



I NSTITUTO
U NIVERSITARIO
A ERONAUTICO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION

CONTADOR PÚBLICO

Trabajo Final de Grado

“ANALISIS Y PROYECCION DE ESTADOS FINANCIEROS.

ESTACION DE SERVICIO ROSSO S.A.”

Alumno:

GÓMEZ; JOSÉ LUIS.

Tutor: Prof. Cra. Mustafá, Miriam.

Fecha: DICIEMBRE 2014

DEDICATORIA

Me gustaría dedicar esta Tesis principalmente a mi familia.

Para mis padres por su comprensión y ayuda en momentos malos y menos malos, quienes nos han enseñado a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento. Nos han dado todo lo que somos como persona, valores, principios, perseverancia y empeño, y todo ello con una gran dosis de amor y sin pedir nunca nada a cambio.

Dedico este proyecto y toda mi carrera universitaria a Dios por ser quien ha estado a mi lado en todo momento dándome las fuerzas necesarias para continuar luchando día tras día y seguir adelante rompiendo todas las barreras que se presenten.

Por últimos, a mis compañeros y compañeras de clases, por el apoyo y motivación que de ellos que he recibido.

AGRADECIMIENTOS

Me gustaría que estas líneas sirvieran para expresar mi más profundo y sincero agradecimiento a todas aquellas personas que con su ayuda han colaborado en la realización del presente trabajo, en especial al Cra.Mustafa Mirian, tutora de esta investigación, por la orientación, el seguimiento y la supervisión continúa de la misma

Quisiera hacer extensiva mi gratitud a mis compañeros de cursado que empezamos desde el principio de la carrera.

Un agradecimiento muy especial merece mi abuelo, quien no se encuentra presente físicamente, pero sé que está en mi corazón y estaría muy orgulloso de que hubiese logrado esta meta.

A todos ellos, muchas gracias.

“Análisis y Proyección de Estados Financieros”

ESTACION DE SERVICIOS ROSSO S.A.

INDICE

RESUMEN	6
PALABRAS CLAVE.....	7
INTRODUCCIÓN	10
CAPITULO 1: MARCO TEÓRICO	11
1.1 La información financiera.....	12
1.1.2 Finalidades del análisis de la información financiera.....	14
1.1.3 Personas interesadas en el contenido de los estados financieros	15
1.2 Análisis de los estados contables	18
1.2.1 Introducción	18
1.2.2 Distintas alternativas del análisis	20
1.2.3 Técnica y procedimiento de análisis.....	21
1.2.4 Análisis vertical – Composición de la estructura	23
1.2.5 Análisis horizontal – Tendencias	27
1.2.6 Ratios financieros	30
1.3 Análisis de la situación financiera	31
1.3.1 Análisis de la situación financiera a corto plazo.....	31
1.3.2 Análisis de la situación financiera de largo plazo.....	37
1.3.3 Análisis de la situación económica.....	44
1.4 Proyección de estados contables.....	46
CAPÍTULO 2: ANÁLISIS DE LA EMPRESA Y EL ENTORNO	48
2.1 Estación de servicios ROSSO S.A.	49
2.2 Análisis del entorno.....	50
2.2.1 Macro entorno	50
2.2.2 Micro entorno	51
2.3 Desafíos	52
2.4 Análisis de la industria: fuerzas de Porter aplicadas a Rosso S.A.....	52
2.5 La organización como un sistema integrado y abierto	54
2.5.1 Funciones administrativas que se desarrollan en la organización.....	54
2.5.2 Organigrama.....	55
2.5.3 Análisis de las distintas áreas funcionales.....	56
2.6 Análisis FODA.....	72

CAPITULO 3: ANÁLISIS DE LA SITUACION FINANCIERA	74
3.1 Estados Contables resumidos	75
3.1.1 Estados de Situación Patrimonial	75
3.1.2 Estados de Resultados.....	76
3.2 Análisis de la Situación Financiera a Corto Plazo	77
3.2.1 Aplicación del instrumental.....	77
3.3 Análisis de la Situación Financiera de Largo Plazo	84
3.3.1. Aplicación del instrumental.....	86
CAPITULO 4: ANÁLISIS DE LA SITUACION ECONOMICA	90
4.1 Aplicación del instrumental.....	92
4.2 Informe.....	96
CAPITULO 5: PROYECCIÓN DE ESTADOS CONTABLES	100
5.1 Introducción	101
5.2 Explicación de las proyecciones obtenidas	102
5.2.1 Proyección de los rubros del activo	103
5.2.2 Proyección de los rubros del pasivo.....	105
5.3 Estados contables proyectados.....	107
CONCLUSION	108
BIBLIOGRAFÍA.....	112

