análisis de razones financieras, y análisis DuPont. Además se aplicarán otras herramientas necesarias para la investigación, como lo son el flujo de efectivo y el análisis FODA.

Entrevista al propietario de Distribuidora Fabiola S.A.

A continuación, se presentan las respuestas junto con el análisis realizado a partir de los datos obtenidos en la entrevista realizada al propietario de la empresa:

Pregunta 1: ¿Cuál es la actividad de la empresa?

Respuesta: Distribuidora Fabiola S.A. se dedica a la distribución de golosinas, panes, snacks y otros productos, por medio de una tienda física ubicada en Paraíso de Cartago y por medio de rutas. Actualmente, cuenta con dos rutas, una en modalidad preventa y otra en modalidad venta directa. La empresa vende a agentes de venta revendedores (personas independientes que, a su vez, venden a pulperías) y a negocios como pulperías, supermercados, abastecedores, sodas, ferreterías, barberías, bares, restaurantes y también al consumidor final.

De acuerdo con lo expresado por el propietario de la empresa, se pudo determinar que Distribuidora Fabiola S.A. tiene una amplia y diversificada cartera de clientes. Aproximadamente son 175 clientes (frecuentes), de los cuales alrededor de 10 son agentes revendedores. También, se determinó que la empresa vende tanto a intermediarios como al

consumidor final, por lo que hay más clientes que son de tipo ocasional o de conveniencia, los cuales compran para meriendas, fiestas, para tomar café, etc.

Por otra parte, la empresa cuenta con una amplia gama de productos, con rutas y tienda física, es decir, obtiene ingresos por medio de ventas “a domicilio” y también en la tienda física. Cabe destacar que sí manejan una base de datos con la información de los clientes frecuentes.

Pregunta 2: ¿Su empresa cuenta con visión, misión, objetivos por alcanzar?

Respuesta: Sí, cuenta con visión y misión. No cuenta con objetivos definidos, se puede decir que el principal objetivo es generar utilidades. Aparte de eso, no hay objetivos en específico.

A continuación, se detalla la visión y misión de la empresa:

Visión: “Crecer y ser conocida como la empresa líder en distribución de panes, frituras, golosinas y medicamentos comerciales, con el mejor servicio al cliente y más amplia gama de productos, comercializándolos a nivel nacional”.

Misión: “Mantener la satisfacción de las necesidades del mercado brindando a nuestros clientes una amplia gama de productos a precios accesibles, otorgando al consumidor calidad, valor y expectativa”.

Siempre es importante tener objetivos por alcanzar, ya que estos muestran un camino a seguir, perfilados con la visión y misión. También, es importante luchar por desarrollar estas últimas y transmitir las a los colaboradores.

Pregunta 3: ¿Ha realizado análisis FODA a la empresa?

Respuesta: No se ha realizado. Se sabe que, por ejemplo, una amenaza son los competidores y una fortaleza es que vendemos a consumidor final, pero, fuera de eso, no se ha plasmado en papel ni se ha hecho mayor análisis.

El análisis FODA es importante realizarlo para saber la situación de una empresa a nivel externo e interno. Además, da una guía para enfocarse en las fortalezas, mitigar las amenazas, aprovechar las oportunidades y transformar las debilidades en fortalezas. Es un análisis provechoso que facilita el establecimiento de estrategias y prioridades en los cursos de acción.

Pregunta 4: ¿La empresa tiene un organigrama definido?

Respuesta: No, sí se tienen puestos establecidos y ordenados, y ya cada quién sabe a quién se reportan las cosas, y a quién se debe de llamar para los diferentes asuntos que se presenten en las actividades diarias, pero hay un organigrama plasmado en papel.

Al ser una empresa pequeña y con pocos colaboradores, no se tiene definido el organigrama de esta. Aunque como se menciona anteriormente, cada quién tiene claro los puestos y funciones, el tener un organigrama definido es de suma importancia para la empresa, ya que es la estructura sobre la cual la organización opera, al definir cómo se enfrentarán los desafíos y cómo los distintos colaboradores harán frente a sus clientes, proveedores, competencias, colaboradores, entre otros aspectos.

Además de los puntos anteriores, el organigrama indica con quién se debe hablar dentro de la empresa para solucionar algún problema o con quién es posible contar para potenciar algún proyecto, especifican los recursos humanos con los que se cuentan y el orden de estos dentro de la empresa.

Pregunta 5: ¿Utiliza herramientas digitales para publicidad y cuáles herramientas utiliza?

Respuesta: Sí, actualmente se tienen las posibilidades para contratar un servicio de publicidad. Sí se hace publicidad por redes sociales, específicamente Facebook e Instagram, y el WhatsApp Business que es una herramienta muy funcional, se incorporó el catálogo digital y sí hay muestra que ha dado resultado.

Según lo anterior, la empresa sí cuenta con publicidad, aunque al ver las redes sociales en particular Facebook e Instagram tienen poca actividad, en WhatsApp efectivamente cuenta con el catálogo y facilita mucho a la hora de realizar una compra. Como contrapunto, al ingresar al catálogo se pudo observar que los precios de los productos se encuentran desactualizados.

Pregunta 6: ¿Utiliza algún recurso tecnológico para ejercer el control administrativo, de ventas y financiero de la empresa?

Respuesta: Sí, se cuenta con un sistema de punto de venta, que integra también la parte contable, pero, por el momento solo se utiliza para facturar. También se pueden consultar ventas, margen de ganancia por venta, se puede ingresar y ver el total de compras, costos de mercadería, inventario y cuentas por cobrar. Prácticamente solo se utiliza para lo descrito anteriormente, a pesar de tener otras facilidades como rendición de estadísticas y contabilidad.

En vista de lo anterior, Distribuida Fabiola S.A. sí cuenta con un sistema, el cual ofrece diversidad de información, pero no se realizan análisis profundos para determinar aspectos estadísticos importantes que se pueden extraer del sistema, como por ejemplo: cuál cliente compra más, cuál es el producto que tiene mayor rotación, en qué zona se obtiene mayor ingreso por venta, etc.

Pregunta 7: ¿Cuenta con registros contables y con qué finalidad los utiliza?

Respuesta: Sí, se cuenta un contador por servicios profesionales que presenta la documentación y realiza los reportes de estados financieros, pero esta labor solo se realiza para estar en orden con el estado.

Con base a lo anterior, se puede determinar que los estados financieros únicamente se utilizan para fines tributarios, no para toma de decisiones con respecto a la información plasmada en estos. Se debe recordar que los estados financieros no se destinan únicamente para propósitos contables y tributarios, sino que son fundamentales para analizar la situación de la empresa.

Pregunta 8: Qué tan efectivo es el proceso de crédito y cobro en su empresa?

Respuesta: Hace unos años se daban muchos problemas en esta área. Teníamos créditos muy peligrosos y no existía la labor de cobro. Con la mayoría de clientes se trabajaba a ocho días o menos, pero había clientes con créditos a quince días o un mes, o vuelta de gira, que es cuando el cliente paga cuando va a cargar, y esto dura lo que le dure la mercadería.

Teníamos a una persona encargada de esto y de las cuentas por pagar, pero esta persona no cobraba, algo así como si el cliente viene a pagar bien; si no, también, algo que lógicamente nos ocasiono muchos problemas. Además, varias personas quedaron debiendo, ya que, como se mencionó al principio, se les vende a agentes revendedores, con este tipo de clientes se vende un alto monto, pero la ganancia es baja y, al quedar debiendo, fueron montos bastante altos. Actualmente, los créditos se han saneado bastante y se trabaja día a día para mejorar la labor de cobro.

Según lo anterior, el proceso de crédito y cobro no era el más apto, lo que ocasionó problemas de pago. Si bien actualmente la mayoría de créditos están al día, años atrás hubo mucha morosidad debido a esta ineficiencia en crédito y cobro, dinero que hasta la fecha no se ha recaudado.

Pregunta 9: ¿Lleva controles extraordinarios a través de alguna herramienta, y qué tipo de controles son?

Respuesta: Sí, se utiliza la herramienta de Excel. En ella se lleva la caja, cuentas por cobrar, cuentas por pagar, ventas reales diarias. Con reales me refiero a montos finales, ya que muchas veces hay notas de crédito de por medio, por lo que el Excel permite verificar que todo se haya pagado bien y estar al día con los cobros y pagos.

De acuerdo con lo expresado anteriormente, sí hay controles como complemento de la información que brinda el software. Además, se puede deducir que existe el conocimiento y la manipulación de la herramienta Excel, aspecto importante para lo que se desea plantear en la propuesta.

Pregunta 10: ¿Con qué fin lleva este tipo de controles?

Respuesta: Se llevan para ver el comportamiento de las ventas, cuanto de crédito y contado, cuánto dinero se ha recuperado del crédito otorgado; también para estar al día con los cobros y los pagos.

Según lo anterior, se llevan controles por aparte, pero estos solo son para reportes básicos, dado que análisis a profundidad no se realiza.

Pregunta 11: A grandes rasgos, ¿cuál considera que sea el estado de la salud financiera de su empresa?

Respuesta: El estado de salud lo considero deficiente, ya que no se ve la ganancia. Se sale con los pagos a duras penas, pero, para la magnitud de ventas que hay, no se ve la ganancia que se quisiera.

Conforme la respuesta, la empresa no percibe ganancias sustanciales. Esta situación puede deberse a muchos factores y/o una combinación de ellos. El posterior análisis de los estados financieros mostrará los motivos.

Pregunta 12: Califique el grado de importancia que tienen para usted los siguientes aspectos dentro de su empresa para el buen funcionamiento. Justifique su respuesta.

- Inventario
- Ventas
- Costos
- Gastos
- Crédito y cobro

Respuesta:

Inventario: Muy importante. Viéndolo desde el punto de vista de existencias, el inventario es importante en esta empresa, porque hay clientes mayoristas, por lo que siempre se debe tener producto en existencia. No se puede dar el lujo de decir que no hay. Viéndolo desde la parte de lo que hay invertido monetariamente, también lo es y debe haber un equilibrio en ambos sentidos, porque no se puede tener plata estancada y tampoco decirle al cliente que no hay de tal producto. Dado los productos que se manejan, el inventario rota rápido, pero sí ha habido ocasiones donde se queda algún producto estancado y tal vez de otro que tiene alta rotación no hay existencia.

Ventas: Muy importante. Las ventas son de los aspectos más fundamentales en una empresa. Se puede tener capital, el producto, el recurso humano, etc, pero, si no se vende, la empresa no va a funcionar. En el caso de la distribuidora, el modelo de ventas es vender en cantidad con bajo margen de ganancia, por lo que los números en las ventas son bastante favorables. Este modelo se tenía porque la mayoría de clientes eran agentes revendedores, en una carga se llevaban hasta dos millones de colones, pero de esa venta se ganaba muy poco. Actualmente no son tantos clientes de ese tipo, si al caso unos 10. Se está percibiendo más venta con mayor ganancia en el local, que es donde hay que reforzar la venta, ya que el cliente viene, no hay gasto de tiempo ni de kilometraje (combustible, llantas, aceite, etc.).

Costos: Muy importante. Este es, siento yo, el problema más grande que tiene la empresa; no los costos en sí, pero el margen de ganancia, el cual es muy bajo. En el caso de los agentes revendedores, puede andar entre un 7% y 10%, y en el caso de los pulperos, puede andar entre un 15% y un 20%, 25%. En el mejor de los casos, este, a pesar de ser un margen “bueno” dentro de lo que cabe, deduciendo los gastos, préstamos y demás, queda muy poca ganancia. Creo que es el aspecto al que mayor atención hay que ponerle.

Gastos: Muy importante. Los gastos son importantes, porque, a pesar de que existe una regla fundamental (no gastar más de lo que se gana), los gastos en la empresa son gastos necesarios: el combustible, los salarios, seguros, mantenimiento de vehículos, alquiler del sistema de facturación, artículos de oficina, limpieza... y demás gastos que se hacen en la empresa, son necesarios para que la empresa funcione.

Crédito y cobro: Muy importante. La labor de crédito y cobro es muy importante en la empresa, porque, debido al gremio en el que se trabaja, las personas tienden a ser muy desordenadas en cuanto a sus pagos. Muchos van al día y si no se les cobra no pagan. Es importante siempre estar al día y pendiente de los créditos pronto a vencer, de cobrar, facilitar al cliente formas de pago (cuando sea posible), para mantener créditos saludables y, por ende, liquidez.

Pregunta 14: ¿Lleva usted un control de inventario y de qué forma lo lleva?

Respuesta: El sistema muestra la cantidad de producto que hay en bodega y se realizan los ingresos de compras y salidas de mercadería por regalías, cambios, etc. Esto se usa para dar una mayor seguridad al vender al cliente y, además, para verificar que todo lo que entre y salga esté justificado.

Según lo expresado, el inventario se lleva únicamente con el fin de saber las existencias para vender y para que haya un orden en las entradas y salidas de mercadería.

Cabe destacar que el control de inventario va más allá de eso, por ejemplo, indica cuánto dinero hay invertido en él y otros aspectos que se recalcarán más adelante.

Pregunta 15: ¿Realiza usted revisiones de la eficiencia de los controles y procedimientos administrativos? Si la respuesta es sí, ¿con qué frecuencia y con qué finalidad?

Respuesta: No, los controles que están sirven para las actividades diarias, por lo que no se hacen revisiones de ellos. Lo que sí se hace es ir creando controles que funcionen, por ejemplo, hace poco se tuvo que hacer un control de cajas negras, que son las cajas plásticas donde se despacha la mercadería (en su mayoría el pan).

Muchas veces, los controles que servían hace un año quedan obsoletos, por aspectos como desarrollo, cambio de operatividad y demás. Por lo tanto, siempre es importante estar en constante revisión de controles, para ya sea continuar con ellos, mejorarlos, adaptarlos o eliminarlos para crear nuevos controles que sean eficientes.

Pregunta 16: ¿Cómo describiría actualmente el estado general de su empresa?

Respuesta: Actualmente, está viviendo una situación muy difícil. La empresa está a flote, porque está vendiendo a pesar de la pandemia y de los negocios que nos han quitado; pero sí siento que requiere atención en varios aspectos que nos tienen estancados por así decirlo, ya que hay momentos, por ejemplo, donde llega un proveedor a cobrar la factura anterior y no está el dinero listo para cumplir con el pago.

De acuerdo con lo anterior, se deduce que la empresa vende, pero, a pesar de esto, no alcanza el dinero. Este panorama sugiere efectuar una revisión más profunda. Si ya se sabe que se está vendiendo bien, se pueden poner en la mesa temas como revisión de costos, de gastos, créditos y cuentas por cobrar, además de la definición del punto de equilibrio.

Pregunta 17: Indique la afectación de los siguientes aspectos en la salud financiera de su empresa:

- Inventario
- Ventas
- Costos
- Gastos
- Crédito y cobro

Respuesta:

Inventario: En cuanto al inventario, la Distribuidora ha sido eficiente. Son pocas las veces que ha quedado mercadería estancada, generalmente, todo rota muy bien, gracias a que se tiene un amplio conocimiento de los productos que se venden, así que por ese lado no afecta tanto la salud financiera. De igual forma, le doy un 4 porque trabajamos a la semana y, por ejemplo, en un proveedor como Zarcereña, tienen que pagar la factura a los ocho días, y más de una vez aún queda producto. Ahora, es producto que al día siguiente se vende, entonces no es un desfaldo grande.

Ventas: Anteriormente, la distribuidora dependía de las ventas a agentes revendedores, pero, en el 2020, uno de los proveedores grandes nos quitó los agentes revendedores, es decir, ellos los llamaron para venderles directamente. Esto fue un problema, porque, obviamente, decayeron las ventas significativamente; pero, a la vez, fue un pro, ya que la mayoría de agentes revendedores estaban bajo la modalidad de crédito y algunos se atrasaban en el pago. Además de esto, el margen de ganancia era de un 5%, que, si bien es cierto en volumen se percibe, existían costos invisibles que bajaban aún más ese margen. Actualmente, las ventas tienen buen margen de ganancia y no hay créditos peligrosos. Por eso, se califica con un 4, porque a veces es mejor vender menos, pero ganar bien y sin el riesgo de que el cliente no cumpla con el pago.

Costos: Los costos, como se mencionó anteriormente, sí impactan mucho la salud financiera. En el mercado donde se desarrolla, la empresa los márgenes son muy bajos y muchos de los productos tienen un precio fijo el consumidor, por ejemplo, la Ranchita es un

producto para 150 colones al público, por lo que obligatoriamente hay que venderlo a 1.500 colones. Incluso el empaque trae el precio, entonces, es un producto con el que no se puede jugar con el margen, sino que es un margen definido.

Ahora bien, existen otros productos como el pan que varía, especialmente con las marcas que pocos distribuidores trabajan, por ejemplo, el pan casero es un producto que produce una pequeña empresa familiar de Paraíso y solo le venden a ciertas personas por la baja capacidad de producción. Entonces, ese producto, en San José o Guápiles, se puede colocar con un margen del 30% de ganancia, por ejemplo, ya que, aunque sea un producto que solo la Distribuidora venda en esa zona, existen otras marcas que establecen un rango de precios. Por ejemplo, no se puede poner el pan a 1.300 colones si hay otro que cueste 900 colones, ya que si se ve por cuestión de calidad el cliente sí va a comprar por preferencia, pero si es por cuestión de precio, la otra opción sería mejor; por lo anterior es que los costos es de los aspectos que más afectan la salud financiera de la empresa.

Gastos: Debido a los bajos márgenes que se trabajan, al deducir gastos se obtiene, un menor margen de ganancia. La distribuidora cuenta con muchos gastos necesarios, como por ejemplo el combustible. De hecho, este aspecto se entrelaza mucho con el aspecto de costos, por ejemplo este año ha habido muchos aumentos en el precio de productos, como el ejemplo anterior de la Ranchita. Ese producto anteriormente era para 100 colones y aumentó para 150 colones, por el aumento en materia prima, transporte, etc.

El problema es que ese proveedor solo toma en cuenta el cubrir sus costos y a los distribuidores les da el mismo margen, entonces, por ejemplo ahora el combustible sale más caro y la distribuidora está distribuyendo el mismo producto con el mismo margen de ganancia, pero con un aumento de gasto. Ahora bien, hay proveedores que sí son conscientes de esto, por ejemplo, Golosinas Súper también subió los precios de los productos, pero aumentaron el margen de ganancia de los distribuidores. Entonces, la empresa se puede defender más al aumentar los gastos, es decir se está compensado ese aumento de combustible, porque se le está ganando más al producto. Esto es un aspecto que afecta específicamente a los distribuidores, ya que, por ejemplo, un supermercado no tiene gastos

de combustible, o por lo menos, no en grandes cantidades como lo tienen los distribuidores, y tienen (en su mayoría) poco recurso humano, ya que el negocio lo ven entre familiares.

Crédito y cobro: Como se mencionó anteriormente, en esta área se sufrió mucho problema, porque se dieron créditos bastante altos y muchos de ellos no se lograron recuperar, tanto por labor de cobro, como por “miedo a perder el cliente”. Por poner un ejemplo: un cliente debía una factura y se le permitía volver cargar otra vez mercadería sin haber cancelado la factura anterior, lo que desata un desastre, y más aún cuando el cliente queda debiendo. Esto se fue convirtiendo en una bola de nieve y aunque ahorita no hay créditos como los de antes, los errores que se cometieron en el pasado ha repercutido en todos estos años, ya que, al no tener el dinero para cancelar debido a esos créditos incobrables, la empresa recurrió a sacar préstamos y vivir en una constante situación de deuda para hacer frente a los proveedores y demás cuentas por pagar.

Cuestionario aplicado a los colaboradores de Distribuidora Fabiola S.A.

A continuación, se presentan las respuestas obtenidas en el cuestionario aplicado a los colaboradores de la empresa.

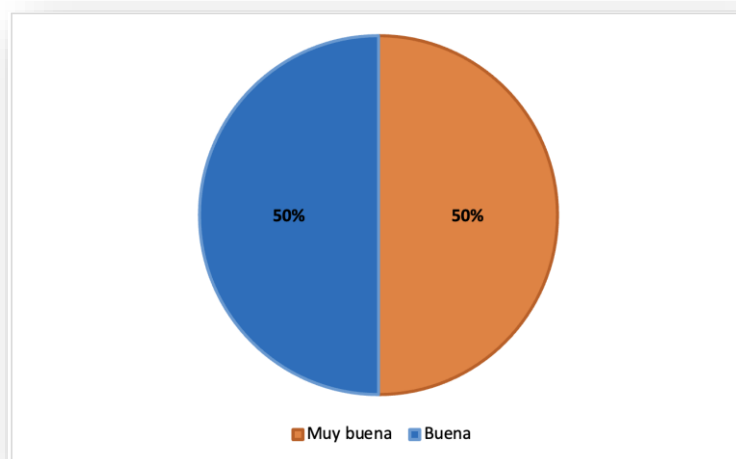
1. ¿Cuál es su puesto de trabajo en la empresa?
 - Agente de ventas
 - Bodeguero
 - Facturador
 - Agente de ventas
 - Agente repartidor
 - Contador

2. Cite sus 3 funciones más importantes:
 - Manejar, venta, servicio al cliente;
 - Realizar pedidos de mercadería, atención al público, alistar pedidos;

- Facturar, acomodar mercadería, atender al público;
 - Venta, reparto y servicio al cliente;
 - Entrega de pedidos, cuidado de activos de la empresa, manejo responsable de valores;
 - Reunir y resumir la información contable, elaboración de los estados financieros y presentación las declaraciones a Hacienda.
3. Mencione 3 aspectos que usted considere que son problemas para llevar a cabo sus funciones en forma eficiente:
- Inventario, herramienta facturación y transporte;
 - Falta de comunicación, falta de seriedad en la toma de decisiones, falta de compromiso al realizar cosas nuevas (se proponen cosas, pero nunca se cumplen), no hay estrategias, poca productividad;
 - Falta de comunicación de los jefes, falta de compañerismo, falta de cumplimiento de responsabilidades;
 - Presas en carretera, alzas de precios y competencia masiva;
 - Hasta el momento no tengo ningún problema;
 - No tener un sistema contable en el cual los pagos (a proveedores y gastos) se respalden con un cheque o una transferencia, o sea no hay un libro de bancos; no tener todos los documentos o comprobantes que respalden el pago principalmente de bienes y servicios (gastos); se paga con dineros de la empresa cosas que no son ni una compra ni un gasto de la empresa.
4. Mencione cómo solucionaría usted esos 3 problemas mencionados anteriormente.
- Mejoraría el sistema facturación, mejor inventario, más coordinación;
 - Más orden, más control, poner tareas a los colaboradores y que ellos rindan cuentas conforme a sus órdenes, para que así se cumpla con productividad las cosas que se proponen, realizar estrategias conforme a las ventas (rutas, clientes y agentes) darle al cliente un buen servicio en todo aspecto, tomar en cuenta la opinión del cliente, que debemos mejorar para tratar de mejorar las necesidades del cliente;

- Más y mejor comunicación por parte de los jefes, que todos demos nuestro apoyo recíprocamente, que se hagan todas las funciones por parejo tanto el personal de bodega como los de ruta;
 - Proponiendo una estrategia donde podamos acomodar las labores;
 - Hasta el momento no tengo ningún problema;
 - Tener una única cuenta bancaria y todas las operaciones de la empresa se reflejen en dicha cuenta. Todas las operaciones tengan su comprobante. Por principio contable y tomando en cuenta las dos soluciones anteriores los dineros de la empresa no se pueden desviar a pagos ajenos.
5. En una escala del 1 al 5, siendo 1 deficiente y 5 excelente, ¿qué calificación le da a la labor administrativa de la empresa?

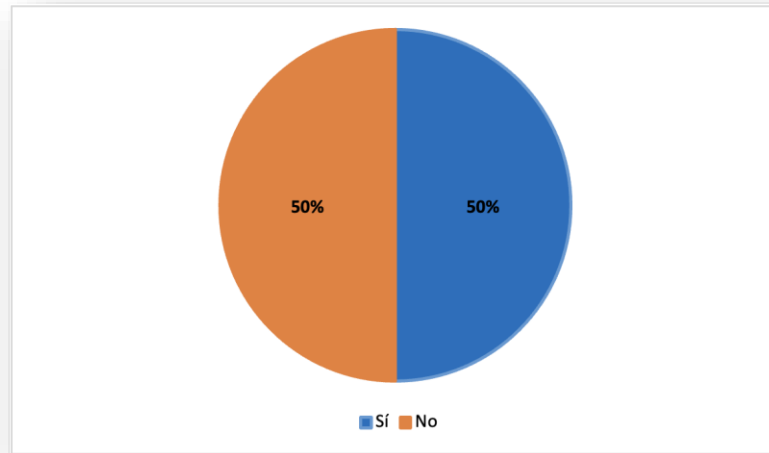
Gráfico 1. Calificación de la labor administrativa



Fuente: Elaboración propia (2022).

6. ¿Conoce la visión y misión de la empresa?

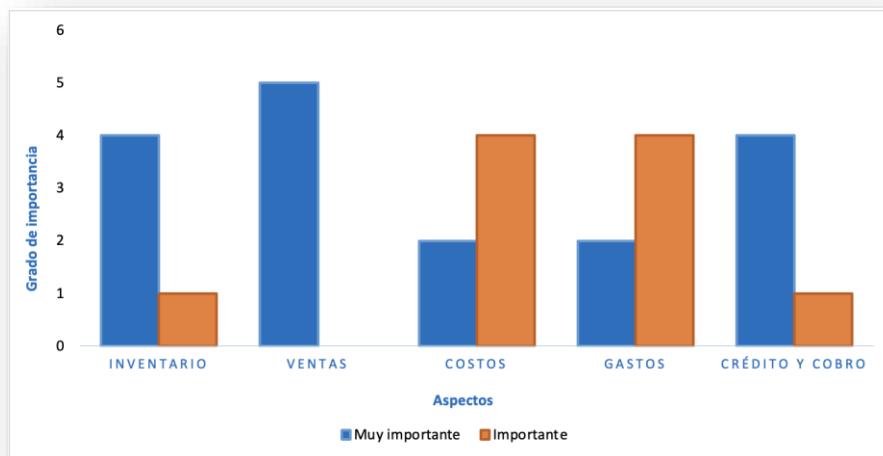
Gráfico 2. Conocimiento de la visión y misión de la empresa



Fuente: Elaboración propia (2022).

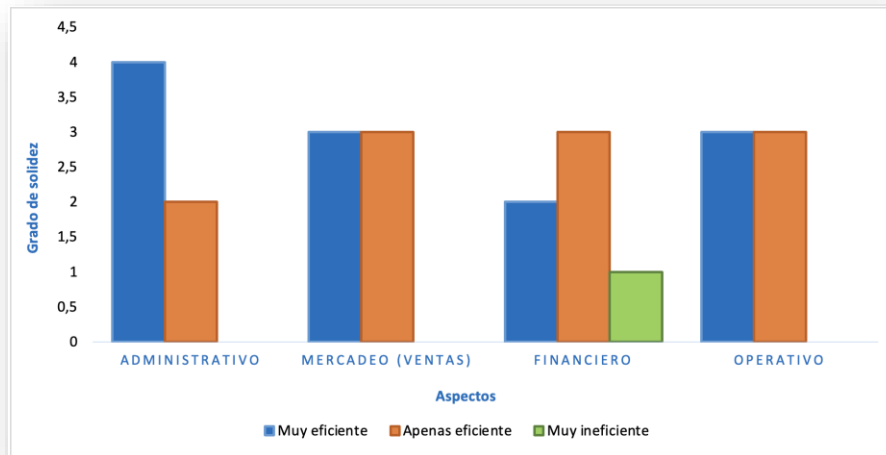
7. A su criterio, califique el grado de importancia tienen para usted los siguientes aspectos dentro de la empresa para el buen funcionamiento:

Gráfico 3. Grado de importancia de aspectos para el buen funcionamiento de la empresa



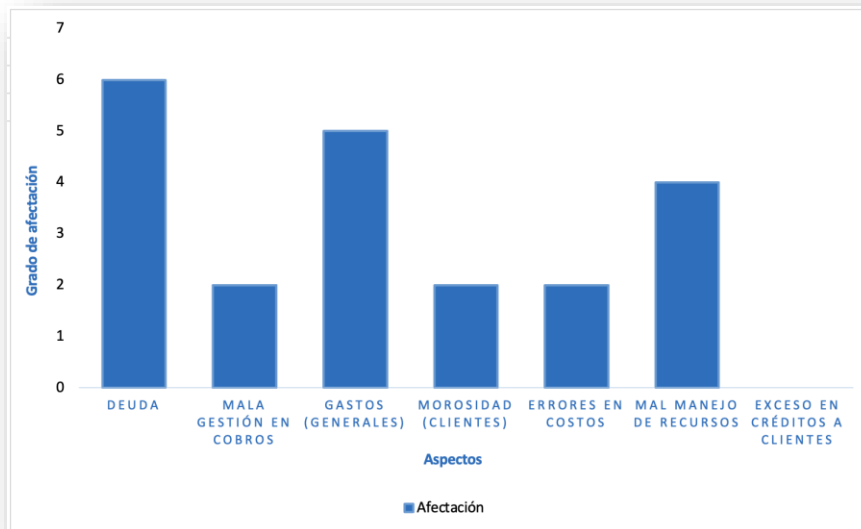
Fuente: Elaboración propia (2022).

8. A su criterio, califique el grado de eficiencia de la empresa en los siguientes aspectos:

Gráfico 4. Grado de eficiencia de aspectos de la empresa

Fuente: Elaboración propia (2022).

9. Marque los aspectos que usted crea que son los que más afectan la salud financiera de una empresa:

Gráfico 5. Grado de afectación de aspectos en la salud financiera de la empresa.

Fuente: Elaboración propia (2022).

Análisis de los estados financieros

A continuación, se presentan los resultados del análisis realizado a los estados financieros al corte de los períodos 2019-2021.

Figura 2. Análisis del estado de resultados de Distribuidora Fabiola S.A. 2019-2020

DISTRIBUIDORA FABIOLA S.A.
ESTADO DE RESULTADOS
PERIODOS 2019-2020

	PERIODOS		ANÁLISIS VERTICAL		COMPARATIVO	ANÁLISIS HORIZONTAL	
	2019	2020	2019	2020	V.R.	V.A.	V.R.
Ingresos							
Ingresos por ventas	₺ 750.142.859,00	₺ 728.286.142,00	100,00%	100,00%		₺ (21.856.717,00)	↓ -2,91% ↓
Costo de ventas	₺ 670.054.774,82	₺ 623.773.117,00	89,32%	85,65%	↓ -3,67% ↓	₺ (46.281.657,82)	↓ -6,91% ↓
Utilidad Bruta	₺ 80.088.084,18	₺ 104.513.025,00	10,68%	14,35%	↑ 3,67% ↑	₺ 24.424.940,82	↑ 30,50% ↑
Gastos de operación						₺ -	
Total de gastos operativos	₺ 73.299.307,19	₺ 96.932.842,46	9,77%	13,31%	↑ 3,54% ↑	₺ 23.633.535,27	↑ 32,24% ↑
Utilidad operativa	₺ 6.788.776,99	₺ 7.580.182,54	0,90%	1,04%	↑ 0,14% ↑	₺ 791.405,55	↑ 11,66% ↑
Intereses pagados	₺ 6.260.124,05	₺ 5.896.942,94	0,83%	0,81%	↓ -0,02% ↓	₺ (363.181,11)	↓ -5,80% ↓
Utilidad antes de impuesto	₺ 528.652,94	₺ 1.683.239,60	0,07%	0,23%	↑ 0,16% ↑	₺ 1.154.586,66	↑ 218,40% ↑
Impuestos sobre la renta	₺ 158.595,88	₺ 504.971,88	0,02%	0,07%	↑ 0,05% ↑	₺ 346.376,00	↑ 218,40% ↑
Utilidad neta del periodo	₺ 370.057,06	₺ 1.178.267,72	0,05%	0,16%	↑ 0,11% ↑	₺ 808.210,66	↑ 218,40% ↑

Fuente: Elaboración propia a partir de los cálculos matemáticos realizados a los estados de resultados de Distribuidora Fabiola S.A.

(2022).

Figura 3. Análisis del estado de resultados de Distribuidora Fabiola S.A. 2020-2021

DISTRIBUIDORA FABIOLA S.A.							
ESTADO DE RESULTADOS							
PERIODOS 2020-2021							
	PERIODOS		ANÁLISIS VERTICAL		COMPARATIVO	ANÁLISIS HORIZONTAL	
	2020	2021	2020	2021	%	V.A.	V.R.
Ingresos							
Ingresos por ventas	₡ 728.286.142,00	₡ 417.215.897,00	100,00%	100,00%		₡ (311.070.245,00)	↓ -42,71% ↓
Costo de ventas	₡ 623.773.117,00	₡ 368.203.331,32	85,65%	88,25%	↑ 2,60% ↑	₡ (255.569.785,68)	↓ -40,97% ↓
Utilidad Bruta	₡ 104.513.025,00	₡ 49.012.565,68	14,35%	11,75%	↓ -2,60% ↓	₡ (55.500.459,32)	↓ -53,10% ↓
Gastos de operación							
Total de gastos operativos	₡ 96.932.842,46	₡ 44.702.931,50	13,31%	10,71%	↓ -2,60% ↓	₡ (52.229.910,96)	↓ -53,88% ↓
Utilidad operativa	₡ 7.580.182,54	₡ 4.309.634,18	1,04%	1,03%	↓ -0,01% ↓	₡ (3.270.548,36)	↓ -43,15% ↓
Intereses pagados	₡ 5.896.942,94	₡ 3.071.817,00	0,81%	0,74%	↓ -0,07% ↓	₡ (2.825.125,94)	↓ -47,91% ↓
Utilidad antes de impuesto	₡ 1.683.239,60	₡ 1.237.817,18	0,23%	0,30%	↑ 0,07% ↑	₡ (445.422,42)	↓ -26,46% ↓
Impuestos sobre la renta	₡ 504.971,88	₡ 371.345,15	0,07%	0,09%	↑ 0,02% ↑	₡ (133.626,73)	↓ -26,46% ↓
Utilidad neta del periodo	₡ 1.178.267,72	₡ 866.472,03	0,16%	0,21%	↑ 0,05% ↑	₡ (311.795,69)	↓ -26,46% ↓

Fuente: Elaboración propia a partir de los cálculos matemáticos realizados a los estados de resultados de Distribuidora Fabiola S.A.

(2022).

Figura 4. Análisis del balance general de Distribuidora Fabiola S.A. 2019-2020

DISTRIBUIDORA FABIOLA S.A.							
BALANCE GENERAL							
PERIODOS 2019-2020							
	PERIODOS		ANÁLISIS VERTICAL		COMPARATIVO	ANÁLISIS HORIZONTAL	
	2019	2020	2019	2020	%	NOMINAL	%
Activos							
Caja y bancos	₡ 26.848.145,00	₡ 27.016.534,00	22,99%	21,90%	↓ -1,09% ↓	₡ 168.389,00	↑ 0,63% ↑
Inventario	₡ 13.862.904,18	₡ 18.988.342,00	11,87%	15,39%	↑ 3,52% ↑	₡ 5.125.437,82	↑ 36,97% ↑
Cuentas por cobrar	₡ 14.597.558,25	₡ 17.652.899,21	12,50%	14,31%	↑ 1,81% ↑	₡ 3.055.340,96	↑ 20,93% ↑
<i>Total activos circulantes</i>	₡ 55.308.607,43	₡ 63.657.775,21	47,36%	51,60%	↑ 4,24% ↑	₡ 8.349.167,78	↑ 15,10% ↑
Documento por cobrar a largo plazo	₡ 59.929.448,70	₡ 58.393.789,90	51,32%	47,33%	↓ -3,99% ↓	₡ (1.535.658,80)	↓ -2,56% ↓
Equipo de cómputo	₡ 1.191.755,00	₡ 973.603,00	1,02%	0,79%	↓ -0,23% ↓	₡ (218.152,00)	↓ -18,31% ↓
Póliza de riesgos de trabajo INS	₡ 350.000,00	₡ 350.000,00	0,30%	0,28%	↓ -0,02% ↓	₡ -	0,00%
<i>Total activos fijos</i>	₡ 61.471.203,70	₡ 59.717.392,90	52,64%	48,40%	↓ -4,24% ↓	₡ (1.753.810,80)	↓ -2,85% ↓
Total activos	₡ 116.779.811,13	₡ 123.375.168,11	100,00%	100,00%	0,00%	₡ 6.595.356,98	↑ 5,65% ↑
Pasivos							
Cuentas por pagar	₡ 17.561.054,49	16.283.705	15,04%	13,20%	↓ -1,84% ↓	₡ (1.277.349,88)	↓ -7,27% ↓
C.C.S.S.	₡ 532.100,00	15.474	0,46%	0,01%	↓ -0,44% ↓	₡ (516.626,00)	↓ -97,09% ↓
Impuesto de ventas por pagar	₡ 1.460.588,00	9.860.937	1,25%	7,99%	↑ 6,74% ↑	₡ 8.400.349,00	↑ 575,13% ↑
Impuesto sobre la renta por pagar	₡ 158.595,88	504.972	0,14%	0,41%	↑ 0,27% ↑	₡ 346.376,00	↑ 218,40% ↑
<i>Total pasivo circulante</i>	₡ 19.712.338,37	₡ 26.665.087,49	16,88%	21,61%	↑ 4,73% ↑	₡ 6.952.749,12	↑ 35,27% ↑
012-017-559889-4	₡ 4.097.858,15	₡ 3.902.959,00	3,51%	3,16%	↓ -0,35% ↓	₡ (194.899,15)	↓ -4,76% ↓
012-017-560302-4	₡ 4.115.673,05	₡ 3.922.949,00	3,52%	3,18%	↓ -0,34% ↓	₡ (192.724,05)	↓ -4,68% ↓
012-017-560831-0	₡ 4.136.615,50	₡ 3.942.910,90	3,54%	3,20%	↓ -0,35% ↓	₡ (193.704,60)	↓ -4,68% ↓
012-017-568649-7	₡ 40.980.325,70	₡ 40.125.283,00	35,09%	32,52%	↓ -2,57% ↓	₡ (855.042,70)	↓ -2,09% ↓
012-017-569711-0	₡ 6.598.976,30	₡ 6.499.688,00	5,65%	5,27%	↓ -0,38% ↓	₡ (99.288,30)	↓ -1,50% ↓
<i>Total pasivo a largo plazo</i>	₡ 59.929.448,70	₡ 58.393.789,90	51,32%	47,33%	↓ -3,99% ↓	₡ (1.535.658,80)	↓ -2,56% ↓
Total pasivos	₡ 79.641.787,07	₡ 85.058.877,39	68,20%	68,94%	↑ 0,75% ↑	₡ 5.417.090,32	↑ 6,80% ↑
Patrimonio							
Capital social	₡ 10.000,00	₡ 10.000,00	0,01%	0,01%	0,00%	₡ -	0,00%
Utilidades no distribuidas	₡ 36.757.967,00	₡ 37.128.023,00	31,48%	30,09%	↓ -1,38% ↓	₡ 370.056,00	↑ 1,01% ↑
Utilidad del periodo	₡ 370.057,06	₡ 1.178.267,72	0,32%	0,96%	↑ 0,64% ↑	₡ 808.210,66	↑ 218,40% ↑
Total patrimonio	₡ 37.138.024,06	₡ 38.316.290,72	31,80%	31,06%	↓ -0,75% ↓	₡ 1.178.266,66	↑ 3,17% ↑
Total pasivo y patrimonio	₡ 116.779.811,13	₡ 123.375.168,11	100,00%	100,00%	0,00%	₡ 6.595.356,98	↑ 5,65% ↑

Fuente: Elaboración propia a partir de los cálculos matemáticos realizados a los estados de resultados de Distribuidora Fabiola S.A. (2022).