RESUMEN

En el presente Trabajo Final de Grado se analizarán e interpretarán los estados financieros de la empresa ROSSO S.A., estación de servicios que opera hace a siete años en la localidad de Villa Carlos Paz, con la finalidad de aportar nuevos elementos que permitirán facilitar la toma de decisiones a los inversionistas y terceros que estén interesados en la situación económica y financiera de la empresa.

Para el desarrollo del trabajo se calcularán los principales indicadores y se elaborará el respectivo informe donde se integra y correlaciona la información, expresando las conclusiones sobre la situación económica y financiera de la firma.

Así mismo se efectuará una proyección de los Estados Contables de la empresa para el periodo 2014 en función de los datos históricos de los periodos analizados.

PALABRAS CLAVE

Analizar: Es el acto de separar las partes de un elemento para estudiar su naturaleza, su función y/o su significado. Un análisis es un efecto que comprende diversos tipos de acciones con distintas características y en diferentes ámbitos, pero en suma es todo acto que se realiza con el propósito de estudiar, ponderar, valorar y concluir respecto de un objeto, persona o condición.

Análisis Financiero: El análisis financiero es una técnica o herramienta que, mediante el empleo de métodos de estudio, permite entender y comprender el comportamiento del pasado financiero de una entidad y conocer su capacidad de financiamiento e inversión propia.

Análisis Económico: El análisis económico estudia la estructura y evolución de los resultados de la empresa (ingresos y gastos) y de la rentabilidad de los capitales utilizados. El análisis económico consiste principalmente en determinar el tanto por ciento de rentabilidad de capital invertido en el negocio.

Interpretar: apreciación relativa de conceptos y cifras del contenido de los Estados Financieros basados en el análisis y la comparación.

Comparar: técnica secundaria aplicable por el analista para comprender el significado del contenido de los Estados Financieros y así poder emitir juicios. Es el estudio simultáneo de dos cifras o aspectos para determinar sus puntos de igualdad o desigualdad.

Balance General: es un informe financiero contable que refleja la situación de una empresa en un momento determinado. Se estructura a través de tres conceptos patrimoniales, el activo, el pasivo y el patrimonio neto, desarrollados cada uno de ellos en grupos de cuentas que representan los diferentes elementos patrimoniales.

Estado de Resultado: es uno de los estados financieros básico, el cual muestra la utilidad o pérdida obtenida en un período determinado por actividades ordinarias y extraordinarias. Se habla de un período determinado, por cuanto una utilidad o pérdida se obtiene por actividades de diversa naturaleza y realizadas a lo largo del tiempo.

Ratios o razones financieras: Ratio es la relación o proporción que se establece entre dos cantidades o medidas. También se denomina comúnmente “razón” o indicador. La forma de relacionar las dos medidas puede ser mediante cualquier operador matemático (suma, resta, multiplicación, división, o combinaciones) siendo el más utilizado la división.

Razones de liquidez: Comprenden un conjunto de indicadores y medidas cuya finalidad es diagnosticar si una entidad es capaz de generar tesorería, o lo que es lo mismo, convertir sus activos en liquidez a través de su ciclo de explotación.

Razones de actividad: Miden con que eficiencia la empresa emplea los recursos con incidencia en las ventas, los inventarios, las cuentas por cobrar así como las cuentas por pagar.

Razones de endeudamiento: El Ratio de endeudamiento mide la proporción de deuda que soporta una empresa frente a sus recursos propios. Este ratio se calcula a partir de todas las deudas que ha contraído la sociedad tanto a corto como a largo plazo, dividiéndolo por el pasivo total (patrimonio neto más pasivo corriente y no corriente) y multiplicándolo por 100 para obtener el tanto por ciento.