Figura 5. Análisis del balance general de Distribuidora Fabiola S.A. 2020-2021

DISTRIBUIDORA FABIOLA S.A. BALANCE GENERAL PERIODOS 2020-2021							
	PERIODOS		ANÁLISIS VERTICAL		COMPARATIVO	ANÁLISIS HORIZONTAL	
	2020	2021	2020	2021	%	NOMINAL	%
Activos							
Caja y banco	₡ 27.016.534,00	₡ 36.346.551,00	21,90%	30,53%	↑ 8,63% ↑	₡ 9.330.017,00	↑ 34,53% ↑
Inventario	₡ 18.988.342,00	₡ 15.084.324,68	15,39%	12,67%	↓ -2,72% ↓	₡ (3.904.017,32)	↓ -20,56% ↓
Cuentas por cobrar	₡ 17.652.899,21	₡ 11.920.601,11	14,31%	10,01%	↓ -4,30% ↓	₡ (5.732.298,10)	↓ -32,47% ↓
<i>Total activos circulantes</i>	₡ 63.657.775,21	₡ 63.351.476,79	51,60%	53,21%	↑ 1,62% ↑	₡ (306.298,42)	↓ -0,48% ↓
Documento por cobrar a largo plazo	₡ 58.393.789,90	₡ 54.820.185,70	47,33%	46,05%	↓ -1,28% ↓	₡ (3.573.604,20)	↓ -6,12% ↓
Equipo de cómputo	₡ 973.603,00	₡ 799.081,50	0,79%	0,67%	↓ -0,12% ↓	₡ (174.521,50)	↓ -17,93% ↓
Póliza de riesgos de trabajo INS	₡ 350.000,00	₡ 83.760,00	0,28%	0,07%	↓ -0,21% ↓	₡ (266.240,00)	↓ -76,07% ↓
<i>Total activos fijos</i>	₡ 59.717.392,90	₡ 55.703.027,20	48,40%	46,79%	↓ -1,62% ↓	₡ (4.014.365,70)	↓ -6,72% ↓
Total activos	₡ 123.375.168,11	₡ 119.054.503,99	100,00%	100,00%	0,00%	₡ (4.320.664,12)	↓ -3,50% ↓
Pasivos							
Cuentas por pagar	₡ 16.283.704,61	₡ 11.467.768	13,20%	9,63%	↓ -3,57% ↓	₡ (4.815.936,35)	↓ -29,58% ↓
C.C.S.S.	₡ 15.474,00	₡ 104.136	0,01%	0,09%	↑ 0,07% ↑	₡ 88.662,00	↑ 572,97% ↑
Impuesto de ventas por pagar	₡ 9.860.937,00	₡ 12.326.487	7,99%	10,35%	↑ 2,36% ↑	₡ 2.465.550,00	↑ 25,00% ↑
Impuesto sobre la renta por pagar	₡ 504.971,88	₡ 1.153.164	0,41%	0,97%	↑ 0,56% ↑	₡ 648.192,12	↑ 128,36% ↑
<i>Total pasivo circulante</i>	₡ 26.665.087,49	₡ 25.051.555,26	21,61%	21,04%	↓ -0,57% ↓	₡ (1.613.532,23)	↓ -6,05% ↓
012-017-559889-4	₡ 3.902.959,00	₡ 3.631.530,95	3,16%	3,05%	↓ -0,11% ↓	₡ (271.428,05)	↓ -6,95% ↓
012-017-560302-4	₡ 3.922.949,00	₡ 3.653.920,30	3,18%	3,07%	↓ -0,11% ↓	₡ (269.028,70)	↓ -6,86% ↓
012-017-560831-0	₡ 3.942.910,90	₡ 3.672.513,15	3,20%	3,08%	↓ -0,11% ↓	₡ (270.397,75)	↓ -6,86% ↓
012-017-568649-7	₡ 40.125.283,00	₡ 37.830.024,15	32,52%	31,78%	↓ -0,75% ↓	₡ (2.295.258,85)	↓ -5,72% ↓
012-017-569711-0	₡ 6.499.688,00	₡ 6.032.197,15	5,27%	5,07%	↓ -0,20% ↓	₡ (467.490,85)	↓ -7,19% ↓
<i>Total pasivo a largo plazo</i>	₡ 58.393.789,90	₡ 54.820.185,70	47,33%	46,05%	↓ -1,28% ↓	₡ (3.573.604,20)	↓ -6,12% ↓
Total pasivos	₡ 85.058.877,39	₡ 79.871.740,96	68,94%	67,09%	↓ -1,85% ↓	₡ (5.187.136,43)	↓ -6,10% ↓
Patrimonio							
Capital social	₡ 10.000,00	₡ 10.000,00	0,01%	0,01%	0,00%	₡ -	0,00%
Utilidades no distribuidas	₡ 37.128.023,00	₡ 38.306.291,00	30,09%	32,18%	↑ 2,08% ↑	₡ 1.178.268,00	↑ 3,17% ↑
Utilidad del periodo	₡ 1.178.267,72	₡ 866.472,03	0,96%	0,73%	↓ -0,23% ↓	₡ (311.795,69)	↓ -26,46% ↓
Total patrimonio	₡ 38.316.290,72	₡ 39.182.763,03	31,06%	32,91%	↑ 1,85% ↑	₡ 866.472,31	↑ 2,26% ↑
Total pasivo y patrimonio	₡ 123.375.168,11	₡ 119.054.503,99	100,00%	100,00%	0,00%	₡ (4.320.664,12)	↓ -3,50% ↓

Fuente: Elaboración propia a partir de los cálculos matemáticos realizados a los estados de resultados de Distribuidora Fabiola S.A. (2022).

Análisis horizontal

Seguidamente, se presentarán los resultados obtenidos del análisis horizontal, es decir la comparación de las diferentes partidas de los estados financieros (balance general y estado de resultados) de Distribuidora Fabiola S.A. en los períodos 2019, 2020 y 2021.

Primeramente, en el balance general durante los períodos 2019-2020, hubo un aumento en los activos totales correspondiente a ¢6.595.356, que porcentualmente representa un 5.65%. Asimismo, el total de activo circulante incrementó un 15.10%, el cual se distribuye en tres partidas: la partida de caja y bancos, que aumenta un 0.63%; el inventario y las cuentas por cobrar, que tuvieron un crecimiento significativo de un 36.97% y 20.93% respectivamente.

En estas partidas recae la mayor parte de incremento que tuvo el activo circulante. Ahora bien, las ventas correspondientes a esos períodos en el estado de resultados presentan una disminución, por lo que se deduce que había una acumulación excesiva de existencias en bodega, sin que necesariamente haya un aumento en las ventas. Este comportamiento se comprueba también al observar que el costo de ventas en esos períodos decreció. El exceso de existencias responde a una decisión estratégica que preveía una alta demanda en el período 2020, lo que es desfavorable, porque el activo circulante no corresponde proporcionalmente a las ventas, las cuales, como se dijo anteriormente, decrecieron.

El local de Distribuidora Fabiola S.A cuenta con dos entradas: una por el barrio y otra por la calle principal. En principio, dado que la empresa nació con el objetivo de vender a agentes revendedores que ya eran clientes fijos y, en su mayoría, se llegaba a cargar la mercadería en camiones, estos eran atendidos por el lado del barrio. Por el lado de la calle principal se hacía la recepción de mercadería, por lo que siempre permanecían los portones cerrados.

A finales del 2019, se tomó la decisión de reestructurar el local y brindar atención al público por el lado de la calle principal. Este cambio no requería inversión, ya que se tenía

la estantería, el equipo de cómputo, el producto, el sistema, el personal, etc. Por lo tanto, se proyectaba un mayor incremento de ventas, al captar más público. Cabe aclarar que esta estrategia no tuvo el efecto deseado, debido a las medidas de confinamiento por la crisis sanitaria.

Respecto al aumento de cuentas por cobrar, esta se puede asociar con una deficiente gestión de cobro por parte de la empresa y a una mayor morosidad por parte de los clientes, sin que este aumento esté relacionado con mayores ventas a crédito. Esta situación es razonable, ya que, en el período 2020, a raíz de la pandemia y las restricciones, muchos negocios fueron “golpeados” económicamente, debido a que muchas personas perdieron su trabajo y se enfocaban en la cobertura de necesidades básicas.

Pese a vender productos básicos como pan empacado, Distribuidora Fabiola S.A. ofrece snacks, golosinas y demás productos que no son considerados estrictamente como necesidades básicas. Al mismo tiempo, el cierre de centros educativos afectó una gran parte de las ventas que percibía la empresa, por lo que se tuvo que otorgar nuevos créditos, lo cual desencadenó un mayor atraso en las cuentas por cobrar.

Por otro lado, en el período 2020-2021, el activo total decrece un 3,50%, que nominalmente representa un ¢4.320.664. Este ocurre en su mayoría en el activo fijo, con una reducción del 6,72% y en minoría en el activo circulante, con un 0,48%. En cuanto a caja y bancos, se aprecia un aumento nominal de ¢9.330.017, el cual significa un 34,53%, así como también en gran magnitud decayeron las ventas. Este decrecimiento, tanto en ventas como en el activo circulante, tuvo lugar por el cierre de pulperías que no pudieron subsistir por la crisis sanitaria, pero, mayormente, se debió al arrebato de negocios a los distribuidores, incluida la empresa en cuestión, por parte de un proveedor de importancia.

Este proveedor aumentó el precio de los productos a los distribuidores, acaparó las rutas propias de los mismos y empezó a visitar los negocios con precios mucho más bajos, los cuales eran imposibles de igualar por las distribuidoras más pequeñas. Además, eliminó a la Distribuidora Fabiola S.A. como intermediario entre ellos y los agentes revendedores.

Por estas razones es que, en el estado de resultados, las ventas recaen en un 42,71% del 2020 al 2021, ya que las ventas a agente revendedores eran voluminosas.

Ahora bien, a pesar de que se pierde ese volumen, todas esas ventas eran a crédito y con poco margen de ganancia, por lo que – en realidad – las cuentas por cobrar disminuyen en un 32,47%, y caja y bancos aumenta en un 34,53%. Gracias a la estrategia anteriormente descrita, se muestra este resultado favorable, ya que, aunque las ventas sean menores, el público que se está captando paga en efectivo y se aumenta el margen de ganancia.

Por otro lado, el activo fijo para los períodos 2019-2020 tuvo una disminución de 2.85%, lo que representa una variación nominal de ₡1.753.810, que corresponde principalmente a la reducción de los equipos de cómputo, por efecto de la depreciación estos disminuyeron en un 18.31%. Además, se registró un decrecimiento por un documento por cobrar a largo plazo, que porcentualmente disminuye un 2.56%. Por otra parte, en los períodos 2020-2021, el activo disminuye un 6,72% que en términos absolutos representa ₡4.014.365, causado por una disminución en un documento por cobrar a largo plazo que en términos absolutos representa una disminución de ₡3.573.604.

Actualmente, Distribuidora Fabiola S.A. no tiene a su nombre ningún activo, salvo mobiliario y equipo. El edificio y los vehículos están a nombre de una corporación. Ambas empresas pertenecen al mismo propietario, por lo que no se registra un activo como tal, sino un documento por cobrar a largo plazo que va en decrecimiento, al ser un préstamo realizado a la Corporación para la compra del edificio. Este préstamo, a su vez, se encuentra registrado en los pasivos. Además, destaca que, a pesar que estos activos no encuentran a nombre de Distribuidora Fabiola S.A., esta se encarga de su mantenimiento.

Aunado las condiciones anteriores, uno de los dos camiones que utiliza la empresa se encuentra en modalidad leasing, por lo que no se presenta ni se deprecia en el balance general como un activo, sino que se representa como un gasto en el estado de resultados, que se va a analizar más adelante.

Siempre es recomendable que, en los estados financieros, estén incluidos todos los activos de la empresa por diversos motivos: para mantener datos más exactos y verídicos a la hora de un análisis comparativo, por su beneficio como escudo fiscal a través de la depreciación y como fiabilidad en caso de solicitudes de apalancamiento, que, a su vez, generan un escudo fiscal. Ahora bien, en el caso que por una u otra razón no se pueda incluir, se puede realizar un contrato de arrendamiento de Corporación Cielos Abiertos S.A. hacia Distribuidora Fabiola S.A. y crear escudo fiscal por medio de gasto.

En relación con el pasivo total del 2019-2020, existe un crecimiento de ¢5.417.090 que se expresa en valor porcentual como un 6.80%. Si se observan las partidas de pasivos, el pasivo circulante crece un 35.27%, y el pasivo a largo plazo decrece un 2,56%, debido a la amortización de los documentos por pagar a largo plazo. En cuanto al circulante, las cuentas por pagar tuvieron un decrecimiento del 7.27%, lo que se muestra en el crecimiento de inventario.

En cuanto a la C.C.S.S., esta decreció en un 97.09%, debido a que se redujo el personal por la crisis sanitaria, tanto por pensión como por falta de recursos. Además, para recortar gastos, se comenzó a pagar el seguro independiente a los colaboradores que permanecieron en la empresa. Los impuestos de venta y renta para esos períodos incrementaron un 575,13% y 218,40% respectivamente, debido a falta de pago a raíz de las bajas ventas y la crisis sanitaria.

En el período 2020-2021, el pasivo total decrece ¢5.187.136, que representa un 6,10%. Esta disminución ocurre, en mayor medida, por el pasivo a largo plazo que disminuye un 6,12%, que al igual que en el período anterior se debe a la amortización de los documentos por pagar a largo plazo. En menor medida, disminuye debido al pasivo circulante que decrece un 6,05%, el cual a su vez disminuye mayormente a la reducción en cuentas por pagar con un 29,58% que en términos nominales son ¢4.815.936. Esta reducción obedece a la caída en las ventas por la razón mencionada en el análisis del activo del mismo período, sin embargo, se contrarrestó con el aumento de la C.C.S.S. y, en mayor medida, en términos absolutos, el

aumento de los impuestos por pagar, que al igual que el período anterior, no se cumplió con el pago.

Para el período 2019-2020, el aumento del activo circulante, que corresponde a 5,65%, fue menor que el aumento del pasivo circulante, el cual aumentó un 6,79%. Esta diferencia de 1,14% representa un efecto desfavorable en cuestiones de liquidez. Para el período 2020-2021, ambos presentan decrecimientos del 3,50% y el 6,10% respectivamente, a pesar los cuales, hubo más eficiencia en liquidez.

Respecto al patrimonio, para el período 2019-2020, este muestra un crecimiento de 3,17%, que representa ¢1.178.266 en términos absolutos, a raíz del aumento de la utilidad neta. Este resultado es favorable, ya que representa una política de capitalización de la empresa y, por consiguiente, se produce menor endeudamiento. No obstante, al observar la partida de pasivo total, este aumentó más del doble que lo que aumentó el patrimonio, por lo que sí hubo endeudamiento. Caso contrario se registra en el período 2020-2021, cuando el patrimonio aumenta ¢866.472, que representa crecimiento del 2,26%, a pesar de que la utilidad neta decreció. Al observar el pasivo total, este decrece 6,10%, lo que significa una disminución en el endeudamiento.

Por otra parte, en el estado de resultados correspondiente a los períodos 2019-2020, se registró una disminución en ventas del 2,91%, que representa ¢21.856.717. Esta reducción se produjo principalmente por la crisis sanitaria, como se mencionó anteriormente, y estuvo asociada con el cierre de centro educativos, ya que las sodas eran de los principales clientes, tanto de la empresa directamente, como de los agentes revendedores. Además, muchos clientes no pudieron sostener sus negocios y se vieron obligados a cerrar.

En el período 2020-2021, hay un decrecimiento sensible en las ventas de 42,71%, que en términos absolutos representa una baja de ¢311.070.245. Esta caída se debe a lo que se mencionó anteriormente con respecto a uno de los principales proveedores de la empresa, el cual eliminó a los distribuidores como intermediarios entre ellos y los agentes revendedores y, además, empezó a arrebatar supermercados, pulperías, etc.

En el período 2019-2020, el costo de ventas disminuyó un 6,91%, en mayor medida que la disminución de ventas, lo que genera un efecto favorable en la utilidad bruta, que se puede observar, aumentó un 30,50% a pesar de la crisis sanitaria. Por lo tanto, se podría decir que la estrategia de apertura del local por el lado de la carretera principal sí tuvo un efecto positivo, porque los clientes que se captaron a raíz de esta iniciativa fueron a quienes se les vendió con mayor margen de ganancia.

En cuanto al costo de venta en el período 2020-2021, este disminuyó considerablemente un 40,97%, pero, en este caso, las ventas bajaron más, es decir no disminuyeron proporcionalmente. Esta condición posee un efecto desfavorable en la utilidad bruta, la cual disminuyó 53,10% de un período a otro. En este caso, es necesario evaluar y controlar la estructura de costos y precios de venta.

Por su parte, los gastos operativos en el período 2019-2020 sufren un aumento del 32,24% que representan ₡23.633.535. Es necesario observar la composición de los gastos, para determinar cuáles generan más impacto, a qué se debe ese incremento y priorizar y evaluar qué tan necesarios son, es decir, el efecto sobre las ganancias de la empresa. Al abarcar una gran porción de la utilidad bruta, inevitablemente, la utilidad operativa se va a ver afectada, sin embargo, en este caso, gracias a los bajos costos de venta, la utilidad operativa creció un 11,66%.

Contrario al período anterior, en 2020-2021, los gastos decrecen un 53,88%, que representa ₡52.229.910. Esta disminución es favorable, a pesar de que no se conoce el desglose ni incidencia, una disminución en los gastos influye positivamente en la utilidad operativa, sin embargo esta disminución no se puede apreciar de forma comparativa con el periodo anterior, debido a la caída en las ventas y el aumento en los costos, por lo que se observa una disminución de 43,15% en el utilidad operativa. Cabe señalar que, pese a que en estos períodos bajaron todos los rubros (ventas, costos, intereses, impuestos), los gastos tuvieron la mayor disminución.

En el período 2019-2020, tanto la utilidad antes de impuesto, como el impuesto y la utilidad neta aumentan un 218,40%, lo que resume los resultados positivos que se dieron en las partidas anteriores, específicamente, la de los costos. A pesar de la disminución de las ventas, se obtuvo una utilidad neta positiva y considerablemente mayor al porcentaje de disminución de ventas.

Por otra parte, en el período 2020-2021, las mismas partidas anteriores decaen un 25,46%, sin embargo, se obtiene una utilidad neta positiva, y mayor a la del año 2019. Adicionalmente, al comparar el decrecimiento de las ventas y la utilidad operativa, se puede decir que, para que el margen de ventas haya decaído un 42,71%, no está mal que la utilidad solo lo haya hecho un 26,46% y aun así dar resultados positivos. Con todo, se debe revisar la política de fijación de precios y los costos para obtener más retribución en la utilidad neta y así maximizar las ganancias.

Tras el análisis anterior, es destacable que, a pesar de que el negocio estaba funcionando normal (sin crisis sanitaria) y aun contando con las ventas de los agentes revendedores (ventas voluminosas), la utilidad del año 2019 fue la más baja de los tres períodos. En el 2020, a pesar de la crisis sanitaria, abrir el local por la calle principal dio resultados muy satisfactorios en términos de utilidad neta. En 2021, considerando la magnitud de ventas que la empresa dejó de percibir, el resultado neto no fue descomunal, pues muchos de los clientes que el proveedor quitó eran clientes de crédito, en muchos casos morosos y, por ende, suponían una carga financiera mayor que la empresa debía sostener al mantener los créditos. En el 2021, aunque no se percibe la magnitud de ventas de los períodos anteriores, hay más tranquilidad, créditos sanos y sostenibles, y el golpe en la utilidad no ha sido tan fuerte por la estrategia aplicada. Tal vez sin esta estrategia, el panorama no hubiera sido tan alentador.

Análisis vertical

En este apartado, se explican los resultados obtenidos del análisis vertical, es decir, la composición de cada uno de los estados financieros (balance general y estado de resultados)

de Distribuidora Fabiola S.A., para determinar si han ocurrido cambios significativos en los períodos 2019, 2020 y 2021.

Con respecto al año 2019, el activo total está compuesto por un 47,36% de activo circulante y un 52,64% de activo fijo. Estos datos significan que, por cada colón invertido en la empresa, se han dispuesto ¢0,47 a activos de transformación corriente y ¢0,52 a inversiones para operaciones.