Razones de Apalancamiento: miden las consecuencias que las variaciones de ciertos costes fijos provocan sobre las variaciones en el resultado empresarial. En función del tipo de coste cuyo efecto se quiere medir se diferencia entre dos tipos de apalancamiento:

el operativo y el financiero, según se analice el efecto de los costes fijos operativos, en el primer caso, o el de los costes fijos financieros, en el segundo, sobre el resultado empresarial.

Razones de Rentabilidad: comprenden un conjunto de indicadores y medidas cuya finalidad es diagnosticar si una entidad genera rentas suficientes para cubrir sus costes y poder remunerar a sus propietarios, en definitiva, todas aquellas medidas que colaboran en el estudio de la capacidad de generar plusvalías por parte de la entidad.

INTRODUCCIÓN

La finalidad del presente Trabajo Final de Grado es brindar las herramientas básicas para analizar e interpretar la situación económica y financiera a partir de la lectura de los Estados Contables, con un enfoque fundamentalmente práctico.

Para una mejor comprensión de los conceptos desarrollados, se presenta un caso de la empresa ROSSO S.A., estación de servicios que opera hace a siete años en la localidad de Villa Carlos Paz, donde se aplican las herramientas expuestas, para la ejemplificación integral de su utilización.

El modelo propuesto posibilita su simple aplicación, en particular, para las pequeñas y medianas empresas. Asimismo, da la posibilidad a los ejecutivos y a los que tienen alguna relación de interés con las organizaciones (ya sea como proveedores de fondos o bienes, clientes, organismos de control, etc.) de realizar un primer diagnóstico que aporte elementos objetivos para la toma de decisiones.

CAPITULO 1
MARCO TEÓRICO

1.1 La información financiera

La información financiera es información que produce la contabilidad, imprescindible para la administración y el desarrollo de las empresas y por lo tanto es debidamente procesada para uso de la gerencia y todas aquellas personas interesadas en conocer la situación económica – financiera del ente.

La necesidad de esta información hace que se produzcan los estados financieros. La información financiera se ha convertido en un conjunto integrado de estados financieros y notas, para expresar cual es la situación financiera, resultado de operaciones y cambios en la situación financiera de una empresa.

La importancia de la información financiera que será presentada a los usuarios sirve para que formulen sus conclusiones sobre el desempeño financiero de la entidad. Por medio de esta información y otros elementos de juicio el usuario general podrá evaluar el futuro de la empresa y tomar decisiones de carácter económico sobre la misma (Fowler Newton, 1996)¹.

1.1.1 Objetivos de la información financiera

Los estados financieros básicos deben cumplir el objetivo de informar sobre la situación financiera de la empresa en cierta fecha y los resultados de sus operaciones y cambios en su situación financiera por el período contable terminado en cierta fecha.

Los estados financieros son un medio de comunicar la situación financiera y un fin por qué no tratan de convencer al lector de un cierto punto de vista o de una posición. La capacidad de los E. F. es la de transmitir información que satisfaga al usuario, y ya que

¹ Fowler Newton, E. (1996). Análisis de Estados Contables. Buenos Aires: Macchi.

son diversos los usuarios de esta información esta debe servirles para (Fowler Newton, 1996)²:

- Tomar decisiones de inversión y crédito, los principales interesados de esta información son aquellos que puedan aportar un financiamiento u otorguen un crédito, para conocer qué tan estable es el crecimiento de la empresa y así saber el rendimiento o recuperación de la inversión.
- Verificar la solvencia y liquidez de la empresa, así como su capacidad para generar recursos, aquí los interesados serán los diferentes acreedores o propietarios para medir el flujo de dinero y su rendimiento.
- Evaluar el origen y características de los recursos financieros del negocio, así como su rendimiento, esta área es de interés general para conocer el uso de estos recursos.
- Por último formarse un juicio de cómo se ha manejado el negocio y evaluar la gestión de la administración, como se maneja la rentabilidad, solvencia y capacidad de crecimiento de la empresa.

Cuándo la información financiera satisface al usuario general es porque una persona con algunos conocimientos técnicos pueda formarse un juicio sobre:

- El nivel de rentabilidad
- La posición financiera, que incluye su solvencia y liquidez
- La capacidad financiera de crecimiento

² Fowler Newton, E. (1996). Análisis de Estados Contables. Buenos Aires: Macchi.