En este año, existe una concentración en el activo fijo, pues destaca el documento por cobrar a largo plazo, que, como se mencionó anteriormente, es el pago del préstamo por la compra del edificio. En cuanto a los activos circulantes, la mayor concentración está en caja de bancos con un 22,99% y en menor participación cuentas por cobrar e inventario con un 12,50% y 11,87% respectivamente.

Para el año 2020, el activo total se compone de 51,60% de activo circulante y 48,40% de activo fijo, lo que indica que, por cada colón invertido en la empresa, se han dispuesto ¢0,51 a activos de transformación corriente y ¢0,48 a inversiones para operaciones. En este año, la mayor participación de activo está centralizada en el activo circulante, específicamente en caja y bancos que representa un 21,90%, e inventario con un 15,39%. También se le acerca el rubro de cuentas por cobrar con un 14,31%. En cuanto al activo fijo, al igual que el período anterior, el mayor peso recae sobre el documento por pagar a largo plazo.

Para el año 2021, el activo circulante representa un 53,21% y el activo fijo un 46,79% del activo total, es decir, por cada colón invertido en la empresa, se han dispuesto ¢0,53 a activos de transformación corriente y ¢0,46 a inversiones para operaciones. Para este año el activo circulante tiene un mayor peso y se compone principalmente de caja y bancos con un 30,53%. Las partidas del activo fijo presentan la misma tendencia de participación que los años anteriores.

En los tres períodos, se evidencia una tendencia al aumento en cuanto a los activos circulantes, los cuales incrementaron un 4,24% en el 2020 debido al inventario y 1,62% en el 2021, originado por caja y banco. Se podría decir que el aumento es favorable, porque se está invirtiendo más en activos líquidos, sin embargo, las ventas no responden a estas inversiones, ya que tienden a bajar en los tres períodos.

En relación con los pasivos y patrimonio, para el 2019, se observa que el pasivo total tiene una participación del 68,21%, el total de fuentes de financiamiento se compone de 16,88% y 51,32% de pasivo circulante y fijo respectivamente. Además, el patrimonio tiene una participación del 31,79%, es decir, que cada colón invertido en activo se ha financiado con ¢0,68 de deuda y ¢0,32 con capital.

Para el año 2020, se observa que el pasivo total tiene una participación del 68,94%, el total de fuentes de financiamiento se compone de 21,61% y 47,33% de pasivo circulante y fijo respectivamente. Por su parte, el patrimonio tiene una participación del 31,06%, es decir, que cada colón invertido en activo se ha financiado con ¢0,69 de deuda y ¢0,31 con capital.

En cuanto al 2021, el pasivo total tiene una participación del 67,09%, el total de fuentes de financiamiento se compone de 21,04% y 46,05% de pasivo circulante y fijo respectivamente. Además, el patrimonio tiene una participación del 32,91%, es decir, que cada colón invertido en activo se ha financiado con ¢0,67 de deuda y ¢0,33 con capital.

Para el 2020, el pasivo circulante aumenta 4,72%, debido al incremento de los impuestos por pagar y el pasivo largo plazo decrece 3,99%, lo cual ocasiona un aumento de 0,74% del pasivo total. Para el 2021, el pasivo circulante disminuye 0,57%, debido al decrecimiento de cuentas por pagar y el pasivo largo plazo decrece 1,28%, lo cual genera un aumento de 1,85% del pasivo total. En los tres períodos, el pasivo a largo plazo tiene mayor peso que el circulante, por lo que se ha recurrido mayormente a financiar las inversiones en activos a través de la deuda, lo que permite más flexibilidad en la estructura de pasivos.

En cuanto al estado de resultados, en el 2019, el costo de ventas constituye el 89,32% de las ventas y la utilidad bruta el 10,68%, es decir, el 89% de las ventas lo consumieron los costos, lo cual deja únicamente un 11% para cumplir con gastos, intereses, impuestos y la obtención de utilidades. El margen que absorbe el costo de venta es bastante elevado, tomando en cuenta que faltan más rubros por rebajar.

En el período 2020, la participación del costo de ventas es de 85,65% de las ventas y la utilidad del 14,35%. Se evidencia un ligero incremento en utilidad bruta, es decir, un mayor margen para hacer frente a los rubros que falta rebajar, sin embargo, en el 2021 nuevamente decrece. El costo de venta para este año consume el 88,25% y deja una utilidad bruta de 11,75%.

En los tres períodos, se evidencia un margen de costos bastante elevado, a pesar de que la empresa tiene un margen de ganancia del 10% para los agentes y al considerar que la mayoría de clientes tienen márgenes del 20% o más. Por lo tanto, es conveniente y necesario no solo revisar los costos y precios de venta, sino también los descuentos que se realizan, pues el origen se debe a uno de esos tres factores: costo, precio o descuentos.

Los gastos operativos para el 2019 constituyen el 9,77% de las ventas. Analizando el 2019, al rebajar los gastos operativos, queda una utilidad operativa de 0,90%, es decir, los costos y los gastos constituyen el 99% de las ventas. Este margen es preocupante, hablando en términos relativos.

En el año 2020, los gastos operativos aumentan un 3,54% con respecto al 2019, sin embargo, queda una utilidad operativa de 1,04%. Esta es la mayor de los tres años, gracias a que los costos de 2020 consumieron un 85,65%. Si esto no hubiera sucedido, la utilidad operativa hubiera peligrado más.

En el 2021, los gastos representan el 10,71% de las ventas, es decir, decrecen un 2,60% con respecto al año anterior y se genera una utilidad operativa de 1,03%. Entre el 2020 y 2021, la diferencia en utilidad es de 0,01%, sin embargo, se puede destacar que las ventas

en ambos años difieren bastante, al igual que los gastos, por lo que se puede decir que hubo más eficiencia en el manejo de gastos en el 2021.

Con respecto a los intereses, estos representan el 0,83% para el 2019, el 0,81% para el 2020 y para el 2021 el 0,74%. Generan utilidades antes de impuesto con tendencia al aumento, de 0,07%, 0,23% y 0,30% respectivamente, debido al decrecimiento de los intereses.

La utilidad neta para el período 2019 es del 0,05%. Este margen es muy bajo, ya que las ventas fueron de ₡750.142.859 y, al deducir todos los costos, gastos, intereses e impuestos, la utilidad representa únicamente ₡370.057. En cuanto al 2020, la utilidad neta es del 0,16%, la mayor de los tres períodos en términos absolutos. Aunque se mantuvo a pesar de la crisis sanitaria, esta fue bastante baja. Tomando en cuenta que las ventas decrecieron este año, se puede destacar que hubo más eficiencia en costos con respecto al 2019.

Finalmente, en el 2021, la utilidad neta fue de 0,21%, la mayor de los tres períodos en términos relativos, pues aumentó un 0,05% con respecto al año anterior. Entonces, se podría decir que, en el 2019 a pesar de tener un mayor volumen de ventas, la utilidad neta fue la menor obtenida en los tres periodos analizados, en el 2020 se obtuvo la mayor utilidad neta de los tres periodos, sin embargo, si se comparan los volúmenes de venta de 2020 y 2021, estos difieren un ₡311.070.245, por lo que se podría pensar que la empresa al sufrir esta sensible caída en ventas, se va a ver afectada en la misma magnitud su utilidad neta, no obstante, en el 2021 obtuvo una utilidad neta más eficiente en términos relativos, y aunque la utilidad neta disminuyó en términos absolutos, tuvo un incremento importante comparado al año base. Como se mencionó anteriormente, el rubro que más contribuye a la baja utilidad son los costos, por lo que hay que trabajar de forma urgente en ellos.

Análisis de las razones financieras

Seguidamente, se presentarán los resultados obtenidos de las razones financieras, a través de gráficos ilustran su comportamiento en los períodos 2019, 2020 y 2021. Adicionalmente, la Tabla 3 resume los resultados de cada una de las razones y los períodos correspondientes.

Tabla 3. Resumen de resultados análisis de razones financieras

Razón	2019	2020	2021
Razón circulante	€2,80	€2,39	€2,53
Razón rápida (Prueba ácida)	€2,10	€1,68	€1,93
Período promedio de cobro	10,15	13,61	18,96
Rotación de inventarios	48,33	32,85	24,41
Edad promedio de inventario	7,55	11,11	14,95
Rotación de activos totales	6,42	5,90	3,50
Período promedio de pago	11,27	11,20	12,59
Razón de deuda	68,20%	68,94%	67,09%
Razón de cargos de interés fijo	1,08	1,29	1,40
Margen utilidad bruta	10,68%	14,35%	11,75%
Margen utilidad operativa	0,90%	1,04%	1,03%
Margen utilidad neta	0,05%	0,16%	0,21%
Rendimiento sobre los activos totales (RSA)	0,32%	0,96%	0,73%

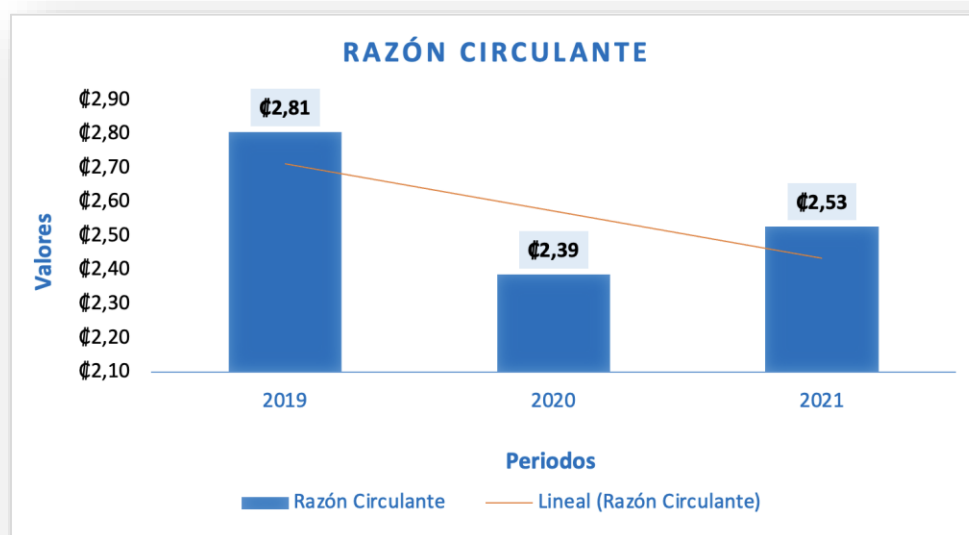
Rendimiento sobre el patrimonio (RSP)	1,00%	3,08%	2,21%
---------------------------------------	-------	-------	-------

Fuente: Elaboración propia a partir de los cálculos matemáticos realizados a los estados financieros de Distribuidora Fabiola S.A. (2022).

Razones de liquidez

A continuación, se mostrará la capacidad para el pago de las obligaciones de Distribuidora Fabiola S.A. en el corto plazo, aplicando la razón circulante y la prueba de ácido en los períodos 2019, 2020 y 2021.

Gráfico 6. Resultado de cálculo de la razón circulante



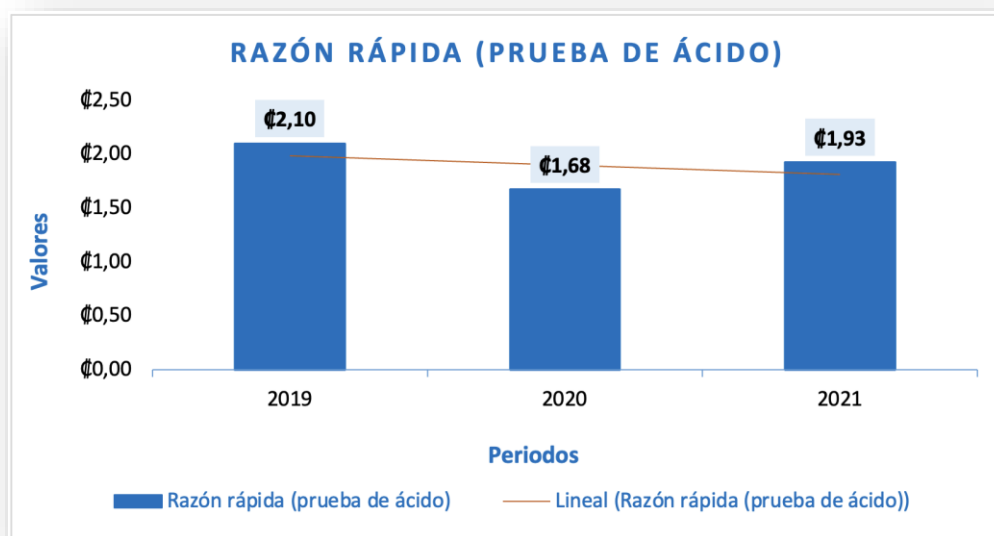
Fuente: Elaboración propia a partir de los cálculos matemáticos realizados a los estados financieros de Distribuidora Fabiola S.A. (2022).

Los valores resultantes que se muestran en el Gráfico 6 para cada período muestran los colones que se tienen en activo circulante para pagar cada colón de pasivo circulante. El nivel de liquidez “adecuado” es diferente para cada empresa. Cuanto mayor sea el resultado

de esta razón, mayor será la capacidad de la empresa para pagar sus obligaciones de corto plazo, sin embargo, se debe considerar que una empresa cuyos activos circulantes se componen mayormente de efectivo y cuentas por cobrar tiene más liquidez que una que se compone en su mayoría por inventarios.

Generalmente, se toma como liquidez aceptable los resultados mayores a 1. Dicho lo anterior, en el caso de Distribuidora Fabiola S.A., se puede decir que la empresa tiene buena liquidez en los tres períodos. En 2019, esta es bastante aceptable, para el período 2020 sufre un declive de $\text{C}\$0,4$, el cual fue ocasionado mayormente por un aumento de cuentas por cobrar y exceso de inventario, ya que se hubo una disminución en los pasivos. Para el 2021, incrementa, pero sin alcanzar el resultado que obtuvo en el 2019. Cabe destacar que este último aumento se ve mayormente por un aumento en caja y banco, por lo que, aunque no alcanzara la liquidez del período 2019, se puede decir que es aceptable, sin descuidar las cuentas por cobrar y excesos de inventario.

Gráfico 7. Resultado del cálculo de la razón rápida (prueba de ácido)



Fuente: Elaboración propia a partir de los cálculos matemáticos realizados a los estados financieros de Distribuidora Fabiola S.A. (2022).

Los valores resultantes que se muestran en el Gráfico 7 para cada período muestran los colones que se tienen en activo circulante, sin considerar el inventario, para pagar cada colón de pasivo circulante. Esta razón constituye un indicador más preciso y sensible de liquidez, ya que excluye el inventario, el cual es un componente menos líquido, puede tener una rotación lenta, sufrir daños y ocasionar pérdidas.

En el caso de la Distribuidora Fabiola S.A., al trabajar con productos alimenticios sufre problemas de vencimiento de mercadería. Aunado a esto, el inventario se vende tanto de contado como de crédito, por lo que, antes de convertirse en efectivo, muchas veces debe de pasar por cuentas por cobrar. Por lo tanto, al tomar en cuenta únicamente el efectivo, los valores negociables y las cuentas por cobrar en relación con las obligaciones circulantes, esta razón proporciona una medida más exacta de la capacidad de pago de la empresa.

De igual forma que la razón anterior, el nivel de liquidez de este indicador depende en gran medida de la industria en la cual opera; sin embargo, cuanto más alto sea el resultado, se puede decir que es aceptable. En el caso de la Distribuidora Fabiola S.A., el resultado de la prueba ácida para los tres años fue mayor a 1, por lo que se considera aceptable.

El Gráfico 6 revela la misma tendencia que se mostró en el Gráfico 7: un decaimiento en el 2020 a raíz del incremento en las cuentas por cobrar; un aumento en el 2021, con un aumento en caja y banco, y un decrecimiento en las cuentas por cobrar y los pasivos circulantes; pero sin alcanzar el resultado del 2019, que fue el más alto de los tres años.

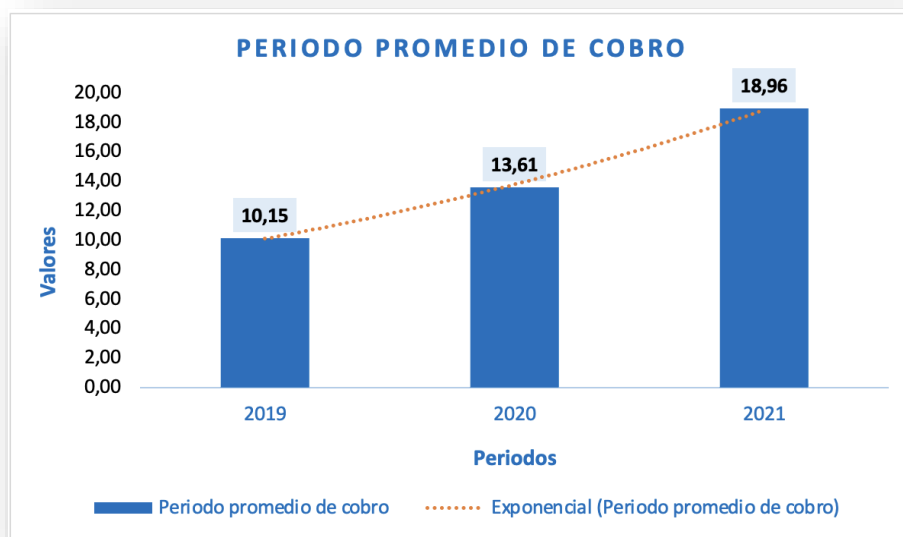
Estos resultados evidencian que una buena parte del inventario se vendió de contado y, además, hubo una buena labor de cobro con respecto a los años anteriores, ya que para el 2021 las cuentas por cobrar representan el menor monto con respecto al 2019 y el 2020.

Razones de actividad

A continuación, se va a mostrar la efectividad con que son administrados los recursos de la empresa Distribuidora Fabiola S.A., aplicando las razones período promedio de cobro,

período promedio de pago, rotación de inventarios, y rotación de activos totales, en los periodos 2019, 2020 y 2021.

Gráfico 8. Resultado del cálculo del período promedio de cobro



Fuente: Elaboración propia a partir de los cálculos matemáticos realizados a los estados financieros de Distribuidora Fabiola S.A. (2022).

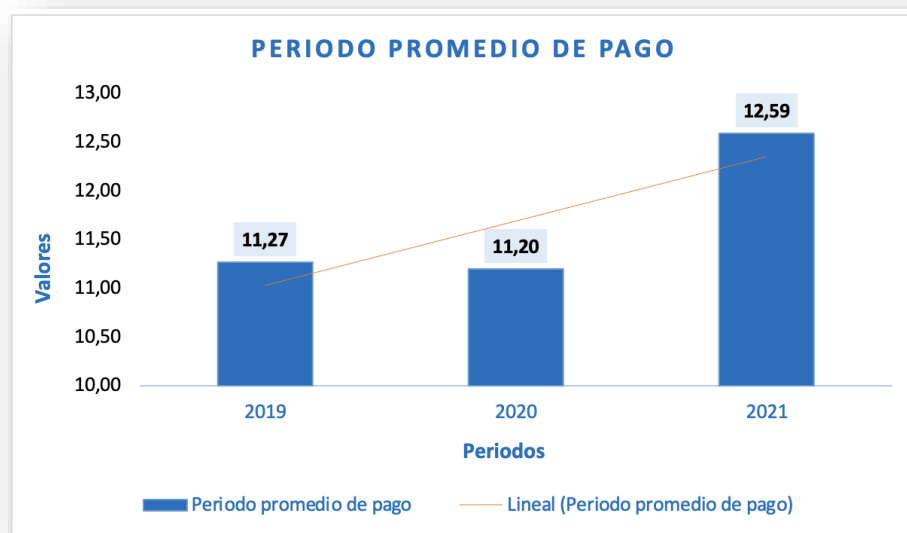
Los valores resultantes que se muestran en el Gráfico 8 para cada período muestran los días en promedio que se tarda la empresa en cobrar las ventas a crédito, desde la venta hasta la recuperación del dinero. Este indicador refleja la eficiencia con que la empresa logra cobrar sus ventas de crédito comparada con los créditos otorgados a los clientes, es decir, por las condiciones de plazos. Por lo tanto, la eficiencia de los resultados dependerá de las políticas de la empresa.

La política de Distribuidora Fabiola S.A. establece que la mayoría de créditos debe cancelarse a los ocho días de otorgado el crédito o entregada la mercadería (en el caso de preventa). No obstante, también se tienen clientes con plazos de quince días y una minoría con plazo de un mes, que es el plazo máximo permitido por la empresa.

En vista de lo anterior, se aprecia un incremento de aproximadamente cuatro días por año, en los días promedio que se requieren para efectuar el cobro de las ventas a crédito. En el 2019 era de diez días, lo cual no es tan eficiente, tomando en cuenta la política de ocho días. En el 2020, debido a la pandemia, el incremento en el período de cobro es de cuatro días, lo cual podría ser aceptable tomando en cuenta la situación que se estaba viviendo en ese período.

Ahora bien, para el 2021, el período de cobro aumentó a dieciocho días, a pesar de que la política es de ocho días para la mayoría de los clientes. Este incremento es sensible, ya que aunque el plazo es hasta de máximo un mes, es más alto que el periodo promedio de cobro de ese mismo periodo, y aunque se debió flexibilizar el plazo, se puede evidenciar deficiencia en la gestión de cobro. Siempre hay que mantener el control y monitoreo de cuentas por cobrar, ya que se observa una tendencia hacia el alza y la falta de control podría generar un aumento mayor.

Gráfico 9. Resultado del cálculo del período promedio de pago



Fuente: Elaboración propia a partir de los cálculos matemáticos realizados a los estados financieros de Distribuidora Fabiola S.A. (2022).

Los valores resultantes que se muestran en el Gráfico 9 para cada período muestran los días en promedio que se tarda la empresa en pagar las compras a crédito. Este indicador refleja eficiencia con que la empresa logra cobrar sus ventas de crédito. Al igual que el indicador anterior, la eficiencia de los resultados dependerá de las políticas de los proveedores.

La mayoría de proveedores otorga los créditos a Distribuidora Fabiola S.A. con plazo a ocho días; unos cuantos, a quince días; una minoría, a un mes. También, con varios proveedores se trabaja la modalidad “a vuelta de gira”, que es muy común en el mercado donde se desarrolla la empresa. Esta consiste en pagar la factura anterior cuando se recibe el siguiente pedido, por lo cual no hay un plazo definido: si la mercadería tardó dos días en venderse, se paga a los dos días, si tardó veinte días, a los veinte días, y así sucesivamente.

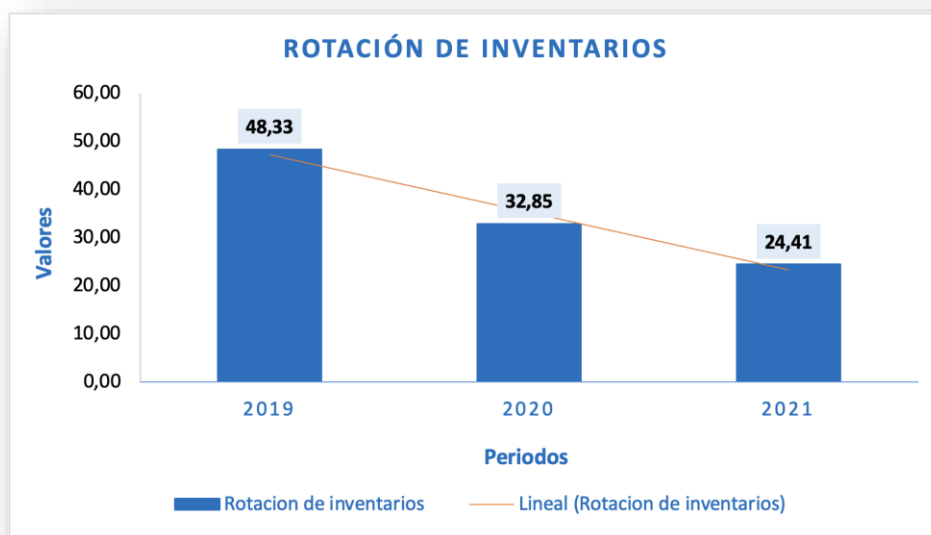
Ciertamente, desde el punto de vista de la empresa, se desea cobrar lo más rápido posible y pagar lo más lento posible. Tomando esto en cuenta, si se comparan las políticas de cuentas por cobrar por parte de la Distribuidora Fabiola S.A. con las políticas de cobro de sus proveedores, estas son similares, para el periodo 2019, sin embargo, para los periodos 2020 y 2021, está durando entre tres a siete respectivamente cobrando los créditos, respecto a los pagos, es decir, se está cobrando más lento y pagando más rápido, este es un favor no favorable para la Distribuidora, ya que debe pagar sin haber recuperado el dinero.

En el Gráfico 9 se observa una tendencia hacia el alza. El promedio de pago en 2019 era de once días, lo cual es más del promedio que debería de pagarse (ocho días con la mayoría de proveedores). En 2020 mantiene la misma tendencia, y en 2021 se aprecia un incremento de dos días. Así, la Distribuidora alcanza un promedio de aproximadamente trece días para cumplir con los pagos de las compras a crédito.

A pesar de que de esta última cifra representa cinco días más de lo permitido por parte de algunos proveedores, se puede decir que es aceptable, tomando en cuenta un promedio de políticas de quince días. No obstante, se debe tener cuidado, ya que el extenderse puede ocasionar una mala imagen de la empresa ante los proveedores actuales y futuros proveedores con los que se quiera trabajar a crédito.

Por otro lado, si se comparan los valores con las cuentas por cobrar, el período de cobro y el período de pago no son similares para los periodos 2020.y 2021. Lo más apto es que el período de pago sea más alto que el período de cobro, por lo que hay que indagar si hay deficiencias en el flujo de caja de la empresa, ya que este resultado puede significar iliquidez y poca flexibilidad para cumplir con las obligaciones. Lo ideal es que la empresa tenga capacidad para cancelar sus compras a crédito en el plazo de ocho días.

Gráfico 10. Resultado del cálculo de la rotación de inventarios



Fuente: Elaboración propia a partir de los cálculos matemáticos realizados a los estados financieros de Distribuidora Fabiola S.A. (2022).

Los valores resultantes que se muestran en el Gráfico 10 para cada período muestran las veces que el inventario se vendió y se repuso durante el período. El propósito del

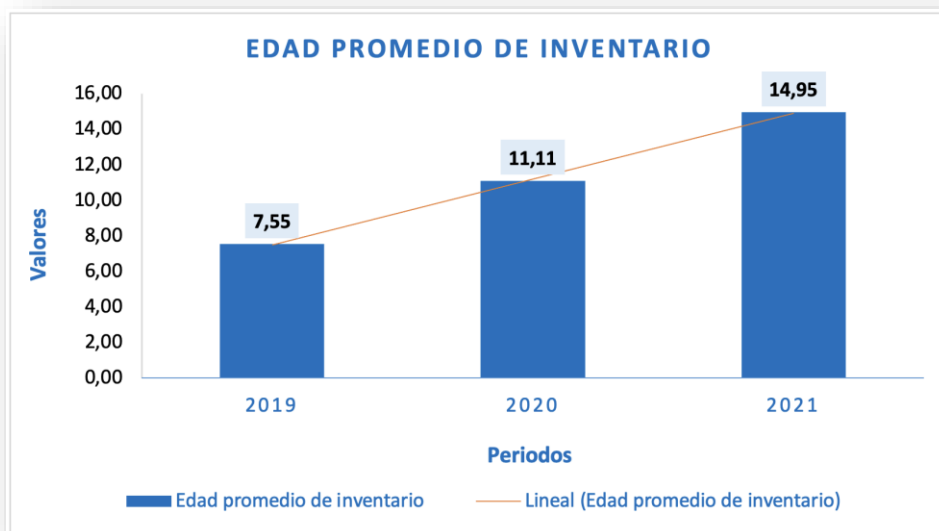
inventario es mantener existencias para satisfacer la demanda y abastecer a los clientes. Un aumento de ventas obliga a la empresa a aumentar su inventario, por lo que este es necesario para generar ventas y su rotación indica la efectividad con la que este cumple este propósito.

Lo ideal para una empresa es satisfacer la demanda con el menor inventario posible, ya que el mantener este último conlleva costos, puesto que la mercadería en bodega no está generando liquidez y, más bien, corre el riesgo de dañarse o vencerse. Como contraparte, el no contar inventario o con bajas existencias generan riesgos de pérdida de ventas, aunados a una posible imagen negativa de la empresa, la preferencia por la competencia y la pérdida de clientes. Por tanto, debe existir un adecuado manejo de inventarios, donde se satisfaga la demanda y se mitiguen los costos y riesgos de excesos de inventario.

La eficiencia de este indicador depende del tipo de empresa. Para Distribuidora Fabiola S.A., lo normal es que el inventario rote rápido durante el año. Al observar el Gráfico 10, en el 2019 el inventario se vendió y se repuso cuarenta y ocho veces, lo cual es excelente, ya que rotó aproximadamente una vez por semana. Para el 2020 la rotación disminuye considerablemente a treinta y tres días, debido a los excesos que se habían previsto para la apertura de la tienda física hacia la calle principal y el impacto de la pandemia.

Para el 2021, la rotación decrece a veinticuatro días. En comparación con el 2019, es la mitad de días que solía rotar, lo cual indica un debilitamiento en la administración del inventario, ya que se almacenan existencias que difieren con la demanda. Así, es necesario revisar el proceso de adquisición de mercadería junto con el desarrollo de estrategias de ventas.

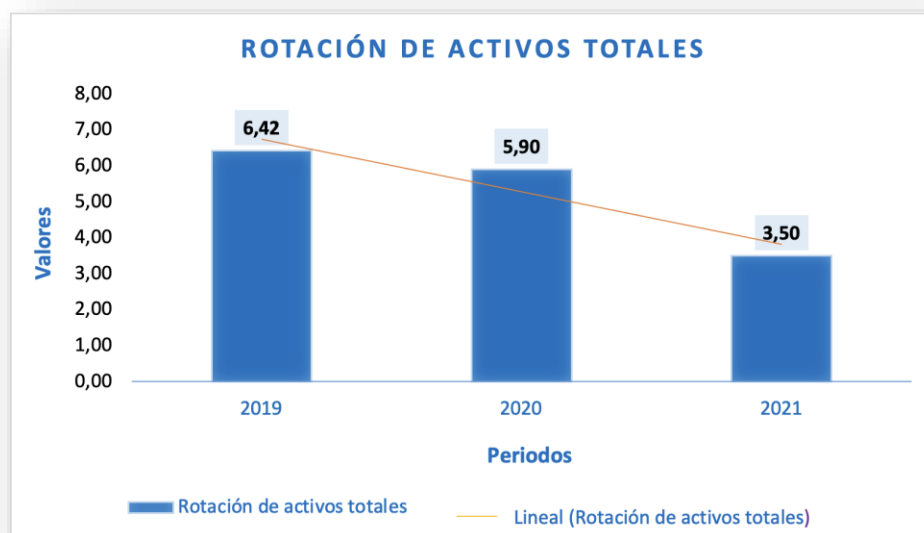
Gráfico 11. Resultado del cálculo de la edad promedio de inventarios



Fuente: Elaboración propia a partir de los cálculos matemáticos realizados a los estados financieros de Distribuidora Fabiola S.A. (2022).

Los valores resultantes que se muestran en el Gráfico 11 para cada período muestran los días promedio que se requieren para vender el inventario. Cuanto más corto sea el período, mayor es la efectividad en la administración de existencias; sin embargo, también podría significar que estas últimas no se administren de forma adecuada.

En el Gráfico 11, se observa un aumento en la edad promedio de inventario. En el 2019, el inventario tardaba ocho días en venderse, que es el tiempo ideal para la empresa, pero fue aumentando a once días y hasta llegar a quince días en el 2021. En 2020, se observa un claro exceso de inventario y en 2021 el inventario decrece, al igual que lo hacen las ventas. Dado que se trabaja con algunos productos comestibles con una fecha de caducidad corta – como el pan –, no es conveniente que el producto dure tanto. Por lo tanto, se debe de examinar con más profundidad para detectar los productos que no están rotando lo suficiente.

Gráfico 12. Resultado del cálculo de rotación de activos totales

Fuente: Elaboración propia a partir de los cálculos matemáticos realizados a los estados financieros de Distribuidora Fabiola S.A. (2022).

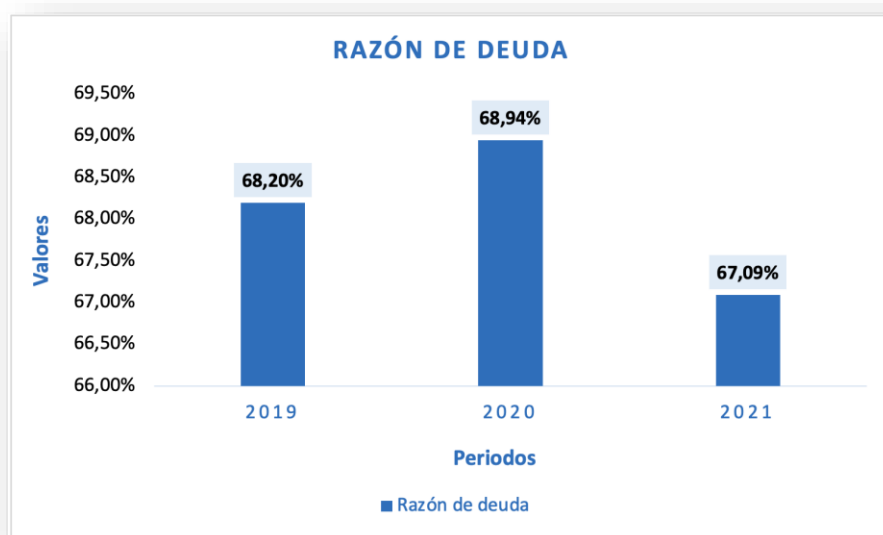
Los valores resultantes que se muestran en el Gráfico 12 para cada período muestran la eficiencia con la que la empresa puede emplear sus activos en la generación de ingresos. Este indicador evalúa la eficiencia en el uso de los recursos totales de la empresa, ya que, en el activo total, se representan las inversiones para la ejecución de operaciones y su propósito es generar ventas. Una alta rotación denota una gran eficiencia en la administración de los recursos para generar ventas.

En el Gráfico 12 se observa una tendencia decreciente. En 2019, la rotación era de 6,42; en 2020 bajó 0,52, pero en el 2021 decreció 2,92 en comparación al 2019 y llegó a 3,50. Aunque los valores para los tres períodos siguen siendo mayores a 1, lo cual es aceptable, la tendencia a la baja manifiesta que la inversión en activos no está siendo proporcional al volumen ventas, es decir, que se está invirtiendo excesivamente en activos y las ventas no están respondiendo de la misma forma. Como resultado, se generará ineficiencia en el manejo del activo circulante.

Razones de endeudamiento

A continuación, se va a mostrar el nivel de deudas que empleado para generar utilidades de la empresa Distribuidora Fabiola S.A., aplicando la razón de deuda, índice de cargo de interés fijo, e índice de pagos fijos en los períodos 2019, 2020 y 2021. Estas razones son de suma importancia, ya que a futuro comprometen los recursos de la empresa, en especial, su patrimonio.

Gráfico 13. Resultado del cálculo de razón de deuda



Fuente: Elaboración propia a partir de los cálculos matemáticos realizados a los estados financieros de Distribuidora Fabiola S.A. (2022).

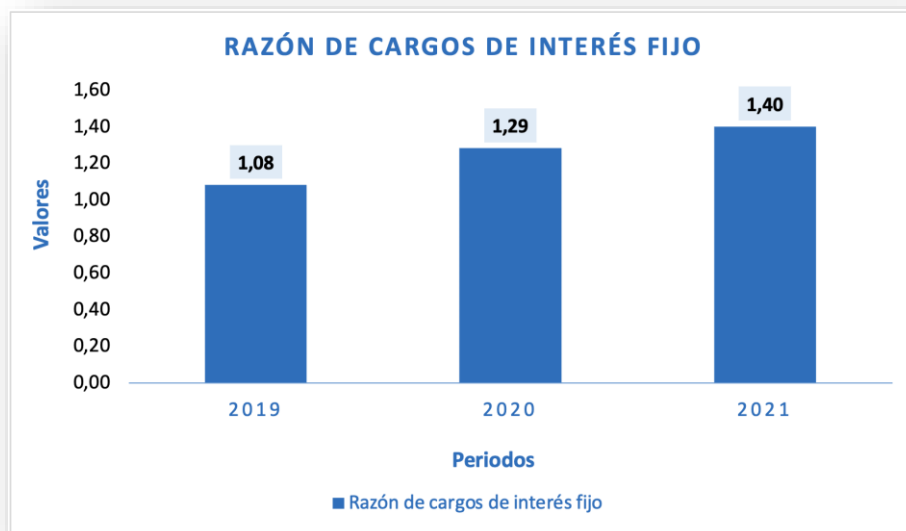
Los valores resultantes que se muestran en el Gráfico 13 para cada período muestran el porcentaje de bienes de la empresa que se encuentran financiados por deuda. Cuanto mayor sea el resultado de la razón, mayor es el grado de endeudamiento y apalancamiento financiero de la empresa.

El apalancamiento es importante, ya que influye sobre la rentabilidad y riesgo de la empresa. Una empresa que posea un alto porcentaje de endeudamiento corre un mayor riesgo de falta de liquidez al tener que cumplir con las obligaciones, máxime cuando se tiene un futuro impredecible. Ahora bien, un alto apalancamiento puede generar mayores utilidades en un mercado creciente, ya que se puede invertir en activos para generar ventas. En este contexto, el porcentaje será positivo o negativo dependiendo de los resultados que se están obteniendo en rentabilidad y riesgo. Si el porcentaje se encuentra por encima del 70%, la situación empieza a ser crítica.

En el caso de Distribuidora Fabiola S.A., la razón de deuda crece en el 2020 a raíz de un aumento en los pasivos de ese período. Si se profundiza en los estados financieros, este aumento se debe mayormente a un incremento en el impuesto de venta y renta por pagar, y decrece en el 2021. En otras palabras, el 67% de los activos de la empresa está financiado por deuda y el 33% restante corresponde al capital de los accionistas, lo que significa que se recurre en menor proporción a las deudas.

Hay un punto muy importante que podría ser perjudicial para la empresa. Al observar la rentabilidad sobre las ventas de los tres períodos, aunque no se da una pérdida, sí es menor a 1 en los 3 casos, es decir, está logrando obtener ganancias a pesar de los intereses que está pagando. Con todo, es recomendable revisar las tasas de interés y, de ser posible, no aumentar su grado de deuda, sino mantenerla en nivel bajo para no reducir rentabilidad.

El exceso de endeudamiento debe de ser puntual y productivo. Si la empresa está adquiriendo deudas para tapar deudas anteriores, la credibilidad puede verse cuestionada y será difícil acceder a nuevos fondos, lo cual podría llevarla a la asfixia financiera.

Gráfico 14. Resultado del cálculo de cargos de interés fijo

Fuente: Elaboración propia a partir de los cálculos matemáticos realizados a los estados financieros de Distribuidora Fabiola S.A. (2022).

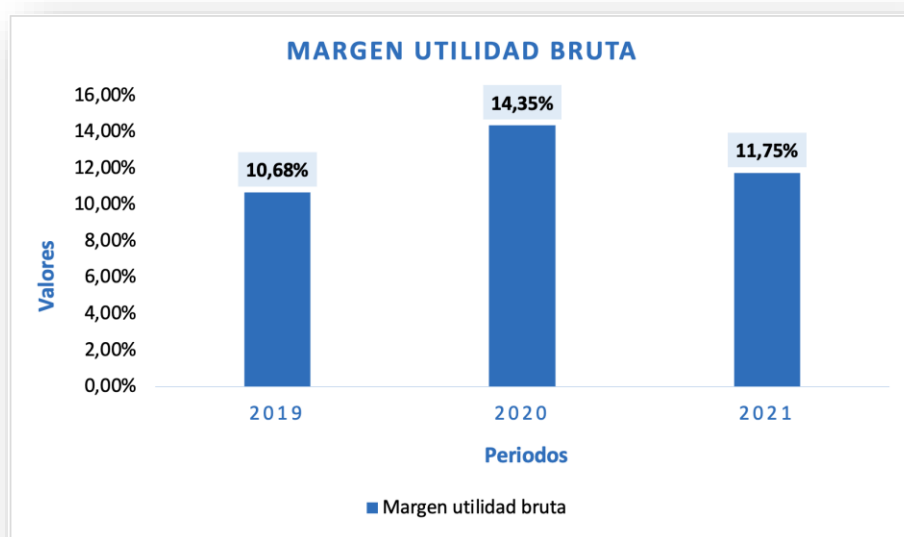
Los valores resultantes que se muestran en el Gráfico 14 para cada período muestran las veces que la utilidad operativa cubre el pago de intereses. El fin de este cálculo es reflejar la capacidad que tiene la empresa para cubrir la carga financiera con las utilidades. Así, representa un margen de seguridad que muestra cuanto puede sostenerse la empresa si decrecen las utilidades o se incrementan los gastos financieros.