- El flujo de fondos

1.1.2 Finalidades del análisis de la información financiera

Los objetivos del análisis e interpretación de la información financiera consisten en proporcionar cifras contable-financieras estructuradas objetivamente en forma clara, inteligente, sencilla, suficiente, oportuna y veraz a las distintas personas e instituciones interesados en la situación financiera, los resultados y la proyección de la empresa dentro de los cuales los principales son (Senderovich, 2000)³:

- 1.- Directivos de alto nivel dentro de la organización de una empresa.
- 2.- Accionistas o propietarios.
- 3.- Instituciones y créditos.
- 4.- Inversionistas.
- 5.- Productores externos e internos.
- 6.- Proveedores y otros acreedores.
- 7.- Distintas dependencias oficiales.
- 8.- Asesores administrativos, contables, fiscales o legales.
- 9.- Trabajadores de la empresa.
- 10.- Bolsa de valores.

³ Senderovich, I. (2000). Análisis de Estados Contables. Buenos Aires: Machi.

11.- Otros interesados esporádicamente.

Todos estos interesados podrán emitir juicios financieros sobre el pasado, presente y futuro de la compañía, apoyados en la metodología que presenta el análisis y la interpretación de la información financiera con el fin de conocer la estructura y la tendencia de:

- a) La situación financiera de la empresa.
- b) Los resultados de la operación.
- c) La proyección futura.

1.1.3 Personas interesadas en el contenido de los estados financieros (Senderovich, 2000)⁴.

A los Acreedores, les interesa determinar:

-La capacidad de pago de sus clientes nacionales o extranjeros a corto o largo plazo, la garantía que respaldan sus créditos, etc.

A los Proveedores, les interesa conocer:

-La capacidad de producción de sus clientes.

-La capacidad de venta de sus clientes.

-La capacidad de pago de sus clientes, para determinar.

¿Si se les puede vender?

⁴ Senderovich, I. (2000). Análisis de Estados Contables. Buenos Aires: Machi.

¿Cuánto se les puede vender?

¿Cuándo nos podrán pagar?

A los Acreedores Bancarios, les es indispensable conocer:

-La situación financiera de sus clientes.

-Las perspectivas de crédito de sus clientes.

-La cuantía y especificación de las garantías que proporcionan sus clientes, etc.

A los Propietarios, les es útil conocer:

-El volumen adecuado de ingresos.

-Los costos de producción administración, ventas y financiamiento adecuado.

-Que la utilidad, dividendo o rendimiento esté en relación con los Ingresos, Costos, Gastos y Capital invertido.

-Que la utilidad, dividendo o rendimiento sea:

- Razonable
- Adecuado
- Suficiente, relativamente.

-Que su inversión esté asegurada, garantizada, etc.

A los Inversionistas, Acreedores a largo plazo, Tenedores de obligaciones. Etc. les interesa determinar:

-La relación que existe entre el capital invertido y los intereses obtenidos.

-La situación económica de sus clientes.

-La seguridad y garantía de la inversión, etc.

A los Auditores, les es útil para:

Determinar la suficiencia o deficiencia del sistema de control interno con el objeto de:

-Planear eficientemente los programas de auditoría.

-Ver la posibilidad de aplicar la técnica de muestreo.

-Determinar la importancia relativa de las cuentas auditadas.

-Para efectos de Dictamen (con o sin salvedades)

-Para efectos de Informe de auditoría (corto o largo plazo), etc.

A los Directivos, para conocer:

-La posibilidad de obtener créditos.

-Aumentar los ingresos de la empresa.

-Disminuir los costos y gastos de la empresa.

-Control de la situación financiera de la empresa.

-Control eficiente de operaciones de la empresa.

A los trabajadores, para efectos de:

-Revisión de contratos colectivos de trabajo.

-Prestaciones sociales.

A los Consultores y Asesores de Empresas, para efectos de:

-Información a sus clientes.

-Prestación de servicios.

1.2 Análisis de los estados contables

1.2.1 Introducción

El análisis financiero aporta los elementos de juicio necesarios que son de vital importancia al momento de analizar la realidad financiera de una empresa, utilizando razones tales como las comparaciones y los porcentajes.