Distribuidora Fabiola S.A. muestra un incremento en esta razón, es decir, cada vez va aumentando su capacidad de cubrir los intereses. Con todo, los valores del aumento son muy bajos y señalan poca seguridad para sostener una carga financiera. Así, en un caso que las utilidades se mantengan y se dupliquen los intereses, la empresa no obtendría ganancias. Por lo tanto, se puede decir que las utilidades de la empresa son muy bajas o su carga financiera es muy alta, lo que se traduce en un mayor riesgo de sofocación financiera.

Razones de rentabilidad

A continuación, se evaluarán las ganancias de la empresa con respecto a un nivel dado de ventas, de activos o la inversión de los socios o accionistas de la empresa Distribuidora Fabiola S.A., aplicando los márgenes de utilidad bruta, operativa, y neta, la ganancia por acción común, el rendimiento sobre activos y el rendimiento sobre el patrimonio, en los períodos 2019, 2020 y 2021.

Gráfico 15. Resultado del cálculo de margen de utilidad bruta



Fuente: Elaboración propia a partir de los cálculos matemáticos realizados a los estados financieros de Distribuidora Fabiola S.A. (2022).

Los valores resultantes que se muestran en el Gráfico 15 para cada período muestran la ganancia que genera cada colón de ventas al rebajar el costo de mercadería vendida. De acuerdo con el Gráfico 15, estos resultados son bajos. En el 2020 hubo un incremento en el y decreció en el 2021, pero aun así obtuvo un valor mayor que en el 2019. Si bien en términos relativos, y comparándolo con los márgenes que se mencionaron en la entrevista, es entendible que los valores sean bajos; dado que esta es una empresa revendedora de productos, este comportamiento significa un mal manejo en los costos.

Este indicador solo toma en cuenta la deducción del costo de la mercadería. Por lo tanto, se debe evaluar la política de fijación de precios, sin caer en un encarecimiento excesivo del producto, ya que podría generar una caída en las ventas. Dado que la utilidad bruta en términos absolutos es alta y las ventas son bastante favorables al vender al volumen, no es necesario un alto aumento de precios para ver mejores resultados. Además, al ser una empresa que compra al por mayor, se podrían buscar descuentos por volumen de compra y así incrementar este margen.

Gráfico 16. Resultado del cálculo de margen de utilidad operativa

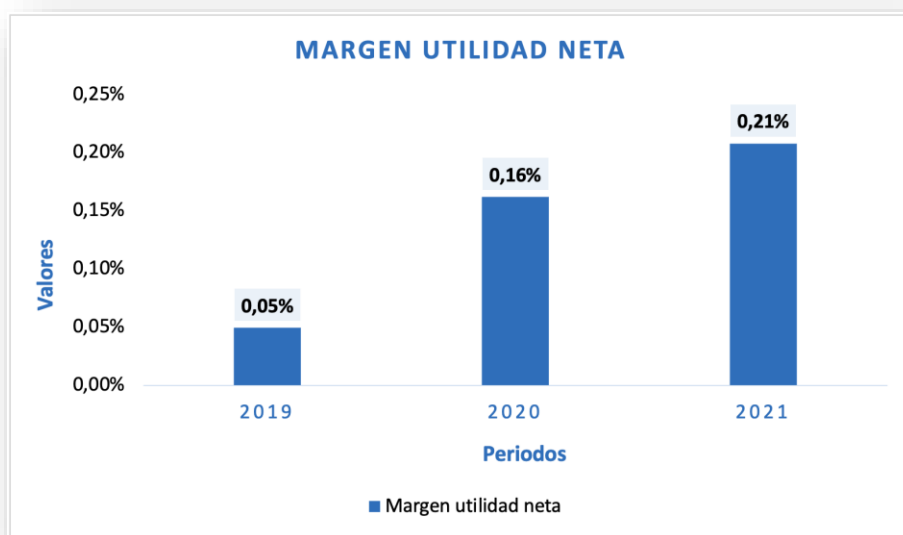


Fuente: Elaboración propia a partir de los cálculos matemáticos realizados a los estados financieros de Distribuidora Fabiola S.A. (2022).

Los valores resultantes que se muestran en el Gráfico 16 para cada período muestran la ganancia que genera cada colón de ventas al rebajar los costos y los gastos operativos. Así, representa el margen de ganancia puro generado de las operaciones que contemplan las actividades de producción, venta, y administración. Cuanto mayor sea el margen, mejor la eficiencia en el manejo de los costos y gastos.

En el Gráfico 16 se observa un crecimiento en los años 2020-2021 con respecto al año 2019, lo cual significa una disminución en los costos y gastos respecto a las ventas. En 2020, se aprecia una disminución en el costo de mercadería de vendida, pero un aumento significativo en los gastos. Para el 2021, se observa una disminución significativa tanto en costos como en gastos, por lo que se puede decir que hubo un buen manejo de costos y gastos.

Gráfico 17. Resultado del cálculo de margen de utilidad neta



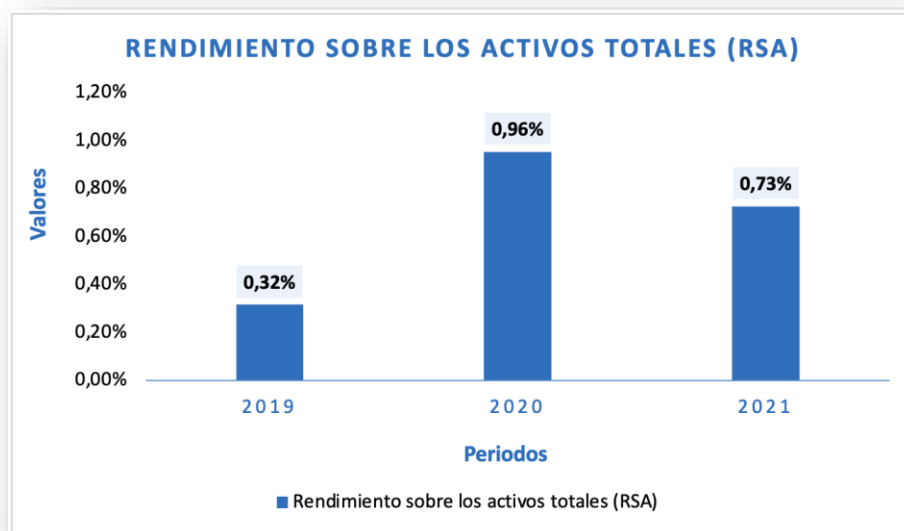
Fuente: Elaboración propia a partir de los cálculos matemáticos realizados a los estados financieros de Distribuidora Fabiola S.A. (2022).

Los valores resultantes que se muestran en el Gráfico 17 para cada período muestran la ganancia que genera cada colón de ventas al rebajar los costos, gastos, intereses e impuestos. Este indicador representa el margen de ganancia final con respecto a las ventas. Al igual que las dos razones anteriores, cuanto mayor sea el margen, mejor el nivel de utilidades, lo cual se traduce en rentabilidad para los accionistas.

En el Gráfico 17 se observa una tendencia hacia el alza en el margen, lo cual sugiere eficiencia en los costos y gastos, y disminución de los intereses. Ahora bien, si se compara

el margen de utilidad bruta y neta, los costos absorben un margen significativo. Por lo tanto, es necesario plantear estrategias para disminuir costos, ya sea buscar descuentos, bonificaciones, o bien, replantear los precios de venta, a fin de incrementar el margen neto de ganancia.

Gráfico 18. Resultado del cálculo de rendimiento sobre los activos totales (RSA)



Fuente: Elaboración propia a partir de los cálculos matemáticos realizados a los estados financieros de Distribuidora Fabiola S.A. (2022).

Los valores resultantes que se muestran en el Gráfico 18 para cada período muestran la eficiencia que obtuvo la empresa para obtener utilidades a través de la utilización de sus activos totales. Cuanto más alto sea el valor, mayor el rendimiento, es decir, sugiere un incremento en la productividad de los activos totales para generar utilidades.

En el Gráfico 18, se observa un crecimiento en el período 2019-2020, lo que significa que hubo eficiencia en la utilización de los activos. Así, por cada colón invertido en activos, se generaron 96 de utilidad. En cuanto al período 2020-2021, se observa un decrecimiento que, si bien es cierto se traduce en una baja capacidad de los activos para la generación de

utilidades, es un valor más alto que el 2019. Con todo, se debe prestar atención a la eficiencia del uso de activos.

Gráfico 19. Resultado del cálculo de rendimiento sobre el patrimonio



Fuente: Elaboración propia a partir de los cálculos matemáticos realizados a los estados financieros de Distribuidora Fabiola S.A. (2022).

Los valores resultantes que se muestran en el Gráfico 19 para cada período muestran la ganancia que obtuvo la empresa por lo invertido en capital. Como se mencionó antes, el principal objetivo de una empresa es maximizar su valor a través de la generación de utilidades. Este indicador mide el rendimiento que obtienen los socios a través de su inversión, por lo que, cuanto más alto sea el resultado de los valores, más rentable es la empresa.

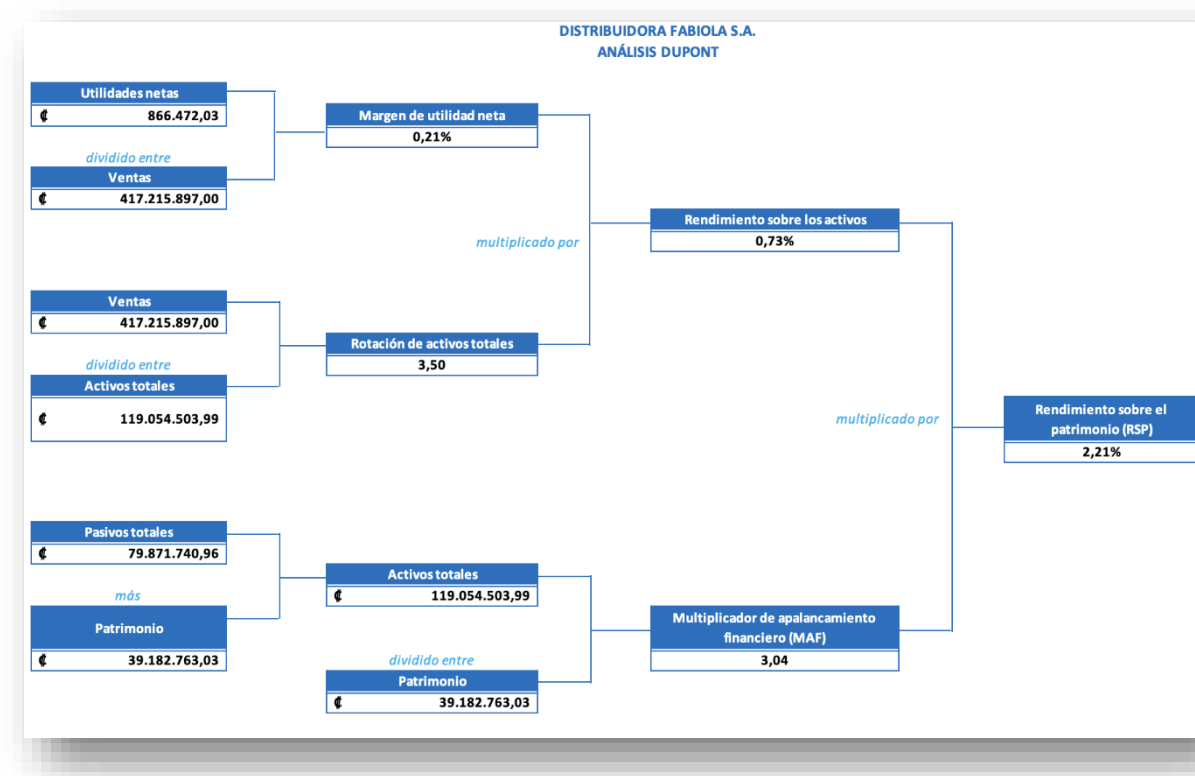
Como se observa en el Gráfico 19, en el período 2020-2021 se obtuvo un mayor rendimiento con respecto al año 2019, con un 3,08% y un 2,21% respectivamente. Expresado en términos monetarios, la empresa generó ₡0,03 y ₡0,02 de utilidad neta por cada colón de inversión. Así, a pesar de la baja en el año 2020, se está generando utilidad en relación con la inversión, por lo que se está cumpliendo con el objetivo de maximizar el valor de la

empresa en cuestión. Se recomienda no descuidar el manejo de la estructura de capital de la empresa.

Análisis DuPont

A continuación, se aplicó en método de análisis Dupont, para evaluar la situación financiera se utilizó el sistema de análisis DuPont, este sintetiza el Estado de Resultados y el Balance General en dos medidas de rentabilidad (RSA y RSP) para el año 2021.

Figura 6. Análisis Dupont



Fuente: Elaboración propia a partir de los cálculos matemáticos realizados a los estados financieros de Distribuidora Fabiola S.A. (2022).

En la Figura 6 se puede observar el sistema de análisis DuPont básico con los valores monetarios y de razones de Distribuidora Fabiola S.A., para el año 2021. Como se mencionó,

este sistema resume las actividades del estado de pérdidas y ganancias, que se encuentran en la parte superior, y las del balance general que se encuentran en la parte inferior.

La rentabilidad de la empresa es del 2,21%, el análisis proporciona una división en el rendimiento de componentes de utilidades sobre las ventas y eficiencia del uso de los activos, y relaciona el rendimiento sobre los activos totales (RSA) de la empresa con su rendimiento sobre el patrimonio (RSP), a través del multiplicador de apalancamiento financiero (MAF), que es la proporción entre los activos totales de la empresa y su capital en acciones comunes.

Dicho lo anterior, el porcentaje de rentabilidad se atribuye principalmente a la baja eficiencia en la operación de activos, específicamente el margen de utilidad, por el tipo de productos que comercializa la empresa, suponen una alta rotación, y un margen “bajo”, sin embargo el margen de ganancia de la empresa en cuestión es sumamente bajo, no es proporcional al volumen de ventas, y si este volumen fuera menor, probablemente se vería afectada la rentabilidad.

Cabe destacar que este margen es el más alto de los 3 periodos, sin embargo, debe de prestar especial atención a los costos y gastos, ya que estos tienen la mayor participación del margen de ventas, como se evidenció en el análisis vertical del Estado de Resultados.

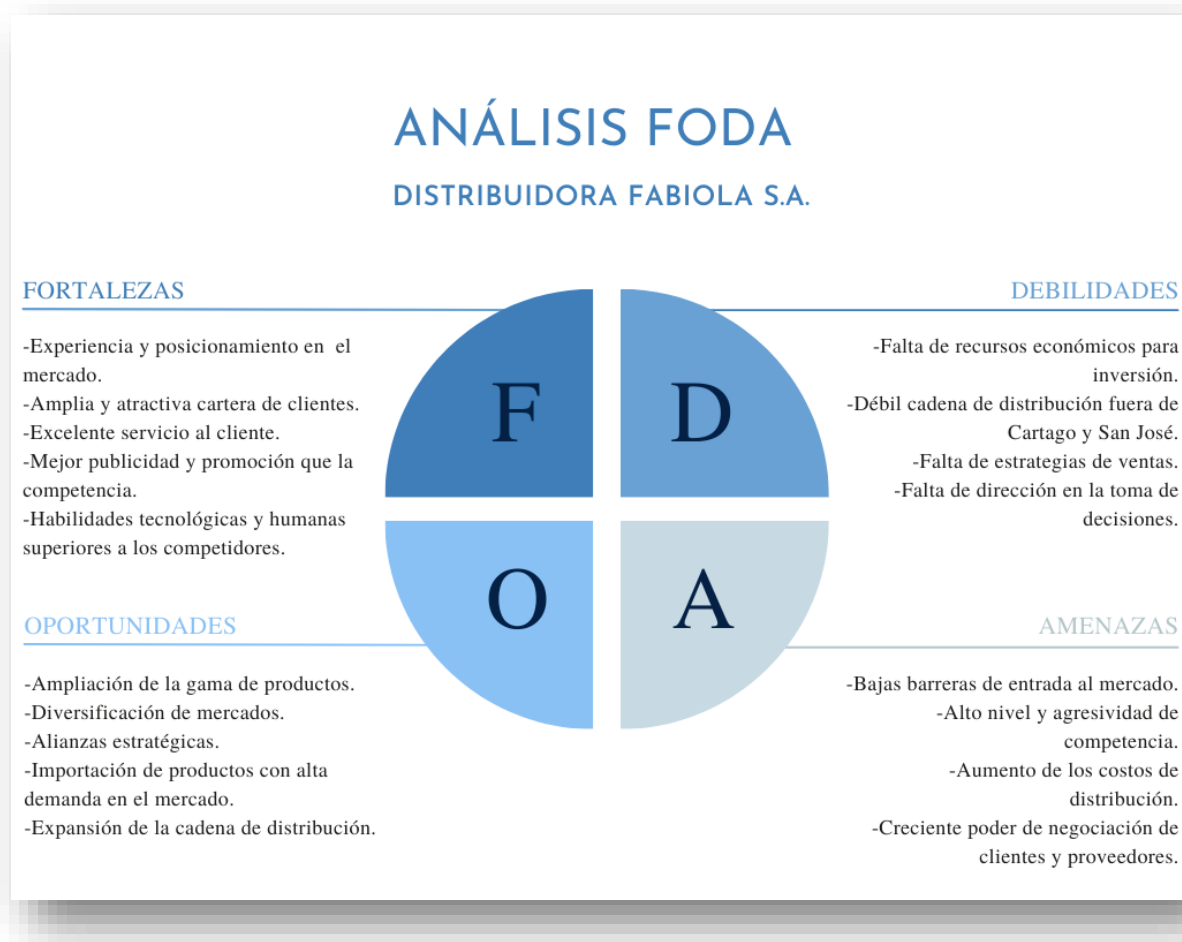
Por otro lado, en relación a la segunda parte del sistema DuPont, en cuanto al MAF se evidencia una mayor dependencia a préstamos con terceros que recurren al patrimonio, por lo que se podría decir que hay mayores costos financieros, que pueden estar afectando la rentabilidad generada por los activos.

Análisis FODA

Finalmente se presenta el análisis FODA de la empresa Distribuidora Fabiola S.A. a Julio del 2022, para ilustrar un cuadro de la situación actual de la empresa y obtener un diagnóstico preciso para la toma de decisiones, por medio de la síntesis de las fortalezas y

debilidades de los recursos de una empresa, sus oportunidades comerciales y las amenazas externas para su bienestar futuro.

Figura 7. Análisis FODA



Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos en la investigación (2022).

En la Figura 7 se describen los factores tanto críticos como positivos de la empresa en cuestión, a continuación se hará una distinción de las cuatro variables para establecer conclusiones acerca del atractivo del objeto de estudio y la necesidad de emprender situaciones correctivas, el determinar los fuertes internos o capacidades fundamentales permitirá la creación de estrategias atractivas.

Fortalezas: A nivel interno, la empresa cuenta con capacidades atractivas importantes, que le permiten tener una posición privilegiada ante la competencia. La empresa debe de aumentar estos factores, en vías de ampliar aún más su cartera de clientes, esto brindando un servicio que la competencia no ofrece, como por ejemplo un asesoramiento de compra, o la opción de compra por medios tecnológicos y no los tradicionales, además de información valiosa como gama de productos, para que el clientes conozca qué productos puede adquirir con la empresa y consigo los precios.

Oportunidades: A nivel externo, la empresa puede explotar estos factores positivos utilizando sus fortalezas, para la obtención de ventajas competitivas. La empresa puede aprovechar su cartera de clientes, para impulsar nuevos productos que le generen un mejor margen, y a su vez reduzca sus costos por ejemplo de transporte, el camión ya está visitando al cliente, y el que este adquiera más productos reduce este costo. Además de esto puede crear alianzas estratégicas con proveedores, e incluso hablar de exclusividad de distribución, lo que va a generar una ventaja frente a la competencia (el comercializar un producto que la competencia no tiene), esto a su vez refuerza la oportunidad de expandir la cadena de distribución.

Debilidades: A nivel interno, la empresa tiene factores críticos que se deben corregir en vías de reducir, ya que provocan una posición desfavorable frente a la competencia. La empresa debe de fortalecer su cadena de distribución, lo más importante de este punto es que tiene las herramientas para hacerlo, sin embargo la falta de estrategias y de dirección en la toma de decisiones, no le permite surgir en este aspecto, es una empresa que tiene veinticuatro años en el mercado, y su cadena de distribución es débil frente a la competencia, que visita las zonas que actualmente ve Distribuidora Fabiola, y también las otras provincias, a pesar de que la competencia no cuenta con las fortalezas (o por lo menos en igual medida) que la Distribuidora, se han enfocado en la expansión de rutas, esto coloca a Distribuidora Fabiola en una condición de desventaja dentro del mercado.

Amenazas: A nivel externo, la empresa presenta aspectos negativos que debe neutralizar porque podrían obstaculizar sus objetivos. La empresa debe valorar acciones

estratégicas para poder ofrecer al cliente productos y servicios que la competencia no ofrezca, las bajas barreras de entrada crean no solo un gran volumen de competencia, sino acarrear guerras de precios, este es el mayor problema del mercado, ya que existen vendedores “informales”, es decir, que no tributan, y sus costos son meramente de transporte, por lo que pueden ofrecer precios más bajos que las empresas que sí se encuentran en orden, a su vez al ser personas particulares no logran el mismo volumen de venta que la Distribuidora, sin embargo, sí representan una amenaza en cuanto al “efecto hormiga”, es decir, que sean muchos competidores del mismo tipo los que ingresen al mercado. Todo lo anterior repercute en las otras amenazas presentadas en el FODA, debido a los precios el cliente tiene más poder para negociar un precio bajo, y en cuanto a los proveedores, algunos productos traen precio ya con el margen dispuesto, por lo que no hay flexibilidad en el precio.

El análisis FODA es una herramienta fundamental para ello, porque permite mejorar los procesos y planificar el desarrollo de la empresa al analizar, de forma proactiva y sistemática, todas las variables que intervienen en la empresa con el fin de tener más y mejor información al momento de tomar decisiones.

Es importante que Distribuidora Fabiola S.A., tome líneas de acción con la creación y aplicación de estrategias ofensivas, defensivas, de supervivencia y de reordenamiento, necesarias para cumplir con los objetivos empresariales planteados. Además de esto, esta herramienta se debe de estar monitoreando y actualizando, y a su vez se deben modificar las estrategias, para tomar decisiones acertadas, teniendo en cuenta la situación que la empresa está atravesando, ya que el entorno actual no necesariamente va a ser el mismo dentro de un mes, al igual que los escenarios a nivel interno, tanto las empresas como el entorno se encuentran en constante cambio.

Flujo de efectivo

El flujo de efectivo es una herramienta fundamental para medir la liquidez (cercanía al efectivo de los activos y pasivos), solvencia (capacidad de pagar las deudas a su vencimiento), y flexibilidad financiera (capacidad de reacción y ajuste a oportunidades y

adversidades) de una empresa en un momento específico, por lo tanto, constituye una herramienta para toma de decisiones tales como compras de mercadería a crédito o de contado, se puede ver qué tan eficiente está siendo la labor de cobro, etc.

A continuación, se presenta el flujo de caja de la empresa Distribuidora Fabiola, para los periodos estudiados.

Figura 8. Flujo de efectivo Distribuidora Fabiola S.A. 2019-2021.

DISTRIBUIDORA FABIOLA S.A. ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO PERIODO 2020		DISTRIBUIDORA FABIOLA S.A. ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO PERIODO 2021	
OPERATIVO		OPERATIVO	
Depreciación	218.152	Depreciación	174.522
Utilidad neta	1.178.268	Utilidad neta	866.472
Documento por cobrar	1.535.659	Inventario	3.904.017
Impuesto de ventas	8.400.348	Cuentas por cobrar	5.732.298
Impuesto de renta	346.376	Documentos por cobrar	3.573.604
Inventario	-5.125.438	I.N.S.	266.240
Cuentas por cobrar	-3.055.341	C.C.S.S.	88.662
Cuentas por pagar	-1.277.349	Impuesto de ventas	2.465.551
C.C.S.S.	-516.626	Impuesto de renta	648.192
	<u>1.704.049</u>	Cuentas por pagar	-4.815.937
			<u>12.903.621</u>
FINANCIERO		FINANCIERO	
012-017-559889-4	-194.899	012-017-559889-4	-271.428
012-017-560302-4	-192.724	012-017-560302-4	-269.029
012-017-560831-0	-193.705	012-017-560831-0	-270.398
012-017-568649-7	-855.043	012-017-568649-7	-2.295.259
012-017-569711-0	-99.288	012-017-569711-0	-467.491
	<u>-1.535.659</u>		<u>-3.573.605</u>
CAJA	<u>168.390</u>	CAJA	<u>9.330.016</u>

Fuente: Elaboración propia a partir de los cálculos matemáticos realizados a los estados financieros de Distribuidora Fabiola S.A. (2022).

Flujo de efectivo operativo

En cuanto al flujo de efectivo generado por las operaciones de la empresa, en este caso la comercialización de productos, se determina lo siguiente para cada uno de los periodos estudiados:

Para el año 2020, a pesar de tener un flujo de efectivo operativo positivo, no hay solidez en el mismo, ya que la mayoría de efectivo proviene es dinero que estaba destinado para el pago de impuestos tanto de venta como de renta, los cuales no se pagaron, sino que se utilizaron para la financiación del inventario y aumento de cuentas por cobrar, además de pagos a proveedores y pago de la C.C.S.S. sin el efectivo proveniente de estos impuestos, el resultado del flujo hubiera sido negativo, por lo que se puede determinar que no hay un manejo óptimo en las actividades de la empresa, ya que estas no están generando el efectivo necesario para obtener los recursos de su propia operación.

Por otro lado para el año 2021, se puede determinar que existe solidez y equilibrio en el flujo de efectivo proveniente de las actividades operativas, ya que este es positivo, y a pesar de haber utilizado nuevamente el dinero de los impuestos, se puede determinar que aun no habiendo utilizado ese recurso, la empresa generó el efectivo necesario obteniendo recursos de su propia operación, por lo que sí existe un manejo óptimo de las actividades operativas de la empresa, ahora bien, habría que estudiar por qué se utilizaron esos dineros si no era necesario, una posibilidad tal vez fue que los dineros de cuentas por cobrar no se cobraron a tiempo, ya que como se evidenció en las razones financieras, los dinero tardan más en recuperarse, de lo que se tarda en pagar las facturas de compras.

Flujo de efectivo financiero

Con respecto al flujos de efectivo generado en las transacciones de financiamiento con deuda y capital, se determina lo siguiente para cada uno de los periodos estudiados:

En ambos años se aprecian únicamente pagos realizados por amortización de varias operaciones, no existen cobros procedentes de la adquisición por terceros de títulos o valores

emitidos por la empresa, ni tampoco compras de recursos concedidos por entidades financieras o terceros, en forma de préstamos u otros instrumentos de financiación.


Para el 2020 este flujo consume gran cantidad del efectivo del flujo operativo, dejando un saldo en caja bajo, pero positivo, en cuanto al 2021 debido a que se añade una operación más, el flujo consume más efectivo del flujo de operaciones, sin embargo, para ese periodo el manejo de las operaciones fue más óptimo, dando como resultado un saldo en caja mucho mayor al periodo anterior.

Políticas de crédito

La política de crédito en una empresa tiene como finalidad limitar los recursos de crédito que son ofrecidos a los clientes, es decir, son las condiciones que se establecen para que el cliente pueda tener acceso a un crédito, estas se establecen de acuerdo a cada empresa, a sus necesidades, capacidades, operaciones etc. Las políticas de crédito de la empresa son las siguientes:

Perfil de cliente: Anteriormente los créditos se brindaban sin ningún tipo de requisito, anuado a esto, la labor de cobro era ineficiente, lo que repercutió en pérdidas de dinero para la empresa, por cuentas incobrables. En la actualidad la empresa no otorga créditos, sin embargo, en caso de ser necesario, el cliente debe llenar una “solicitud de crédito”, donde se especifican los datos del cliente (físico o jurídico), firmas autorizadas para la recepción de mercadería, y referencias, las cuales se consultan para verificar la calificación del cliente en cuanto a los pagos, basado en esto, el propietario decide si da el crédito o no.

Figura 9. Solicitud de crédito Distribuidora Fabiola S.A.



SOLICITUD DE CRÉDITO

Fecha: _____

Razón Social: _____

Nombre Comercial: _____

Cédula Física o Jurídica: _____

Representante Legal: _____ N° Céd.: _____

Teléfonos: _____ / _____

Dirección: _____

Referencias Comerciales:

1- _____ Teléfono: _____

2- _____ Teléfono: _____

3- _____ Teléfono: _____

Personas autorizadas para firmar facturas y recibir pedidos:

Nombre: _____ Céd.: _____ Firma: _____

Nombre: _____ Céd.: _____ Firma: _____

Nombre: _____ Céd.: _____ Firma: _____

Doy fe que la información anotada anteriormente en la presente es verdadera.

Firma Representante Legal: _____ Cédula: _____

FAVOR ADJUNTAR A ESTE DOCUMENTO: COPIA DE CÉDULA FÍSICA O JURÍDICA, PERSONERÍA JURÍDICA VIGENTE

PARA CONTROL DE EMPRESA, DEBE LLENAR EL AGENTE DE VENTAS

Ruta: _____ Responsable: _____ Recibido: _____

Fuente: Distribuidora Fabiola S.A. (2022).

Plazo: La empresa otorga plazos de ocho, quince y hasta veintidós días para la cancelación de facturas a crédito, generalmente los clientes pagan dentro de ese plazo, sin embargo sí ha habido atrasos de más de un mes en los pagos.

Medios de pago: Los medios de pago autorizados son efectivo, transferencias, depósitos o SINPE móvil, y generalmente los clientes pagan en efectivo, muy pocos clientes pagan vía electrónica, ya que el mercado es en su mayoría y a pesar de los datáfonos, muy des bancarizado.

Flexibilidad: Si el cliente por una u otra razón se atrasa en el pago, e indica esto a la administración de la empresa, se le da la opción de abonar, más tiempo, sin embargo está prohibido otorgar más crédito sin haber cancelado la factura anterior, esta situación se daba en años anteriores.

La política de cobro de una empresa tiene la finalidad de establecer un sistema de crédito y facilidades de pago al cliente, para poder abastecer a este con mercadería, estas políticas son procedimientos y se establecen de acuerdo a cada empresa, es importante que esta labor se trabaje con eficiencia, de lo contrario la empresa puede incurrir en pérdidas, y/o iliquidez.

En Distribuidora Fabiola S.A., a los clientes de ruta que se visitan semanalmente, y que tienen facturas de crédito, se les tiene establecido el pago de la factura antes de la entrega de mercadería, sin embargo, en cuanto a los clientes de la tienda física, es más tedioso, ya que hay que enviar mensajes un día antes, como recordatorio, y el día de vencimiento se llama al cliente, en ocasiones no contestan y hacen caso omiso porque aún no necesitan mercadería, lo que genera atrasos en la recuperación del dinero, además de esto se hizo muy común el “pagar por SINPE”, pero el SINPE lo realizaban en muchas ocasiones hasta el día siguiente.

El crédito es una herramienta importante para la venta, y crea una ventaja competitiva, ya que el cliente tiene flexibilidad y facilidad para vender la mercadería, lo que considera atractivo y beneficioso, porque a pesar de que la competencia también puede brindar créditos, no tiene el músculo suficiente para sostener un gran volumen, al ser personas con bajos capitales, sin embargo la empresa debe de estudiar sus políticas, más que todo sus plazos y límites de crédito, que tal vez no son las más aptas ni óptimas.

Rotación de productos

A continuación, se realizó un reporte de los productos que más rotación tienen y los productos que menos rotación tienen:

Figura 10. Productos con más rotación 2019-2021.

DISTRIBUIDORA FABIOLA S.A.					
PRODUCTOS CON MÁS ROTACIÓN PERIODO 2019-2021					
2019		2020		2021	
Producto	Uds venta	Producto	Uds venta	Producto	Uds venta
PALO QUESO ZARCERENA 1X32	57501	PALO QUESO ZARCERENA 1X32	60379	PALO QUESO ZARCERENA 1X32	30300
ARROLLADO ZARCERENA 1X28	51860	GALLETA NATILLA ZARCERENA 1X32	53993	GALLETA NATILLA ZARCERENA 1X32	27288
GALLETA NATILLA ZARCERENA 1X32	48911	ARROLLADO ZARCERENA 1X28	53607	PASTEL PINA NALY 1X50	26208
BIZCOCHO GRANDE ZARCERENA 1X40	40052	BIZCOCHO GRANDE ZARCERENA 1X40	49006	ARROLLADO ZARCERENA 1X28	24986
PASTEL PINA NALY 1X50	26364	PASTEL PINA NALY 1X50	32951	BIZCOCHO GRANDE ZARCERENA 1X40	24918
GATO DL ZARCERENA 1X36	21651	GATO DL ZARCERENA 1X36	23918	TRULULU 1X12 75G	21502
TAPON ZARCERENA 1X24	20843	ROSCA QUESO ZARCERENA 1X32	22639	PAN CASERO CHERY 1X20	21416
BIZCOCHO PEQUENO ZARCERENA 1X75	19784	TAPON ZARCERENA 1X24	19840	BIZCOCHO PEQUENO ZARCERENA 1X75	13426
EMPANADA DULCE LECHE ZARCERENA 1X30	18936	EMPANADA PINA ZARCERENA 1X30	19229	GATO DL ZARCERENA 1X36	12911
ROSCA QUESO ZARCERENA 1X32	18305	EMPANADA DULCE LECHE ZARCERENA 1X30	18760	ROSCA QUESO ZARCERENA 1X32	12842

Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos en la investigación (2022).

Como se puede observar, los productos que más rotan en la empresa en los tres periodos son los panes, estos productos tienen un margen de ganancia alto, ya que no existe un precio sugerido por parte del proveedor, por lo que el precio lo establece la Distribuidora, sin embargo, debido a que la competencia también vende estos productos, no se puede vender a un precio muy alto al pulpero, por lo que la empresa puede aprovechar esta ventaja de establecimiento de precio para el consumidor final, ya que genera un muy alto margen de ganancia. Además es importante que estos sean los productos que más rotan, ya que también son los que más corta fecha de caducidad tienen, y son más frágiles.

Figura 11. Productos con menos rotación 2019-2021.

DISTRIBUIDORA FABIOLA S.A.					
PRODUCTOS CON MENOS ROTACIÓN PERIODO 2019-2021					
2019		2020		2021	
Producto	Uds venta	Producto	Uds venta	Producto	Uds venta
HAPPY FRUTAS 1X100	1	GOMITA MORITA ZARZA 1K	1	PAPAS ZIBAS 40G	1
GOMA MORITA PEQUEA 1K	1	MIXTAS CHOLITA 1X20	1	RANCHITA 250G	1
GOMA MORA GRANDE 1K	1	OFERTA 4 PACK KITTY 1X5	1	YUMI POPS PALOMITAS 120G	1
FAJITAS KITTY 1X25	1	CAJETA TROMPO 1X25	2	ARROLLADO MONTSERRAT	2
EXTENSION 6 M	1	CHOCOPANDA 1X12	2	TRENTO 1X16	2
DUCREM TRISABOR 1X48	1	EMPANADA MILAGROSA 1X32	2	ARO CEBOLLA 2 PACK	3
CUCHARA PLASTIC GREEN 1X25	1	ENLUSTRADO ZUNIGA PEQUENO 1X20	2	JUGUETE AVION 1X30	4
CLISS 1X100	1	GALLETA SIMLEY 1X20	2	GALLETA FAMILIA 150G	5
CHILE RELLENO 1 GALON	1	GOMITA VIDAL TIBURON 1K	2	MALLOW MINI 1X30	6
BIZCOCHITO CRIOLLO 1X12	1	SORBETO DAPI 1X12	2	SALSA ROSADA 200G	6

Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos en la investigación (2022).

Por otro lado, dentro de los productos que menos rotan en los tres periodos, se encuentran en su mayoría las golosinas, cabe destacar que los productos que no rotan se devuelven al proveedor; las golosinas son los productos que menos margen de ganancia poseen, y además de esto tienen poca flexibilidad, es decir, el proveedor establece el precio de venta, y ese precio se debe respetar, no solamente por políticas del proveedor, sino también porque el pulpero conoce el precio y en muchos casos el consumidor final también, debido a que el empaque del producto trae el precio final, por lo que no se puede vender a un precio más alto.

Cabe destacar que no fue posible hacer un análisis de margen de ganancia más específico para cada producto, debido a que hubo limitaciones en cuanto al reporte ya que los códigos de los productos se reutilizan, y al realizar el reporte en el sistema este asocia el código con el producto que actualmente lo tenga, por lo que no se puede tener una información certera, sin embargo, la misma tendencia de margen se ha mantenido en los tres periodos, e incluso en años anteriores.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

A continuación, se expondrán las conclusiones y recomendaciones tras el análisis de los estados financieros de Distribuidora Fabiola S.A. de los períodos 2019-2021, además de los aportes de los entrevistados en cuanto al funcionamiento de la empresa. Las apreciaciones de este capítulo hacen referencia a los datos obtenidos mediante los instrumentos de recolección, a saber: la entrevista al propietario, el cuestionario aplicado a los colaboradores de la empresa y el análisis de estados financieros de la empresa.

Conclusiones

Respecto a la entrevista realizada al propietario de la empresa Distribuidora Fabiola S.A., se determinaron las siguientes conclusiones:

- La actividad de la empresa tiene un gran potencial, ya que abarca una gran línea de productos. Además, al ser mercadería comestible, suele haber ventas permanentes.
- La cartera de clientes de la empresa es favorable por tres aspectos: en primer lugar, pese a no registrar un gran margen de utilidad, los agentes compran a volumen; en segundo lugar, la empresa atiende muchos tipos de negocios, no solamente pulperías; finalmente, la empresa brinda atención al consumidor final, lo cual es sumamente beneficioso, pues permite obtener una mayor ganancia. También, se puede decir que sus ventas a domicilio y en tienda física son equitativas.
- Al ser una empresa pequeña, no se ha preocupado por definir aspectos básicos como lo son los objetivos y un organigrama claro. Por lo tanto, no hay un orden de estructura y no se tienen líneas de acción definidas para enfrentar problemáticas.
- La empresa tiene presencia en las redes sociales y sí cuenta con publicidad y otros elementos para facilitar la compra del cliente.

- La empresa sí cuenta con un software que abarca de forma integral factores importantes para la labor administrativa y financiera; sin embargo, este sistema no se aprovecha para tales propósitos, sino únicamente para consultas y actividades diarias como facturación. No se realizan descargas de datos para análisis y la labor contable solo se realiza para fines tributarios.
- Anteriormente, la empresa ha sufrido pérdidas monetarias por créditos que no ha logrado recuperar, debido a la ineficiencia de cobro y otorgamiento de crédito. Con todo, se ha tratado de solventar este factor.
- Sí se hace uso de herramientas extraordinarias para controles alternos a través de Excel. Puesto que se tiene conocimiento de esta herramienta, podría utilizarse de forma provechosa para fines analíticos.
- La empresa tiene falta de liquidez y sus ventas no son recíprocas con su utilidad, ya que los márgenes de ganancia no son lo suficientemente altos para contrarrestar los gastos y obligaciones, y, a pesar que tiene clientes a los que se gana más, estos son la minoría.
- El propietario tiene clara la importancia de los aspectos fundamentales y, pese a contar con herramientas tecnológicas que integran la información, no tiene la facilidad para analizarla, sino que las decisiones se basan en la situación del momento. No hay planificación.