El análisis e interpretación de estados contables constituye un conjunto sistematizado de técnicas que aportan un mayor conocimiento y comprensión de las variables fundamentales para diagnosticar la situación económico – financiera de la empresa (Senderovich, 2000)⁵.

Cuando se habla de analizar el estado financiero de una empresa se está haciendo referencia a examinarla desde el punto de vista de su situación económica y financiera.

En cuanto a la situación económica se refiere a la eficiencia de la empresa para producir beneficios, y con respecto a la situación financiera, es la capacidad que tiene la empresa de pagar sus deudas.

⁵ Senderovich, I. (2000). Análisis de Estados Contables. Buenos Aires: Machi.

El Estado de Situación Patrimonial y el Estado de Resultados, no son capaces de reflejar por si solos, la total complejidad de la situación económica y financiera de la empresa. El hecho de que se cumpla la igualdad planteada en la partida doble del balance, no debe significar que las cifras reflejen su verdadero valor.

Por ello es que debe haber un plan de cuentas adecuado y ordenado, información estadística al alcance del analista, una auditoría previa que demuestre que el análisis está cimentado sobre bases correctas, etc.

El análisis de los estados financieros, supone un interés relevante por parte de acreedores a corto plazo, acreedores a largo plazo, inversionistas, accionistas y la administración o gerencia propia de la empresa.

Los fines del análisis de los estados contables se sintetizan en los siguientes (Biondi, 2004)⁶:

- a) Conceder un crédito al emisor de los estados contables.
- b) Comprar o vender sus acciones o títulos de deuda.
- c) Unir sus actividades a otra empresa mediante su fusión.
- d) Poder realizar trabajos de investigación.
- e) Preparación de notas periodísticas dirigidas a inversiones bursátiles

Para ello, el estudio de estados contables parte de un proceso decisorio que requiere la realización de las siguientes tareas:

- a) Interpretar la información contenida en los estados contables.
- b) Analizarlos.

⁶ Biondi, M. (2004). Interpretación y análisis de Estados Contables. Buenos Aires: Errepar.

- c) Relacionarlos con otras informaciones a las que tenga acceso.
- d) Interpretar y analizar el conjunto de datos disponibles.

1.2.2 Distintas alternativas del análisis

El análisis contable puede ser interno o externo (Biondi, 2004)⁷.

Es interno cuando es practicado por la administración del ente, el propósito del análisis está relacionado a la evaluación de la eficacia y la eficiencia del ente, y cuando el analista tiene posibilidad de acceder sin límite a mayor cantidad de información.

En cambio, se considera externo cuando se dan las condiciones opuestas al anteriormente citado.

A su vez, existen tres métodos de análisis, a saber:

- Método comparativo
- Método de porcentajes
- Método de relaciones

El primero realiza comparaciones de los distintos valores de un balance, con el objetivo de formarse una opinión rápida de la situación que se analiza.

El segundo consiste en la reducción a porcentajes del total, de las diferentes partes que componen el activo o el pasivo de un balance o qué porcentaje corresponde a ese rubro determinado.

⁷ Biondi, M. (2004). Interpretación y análisis de Estados Contables. Buenos Aires: Errepar.

1.2.3 Técnica y procedimiento de análisis

La técnica de análisis de estados contables es el conjunto de procedimientos utilizados en esa actividad. La enumeración de los mismos en una secuencia lógica sería (Perdomo, 2000)⁸:

a) Lectura crítica de los estados contables para evaluar su representatividad, integridad y confiabilidad, lo cual requiere tener conocimientos sobre doctrina y normas contables para poder así detectar eventuales problemas de omisión de información contable relevante, y evaluar la representatividad de la información respecto a los criterios contables aplicados para preparar los estados contables.

b) Lectura de los informes de auditores o revisores independientes de los estados para detectar eventuales problemas que disminuyan su confiabilidad. Este paso ayuda a evaluar la representatividad, integridad y comparabilidad de los estados a analizar. Se analizan los siguientes informes: informes de auditoría, informes de revisiones (limitadas), certificaciones literales.

c) Modificación (extracontable) del contenido de los estados si estos hubiesen sido preparados de acuerdo con criterios que no satisfagan al analista. También conocido como adecuación de la información.

d) Resumen y vuelco de los datos relevantes a elementos que faciliten las tareas posteriores.

e) Comparaciones entre datos absolutos tomados de estados contables a la misma fecha. Para un analista los datos contables raramente significan algo si no se los compara con otros. Las comparaciones podrán hacerse:

⁸ Perdomo, A. (2000). Elementos Básicos de Administración Financiera. México: Thomson.

- Con otros datos de los mismos estados contables.
- Con datos de estados contables anteriores.
- Con otros datos surgidos de las comparaciones recién referidas.

Estas comparaciones darán lugar a obtener nuevos datos que pueden ser expresados como valores absolutos y cocientes (o también llamados razones, ratios o índices).

f) Cálculo de variaciones absolutas, a partir de las comparaciones recién dadas. La comparación de una serie de estados contables sucesivos requiere la homogeneización de los datos a comparar para que queden expresados en moneda del mismo poder adquisitivo.

g) Cálculo de razones directas o porcentuales. Aquí existen varios tipos de análisis:

- Análisis vertical, el cual resulta del cálculo de una serie de porcentajes respecto a una cifra base de un estado contable.

- Análisis de tendencia, donde las razones que surgen de relacionar datos homogéneos a distintas fechas sirven para enunciar tendencias.

- Análisis de rotación, el cual se calcula para determinar cuántas veces a lo largo de un período rota un activo o pasivo, y a cuantos días de ese flujo corresponde en saldo de ese activo o pasivo.

h) Comparaciones entre razones sucesivas. Es poco frecuente que existan datos presupuestados que tengan sus equivalentes en los estados contables bajo análisis y que además, estén a disposición del analista. Por lo general este tipo de datos están disponibles para el analista interno. La comparación de datos reales y proyectados cuando es posible, no resulta de mucha ayuda para el estudio de los estados contables.

i) Cálculo de otras razones directas o porcentuales. Si se lo considera útil y se dispusiera de la información necesaria, las razones calculadas podrían ser comparadas con estándares que se consideren adecuados, ratios surgidos del análisis de estados de entes con similar actividad, o promedios de razones entre los entes recién referidos.

j) Considerar y estudiar la información extra que pueda ayudar a interpretar sus datos y las variaciones y razones calculadas. Es necesario también considerar y estudiar la información que no está contenida en los estados contables ni en los informes independientes. Este tipo de información puede ser adicional a los estados contables, la memoria de los administradores, las reseñas y declaraciones del directorio, otros informes contables y su documentación respaldatoria, estudios relacionados con el contexto. Esto constituye una cuestión de criterio personal.

l) Selección de procedimientos, evaluando costos, calidad y oportunidad. El analista siempre deberá elegir los procedimientos adicionales que permitan mejorar las conclusiones de su trabajo.

i) Evaluar las conclusiones. El analista deberá evaluar si las conclusiones obtenidas son o no suficientes en función de las expectativas de los usuarios. Observará si las conclusiones se consideran insuficientes, o si se justifica obtener la información adicional del caso, aplicar los procedimientos que correspondan, y volver a evaluar la suficiencia de las conclusiones. En cambio, si se considera que las conclusiones son suficientes o que la ampliación del estudio no se justifica, dar por terminada la tarea y pasar a la redacción del informe.

1.2.4 Análisis vertical – Composición de la estructura

El análisis de la estructura informa la composición porcentual del balance general y del estado de resultados de acuerdo con el esquema siguiente (Senderovich, 2000):

I Composición de la Inversión

a -Primer nivel de análisis

Información referida al grado de liquidez y movilidad del activo total a través de la participación porcentual del activo corriente y no corriente.

b -Segundo nivel de análisis

Activo corriente: Información referida a la política de disponibilidad de fondos, financiación de las ventas y niveles de inventarios a través de la participación porcentual de las disponibilidades, inversiones transitorias, créditos y bienes de cambio.

Activo no corriente: Información referida a la orientación de la inversión inmovilizada a través de la participación porcentual de los bienes de uso, inversiones en empresas controladas o vinculadas y otras.

c -Otros niveles de análisis

Información referida a la composición de los créditos según su vinculación a las ventas u otras aplicaciones.