Respecto al cuestionario aplicado a los colaboradores de la empresa Distribuidora Fabiola S.A., se determinaron las siguientes conclusiones:

- Los principales problemas que se expresan por parte de los colaboradores son de carácter operativo, logístico y de relaciones. Se puede afirmar que, de aplicarse las herramientas básicas de administración, junto con el análisis de la información del sistema, se podrían determinar líneas de acción que mejorarían significativamente la mayoría de los problemas expresados.
- La labor administrativa no es excelente, por lo que hay que identificar los aspectos por mejorar por parte de la administración. Además, los colaboradores pueden aportar retroalimentación en este aspecto.

- La mitad de los colaboradores no conoce la visión ni la misión de la empresa. Conocerlos orienta a los colaboradores, genera el sentimiento de ser parte de un proyecto más grande y motivación para cumplir los objetivos laborales, que van a beneficiar a ambas partes.
- El recurso humano de la empresa tiene claro los aspectos fundamentales de funcionamiento. Con este conocimiento como base, el plantear objetivos y líneas de acción claros dará un panorama más completo de los aspectos por mejorar para el desarrollo de la empresa.

Respecto al análisis horizontal y vertical de los estados financieros de Distribuidora Fabiola S.A., se determinaron las siguientes conclusiones:

- El aumento de los activos totales en los períodos 2019-2020 está regido mayormente por aumentos de cuentas por cobrar e inventarios; sin embargo, las ventas no tuvieron el mismo comportamiento, sino que más bien disminuyen. Se puede decir que este aumento fue causado por una acumulación excesiva de existencias en bodega, motivada por la decisión estratégica que se tenía prevista.
- Los activos totales del 2020-2021 decrecieron, debido a la considerable disminución de las ventas. Esta disminución causó un efecto positivo, porque la mayoría de esas ventas eran a crédito y con poco margen de ganancia. Así, a pesar de que se pierde ese volumen, se experimentaron disminuciones en las cuentas por cobrar y aumentos en caja y bancos.
- Actualmente, la empresa no tiene a su nombre ningún activo salvo mobiliario y equipo; el edificio y los vehículos actualmente están a nombre de una corporación. Ambas empresas pertenecen al mismo propietario.
- En relación con los pasivos totales de los tres períodos, influye considerablemente el aumento de impuestos a pagar; no obstante, en el período 2020-2021, también influye la disminución de cuentas por pagar que obedece a la disminución de ventas.

- Respecto al patrimonio tanto para 2019-2020 como para 2020-2021, experimentan un crecimiento de 3,17% y 2,26% respectivamente. Ambos resultados son favorables, ya que representan una política de capitalización de la empresa y, por consiguiente, se produce menor endeudamiento. Sin embargo al observar la partida de pasivo total del 2019-2020, este aumentó más del doble de lo que aumentó el patrimonio, por lo que sí hubo endeudamiento. Caso contrario, en el período 2020-2021 al observar el pasivo total, este decrece 6,10%, lo que significa una disminución en el endeudamiento.
- El comportamiento de ventas tuvo una tendencia hacia la baja en los tres períodos, causada en 2020 por la crisis sanitaria y en 2021 por el proveedor que eliminó a los distribuidores como intermediarios con los clientes de volumen.
- Los costos de venta en el período 2019-2020 fueron menores a las ventas, lo que demuestra eficiencia en el control de costos. En el período 2020-2021, hubo menos eficiencia en este aspecto, lo cual afectó las utilidades. Además, se evidencia que los costos abarcan una gran parte de margen de utilidades, dicho de otra manera, el margen de ganancia es bajo.
- Los gastos operativos no son proporcionales a las ventas y abarcan otra gran parte de margen. Sin embargo, no se tiene un desglose donde se pueda apreciar el detalle de gastos, para verificar cual tiene mayor incidencia y el porqué.
- La utilidad neta aumentó en el 2020 a pesar de la crisis sanitaria y en 2021 disminuyó a raíz de la baja en las ventas. No obstante, la estrategia aplicada causó un efecto positivo. Pese a estas dos situaciones, la utilidad del 2021 fue más alta que la del 2019.
- En los tres períodos, se evidencia una tendencia hacia el alza en cuanto a los activos circulantes, la cual es favorable porque se está invirtiendo más en activos líquidos. Ahora bien, las ventas no responden a estas inversiones, ya que tienden a bajar en los tres períodos.
- En los tres períodos, el pasivo a largo plazo tiene mayor peso que el circulante, por lo que se ha recurrido mayormente a financiar las inversiones en activos

a través de la deuda, lo que permite más flexibilidad en la estructura de pasivos.

- En los tres períodos, se evidencia un margen de costos bastante elevado. A pesar de que la empresa tiene un margen de ganancia del 10% para los agentes, ese supone que la mayoría de clientes tienen márgenes del 20% o más. Por lo tanto, es necesario no solo revisar los costos y precios de venta, sino también los descuentos que se realizan, pues el origen se debe a uno de esos tres factores: costo, precio o descuentos.
- En los tres períodos, los gastos son el segundo factor que consume la mayor parte de margen de las ventas. Se debe indagar en detalle en ellos, a fin de plantear soluciones y bajar el margen de gasto.
- A pesar de que la utilidad neta es muy baja con respecto a las ventas, es decir no es proporcional a ellas, se puede destacar que, en 2021, con la caída de las ventas, se percibió una utilidad buena y mucho mayor que la del 2019, cuando se registraron las ventas más altas de los tres períodos. Sin embargo, como se mencionó anteriormente el rubro que más contribuye a la baja utilidad son los costos, por lo que hay que trabajar de forma urgente en ellos.

Respecto al análisis de razones financieras aplicadas de los estados financieros de Distribuidora Fabiola S.A., se determinaron las siguientes conclusiones:

- La empresa muestra un nivel de liquidez aceptable, tanto en la razón circulante como en la prueba de ácido, tomando en cuenta la situación que ha atravesado. No obstante, hay que prestar atención a las cuentas por cobrar y al inventario, ya que, en años anteriores, la empresa ha sufrido problemas a raíz del mal manejo de crédito y cobro.
- Se muestra deficiencia en la labor de cobro. El período de cobro pasó de 10 días en 2019 a 19 días en 2021, supera el plazo de 8 días, y aunque se mantiene en el límite de un mes, se mantiene más alto que el período promedio de pago. Esto puede causar problemas de liquidez, se debe mantener un control

constante debido a la tendencia hacia el alza y el historial de la empresa en cuanto a crédito y cobro.

- El período promedio de pago, que pasa de 11 días en el 2019 a 13 días en el 2021, se encuentra dentro del rango aceptable por los proveedores. Se sugiere cuidar el récord crediticio de la empresa ante proveedores actuales y futuros.
- La rotación de inventarios disminuyó casi el doble respecto al primer período, pasando de 48 a 24 días. En esta empresa, lo más común es que haya una alta rotación de inventario por el tipo de producto que se trabaja. Sin embargo, los resultados sugieren un deficiente manejo de inventario, al haber imparcialidad respecto a las existencias y la demanda, y el acumulamiento de mercadería en este tipo de empresa puede generar pérdidas por vencimientos y daños.
- En cuanto a la rotación de activos totales, se presenta una disminución de casi el doble, pasando de 6 días en el 2019 a 3 días en el 2021. Aunque los valores son aceptables, el decrecimiento evidencia una inequitativa inversión en activos con respecto a las ventas, lo que se traduce en ineficiencia del manejo del activo circulante.
- En relación con el nivel de endeudamiento de la empresa, este disminuye de 68,20% en el 2019 a 67,09% en el 2021. Esta disminución del 1,12% es aceptable y favorable, pues se está recurriendo menos a la deuda. No obstante, aunque no se estén generando pérdidas, es necesario revisar las tasas de interés para no sacrificar la rentabilidad.
- En cuanto a la razón de cargos de interés fijo, la empresa sí está siendo capaz de cumplir con el pago de intereses. En 2019 cubría 1,08 veces el pago de intereses y en 2021 lo cubría 1,40 veces. Estos valores son bajos, por lo que, si se disminuyera la utilidad o se aumentaran los intereses, la empresa no podría cumplir con estas obligaciones.
- Respecto al margen de utilidad bruta, este aumenta de 10,68% en el 2019 a 11,75% en el 2021, es decir tuvo un aumento total de 1,07%, a pesar que las ventas disminuyeron a raíz de varias situaciones. Además, estos son márgenes bajos, tomando en cuenta que solo se está deduciendo el costo del producto.

- El margen de utilidad operativa aumentó del 0,90% en el 2019 al 1,03% en el 2021. Este aumento del 0,13% se debe a la disminución significativa de gastos.
- En relación con el margen de utilidad neta, esta incrementó un 0,16%, pasando de un 0,05% en el año 2019 a un 0,21% en el año 2021. Aunque se muestra una tendencia hacia el alza, es un margen bajo, que no responde al volumen de ventas. Por ello, se debe poner atención a los costos y gastos, que son los que absorben el mayor porcentaje de margen.
- El rendimiento sobre activos totales incrementó del 0,32% en el 2019 al 0,73% en el 2021, es decir, aumentó un 0,41%. Este sugiere mejor respuesta de ganancia por cada colón de inversión en activos, lo que aumenta la eficiencia en el uso de los activos
- Finalmente, el rendimiento sobre el patrimonio crece de 1% en el 2019 a un 2,21% en el 2021, un 0,87%. Dicho de otra forma, la empresa ha incrementado su rendimiento por cada colón invertido en capital.

Los resultados anteriores consolidan al análisis financiero como una herramienta fundamental para observar detalladamente los cambios favorables o desfavorables en la empresa, y la composición de los estados, lo que contribuye en gran medida a detectar puntos débiles y de mejora y/o estrategias que están dando resultados. Además, permite visualizar y comparar comportamientos a través de períodos determinados y, sobretodo, aportan información valiosa para la toma de decisiones, líneas de acción y el establecimiento de un norte para la empresa.

Recomendaciones

En relación con las generalidades de Distribuidora Fabiola S.A., basadas en la entrevista y el cuestionario, se plantean las siguientes recomendaciones:

- Es conveniente crear herramientas que faciliten el monitoreo de información y aprovechar que se tiene recurso humano capacitado para llevar a cabo la labor administrativa de forma integral.
- Aprovechar el software para descargar la información financiera integrada en este y también llevar la contabilidad de forma diaria. Esta estrategia permitirá tener control del negocio por medio del monitoreo de los estados financieros y el análisis los movimientos, y la toma las decisiones con base en información consolidada, verídica y vigente. En última instancia, se fortalecerá toda el área administrativa en general.
- Se recomienda al propietario delegar parte de las decisiones a la administración, o bien tomar las decisiones basado en los reportes financieros, tomando consejo de la administración.

En relación al análisis de los estados financieros de la empresa Distribuidora Fabiola S.A. de los períodos 2019-2021, se plantean las siguientes recomendaciones:

- Mejorar la revisión de costos y redefinir los precios de venta a través de la aplicación estrategias de venta para cada tipo de cliente, en especial los consumidores finales. En estas ventas, se puede obtener una mayor ganancia, y, a la vez, mantener un precio beneficioso para el cliente.
- El ajuste de los costos es urgente, dado que se identificó un bajo margen de ganancia desde la utilidad bruta que compromete las utilidades operativas, antes de impuesto y netas. De no ajustarse, si se presenta un aumento de gastos, la utilidad neta bajaría y no habría suficiente margen para sostener las utilidades positivas. Por lo que se podrían realizar negociaciones con proveedores con los que se está trabajando a crédito, se puede plantear la obtención de descuentos y/o bonificaciones a los proveedores, a cambio de pagos de contado, esto a través de una línea de crédito con algún banco.
- Mejorar la eficiencia en la labor de crédito y cobro a través del establecimiento de políticas de crédito más rigurosas. Además, optimizar la gestión de cobro a mediante su control y monitoreo diario. Actualmente la empresa está

tardando más en cobrar las ventas a crédito que en pagar las compras a crédito, por lo que este es un punto de suma importancia.

- Crear un contrato de arrendamiento para los activos de la empresa, para así poder incluir este rubro en los gastos, y poder aprovechar el escudo fiscal, ya que actualmente se encuentra a nombre de otra sociedad, sin contrato de por medio.
- Detallar y analizar los gastos para conocer su composición, determinar el impacto de cada uno en el estado de resultados, priorizarlos y planificarlos. Lo anterior debido a que en los estados de resultados no se desglosan los gastos, y por consiguiente no se puede dar un criterio preciso de la incidencia de estos en las diferentes partidas, cuestión que es primordial, ya que el clasificarlos por tipo: administrativos, de venta y financieros, permite realizar un análisis de eficiencia de las distintas áreas, y determinar con más profundidad los focos de alerta.
- Programar los pagos diarios a través de un flujo de caja, es decir no trabajar conforme al efectivo que se tiene al día, sino con una planificación anticipada de las obligaciones con las que la empresa debe cumplir, para conocer si se va a requerir financiamiento o no.
- Finalmente, a nivel general se recomienda a la empresa, incrementar las entradas de efectivo a través de un incremento del volumen de ventas o del precio, cobrar más rápido, reducir el plazo de crédito o realizar más ventas de contado, negociar descuentos o bonificaciones a proveedores, o bien buscar créditos con más plazo.

REFERENCIAS

Alarcón, Barrantes, Chinchilla, Jiménez, y Rojas (2019). Modelo de Análisis Financiero para las empresas del sector inmobiliario de condominios verticales en el GAM. (Tesis de Licenciatura). Instituto Tecnológico de Costa Rica. Costa Rica.

- Aquino, K (2018). Análisis financiero de pequeñas empresas de bisutería en Guatemala para obtención de financiamiento bancario. (Tesis de Maestría). Universidad de San Carlos de Guatemala. Guatemala.
- Arguedas, J (2016). Análisis y diagnóstico financiero de una empresa pyme expendedora de combustible en costa rica, creación de valor y análisis de continuidad de la empresa como negocio en marcha (Tesis de maestría). Instituto Tecnológico de Costa Rica. Costa Rica
- Arroyo, Vásquez, y Villanueva (2020). Finanzas Empresariales. Enfoque práctico. Perú. Fondo Editorial. Recuperado de https://books.google.co.cr/books?id=iXL3DwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Barboza, M (2016). Propuesta de un modelo para la valoración financiera del patrimonio de la empresa Intesoft S.A. (Tesis). Universidad de Costa Rica. Costa Rica.
- Barquero, Hernández, y Salazar (2019). Modelo de diagnóstico financiero para empresas del sector cafetalero, caso: PROCAFECOL S.A (JUAN VALDEZ) de los años 2017-2018. (Tesis de maestría). Instituto Tecnológico de Costa Rica. Costa Rica.
- Cáceres, A (2018). Análisis e interpretación de estados financieros en la gestión financiera de la empresa de generación eléctrica san gabán s. A. De los períodos 2013 – 2014. (Tesis). Universidad Nacional del Altiplano. Perú
- Clyde P. Stickney, Roman L. Weil, Katherine Schipper, Jennifer Francis y Beatrice Avolio Alecchi (2012). Contabilidad Financiera: Una introducción a conceptos, métodos y uso. Cengage Learning, Argentina.

Congo, M (2016). Análisis y Evaluación Económica-Financiera de la empresa LUMICAR, de la Ciudad de Loja, Período 2013 – 2014. (Tesis). Universidad Nacional de Loja. Ecuador

Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (2010). El Marco Conceptual para la Información Financiera.

Correa, J (2020). Estudio Económico y Financiero de Estudios de Factibilidad Técnica, Económico- Financiera, Ambiental, Social y de vulnerabilidad para la Construcción, Equipamiento, Puesta en marcha, Operación y Mantenimiento, bajo la modalidad de Concesión de Obra con Servicio Público, del Sistema de Tren Rápido de Pasajeros (TRP) de la Gran Área Metropolitana (GAM). Idom Consulting, Engineering and Architecture, S.A.U. Recuperado de <http://repositorio.mopt.go.cr:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/4344/385-4.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Dubey, A. (2021). Salud Financiera. En Significado. <https://significado.com/salud-financiera/>

Fajardo, M y Soto, C (2018). Gestión Financiera Empresarial. Editorial UTMACH. Ecuador. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14354/1/Cap.2%20Fundamentos%20de%20la%20gestión%20financiera.pdf>

Falconi J, Luna K., Sarmiento W. & Andrade C. (2019). Gestión administrativa: Estudio desde la administración de los procesos en una empresa de motocicletas y ensamblajes. Revista electrónica Visionario Digital 3(2), 155-169. Recuperado desde: <http://www.cienciadigital.org/revistascienciadigital/index.php/VisionarioDigital/article/view/406/922>

- González, M. y Lamorou, P. (2016). Procedimiento para evaluar la gestión económico-financiera de las Cooperativas Agropecuarias en el territorio holguinero: Revista de Cooperativismo y Desarrollo, Volumen 4, número 1, 67-75.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación. México: McGraw Hill.
- Morales, Y (2016) en su tesis titulada Valoración económico-financiera en la Empresa de Servicios a Trabajadores de Holguín (GARBO). (Tesis). Universidad de Holguín. Cuba.
- Moreno, J (2018). Prontuario de finanzas empresariales. México: Patria S.A.
- Morocho, S (2016). Análisis y Evaluación Económica Financiera de la Ferretería Comarpi de la Ciudad de Saraguro Período 2013 – 2014. (Tesis). Universidad Nacional de Loja. Ecuador.
- Navarro, S (2018). Propuesta de una herramienta de análisis y gestión financiera para el instituto de investigaciones en salud de la Universidad de Costa Rica. (Tesis). Universidad de Costa Rica. Costa Rica.
- Nogueira, D (2015). Análisis económico-financiero: talón de Aquiles de la organización. Caso de aplicación. Universidad de Matanzas, Cuba.
- Leitón, Núñez, y Zumbado (2019) en su tesis Modelo de diagnóstico y análisis financiero avanzado en la empresa WC Soluciones para el período 2014-2018. (Tesis de maestría). Instituto Tecnológico de Costa Rica. Costa Rica
- Orozco, J y Díaz, A (2018). ¿Cómo redactar los antecedentes de una investigación cualitativa?: Revista Electrónica de Conocimientos, Saberes y Prácticas. 1(2), 66-82. DOI: <https://doi.org/10.30698/recsp.v1i2.13>

- Pacompia, A (2019). Análisis económico y financiero de la empresa regional de servicio público de electricidad – electro puno s.a.a., para la toma de decisiones períodos 2016 – 2017 (Tesis). Universidad Nacional del Altiplano. Perú.
- Picado, D (2017). Modelo de Diagnostico Financiero para una PYME ferretera en Costa Rica: Caso Ferretería DEP: períodos 2015 y 2016. (Tesis de maestría). Instituto Tecnológico de Costa Rica. Costa Rica
- Ponce, H. La matriz FODA: Alternativas de diagnóstico y determinación de estrategias de intervención en diversas organizaciones [en línea]. Enseñanza e investigación en psicología, junio 2017 [fecha de consulta: 08 agosto 2014]. Vol. 12, Num.1: 113-130. Disponible en <http://cneip.org/documentos/revista/CNEIP_12-1/Ponce_Talancon.pdf>
- Ponce, Morejón, Salazar y Baque (2019). Introducción a las finanzas. España: Área de Innovación y Desarrollo S.R.L.
- Soto, Ramón, Solórzano, Sarmiento, y Mite (2017). Análisis de estados financieros “la clave del equilibrio gerencial”. Ecuador: Grupo Compás.
- Ureta, P (2018). Análisis económico financiero de la empresa viaconsumo S.A.C. en Lima 2014-2017. (Tesis). Universidad San Ignacio de Loyola. Perú.
- Zutter, C. y Gitman, L. (2016). Principios de administración financiera. Naucalpan de Juárez, México: Pearson Educación de México