Cálculo de formulas

En general el análisis de la composición de la inversión se realiza comparando una o más partidas del activo con el total de éste, con el total del activo corriente y del no corriente, según la siguiente fórmula general:

$$(\text{RUBRO}/\text{TOTAL ACTIVO})\times 100$$

$$(\text{RUBRO}/\text{TOTAL ACTIVO CORRIENTE})\times 100$$

$$(\text{RUBRO}/\text{TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE})\times 100$$

II Composición de la financiación

a -Primer nivel de análisis

Información referida a la proporción del capital propio y de terceros en la financiación de la inversión total a través de la participación porcentual del patrimonio neto y el pasivo.

b -Segundo nivel de análisis

Información referida a la estructura de endeudamiento a corto y largo plazo, a través de la participación porcentual del pasivo corriente y no corriente.

c -Otros niveles de análisis

Información referida a los siguientes aspectos:

-Orientación a las fuentes de financiación según la participación porcentual de las deudas comerciales, financieras y otras.

-Exposición a devaluaciones monetarias según la participación porcentual de deudas en moneda nacional y extranjera.

-Garantías otorgadas para la obtención de financiación según la participación porcentual de las deudas con garantía real, como pauta de la calificación de la empresa por parte de los acreedores.

Cálculo de formulas

En general el análisis de la composición de la financiación se realiza comparando una o más partidas del pasivo con el total de éste, con el total del pasivo corriente y del no corriente, según la siguiente fórmula general:

$$(PASIVO/P+PN)X100$$

$(\text{PATRIMONIO NETO}/\text{P}+\text{PN})\times 100$

$(\text{RUBRO}/\text{TOTAL PASIVO})\times 100$

$(\text{RUBRO}/\text{TOTAL PASIVO CORRIENTE})\times 100$

$(\text{RUBRO}/\text{TOTAL PASIVO NO CORRIENTE})\times 100$

III Composición de los resultados

a -Primer nivel de análisis

Información referida al margen de ganancia bruta y neta sobre las ventas que condicionan la rentabilidad de la empresa.

b -Segundo nivel de análisis

Información referida a la composición porcentual del resultado neto según su carácter de ordinario o extraordinario, para diferenciar con enfoque de proyección de los resultados repetitivos.

c -Otros niveles de análisis

Información referida a la participación porcentual de los gastos de administración, comercialización y resultados financieros respecto de las ventas, para medir la incidencia de las respectivas estructuras en el estado de resultados

Cálculo de fórmulas

El análisis de los resultados consiste en general en comparar los distintos rubros del estado de resultados con el monto de las ventas, según la siguiente fórmula:

$(\text{MONTO DEL RUBRO}/\text{MONTO DE VENTAS})\times 100.$

Interpretación de los resultados

La información que se obtiene a través del análisis de la estructura, constituye una base para establecer la situación económica financiera de la empresa.

La clasificación que se desarrolló con relación a la inversión, la financiación y los resultados es imprescindible para determinar las distintas situaciones en materia de rentabilidad, liquidez corriente, seca y total, antigüedad de los créditos e inventarios, plazo de exigibilidad de deudas, estructura de endeudamiento, modalidades de financiación de la inmovilización y otros indicadores que permiten realizar el diagnóstico de la empresa.

1.2.5 Análisis horizontal – Tendencias

La clasificación de la estructura y relaciones en materia de inversión, financiación y resultados, se complementa con el análisis de la tendencia, para verificar si la posición económica y financiera que se ha determinado, tiene carácter estable, refleja una mejora o por el contrario, indica un proceso de deterioro (Senderovich, 2000)⁹:

Cálculo de fórmulas

Para el cálculo de las tendencias de las partidas del balance general y del estado de resultados, se aplican las fórmulas que permiten determinar el porcentaje de cada rubro o cuenta en el año objeto de análisis, respecto al año base.

$(\text{RUBRO O CUENTA-año de análisis-} / \text{RUBRO O CUENTA-año base}) \times 100$

⁹ Senderovich, I. (2000). Análisis de Estados Contables. Buenos Aires: Machi.

I Evolución de la inversión

a -Primer nivel de análisis

Se establece la variación experimentada por el activo total y por sus dos componentes principales, el activo corriente y no corriente, indicativos de liquidez e inmovilización.

b -Segundo nivel de análisis

Siguiendo igual procedimiento, se analizan los componentes del activo corriente y no corriente. Lo primero indicará la evolución experimentada por las disposiciones inmediatas, financiación de operaciones y nivel de existencias. Lo segundo indicará cómo evolucionó la orientación de la inversión inmovilizada.

c -Otros niveles de análisis

Se analiza la evolución de los distintos tipos de créditos por ventas y otros créditos.

II Evolución de la financiación

a -Primer nivel de análisis

En el primer nivel de análisis de la evolución de la estructura de financiamiento se refiere a la variación del patrimonio neto y del pasivo.

b -Segundo nivel de análisis

En el segundo nivel de análisis se estudia la evolución de los principales componentes del pasivo corriente y no corriente.

c -Otros niveles de análisis

Se refiere a análisis de la evolución de los cambios en el origen de las deudas, moneda en que están concentradas y garantías otorgadas.

III Evolución de los resultados

a -Primer nivel de análisis

Se mide la evolución de los grandes rubros: ventas, ganancia bruta, ganancia neta.

b -Segundo nivel de análisis

En el segundo nivel de análisis se mide la evolución de la ganancia ordinaria, la extraordinaria y los ajustes de ejercicios anteriores.

c -Otros niveles de análisis

Se mide la evolución de los gastos de comercialización, administración y resultados financieros.

Interpretación de los resultados

Para evaluar la tendencia en materia de inversión, financiación y resultados se enfocan los siguientes aspectos:

-Clasificación de la significación de los cambios: se considera significativo un nivel que pueda influenciar la toma de decisiones por parte de los usuarios de la información. A tal efecto se aplica una escala calificativa: leve, moderado, significativo y muy significativo.

-Calificación del sentido positivo o negativo.

-Necesidad de información complementaria para confirmar o ampliar las calificaciones dichas previamente.

1.2.6 Ratios financieros

Análisis a base de razones financieras:

En general, el análisis de estados financieros por medio de razones, se utiliza para evaluar aspectos de desempeño y situación de una entidad, cómo liquidez, actividad, rentabilidad y endeudamiento; y que al compararlas, con información financiera de la misma entidad, en períodos de tiempo iguales, históricos o proyectados, permitan a quién analiza la información, formar juicios o criterios del negocio; igualmente, se puede utilizar para hacer comparaciones con entidades de una misma industria o de un mismo tipo de negocio o actividad. Las razones de liquidez, actividad y endeudamiento, miden el riesgo; mientras que las de rentabilidad, miden el rendimiento de la entidad (Van Horne, 1997)¹⁰.

Como se deduce en el párrafo anterior, lo determinante en el análisis de estados financieros por medio de razones, es la comparación de éstas. Los tipos de análisis comparativo que comúnmente se utilizan pueden clasificarse en tres, el análisis de tendencias o series de tiempo; el análisis seccional, y el análisis combinado (Van Horne, 1997)¹¹.

-El análisis de tendencias, es el que realiza comparaciones en serie a lo largo del tiempo, que permiten realizar un análisis de la tendencia de las razones para un período determinado, presente con pasado o con futuro esperado; este tipo de análisis permite al analista financiero establecer cambios a través del período de estudio, que indiquen mejora o deterioro del desempeño o situación de la entidad.

¹⁰ Van Horne, J. Administración Financiera. México: Prentice Hall Hispamerica

¹¹ Van Horne, J. Administración Financiera. México: Prentice Hall Hispamerica

-El análisis seccional, se refiere a puntos de referencia que representan de manera general, rangos razonables o niveles adecuados de las razones que se analizan; y que se refieren a comparaciones con razones promedio de la industria o actividad, o bien de entidades similares, en un mismo punto en el tiempo.

-El análisis combinado, es un método que proporciona mayor información al combinar el análisis de tendencias con el seccional, que permite obtener un panorama del comportamiento, a través del tiempo, de las razones financieras de la entidad comparadas con las de la industria.

En conclusión, una razón por sí sola no representa ser un elemento útil para un análisis que permita tener de manera certera, una comprensión y perspectiva global de un negocio, que es el objetivo primordial del análisis de la información financiera, debido a que es indispensable su comparación con un punto de referencia sea histórico, presupuestado, de la industria o de una entidad similar; y la utilización de un grupo de razones, proporciona mayor información (Van Horne, 1997)¹².

Cuanto más compleja es la información de los estados financieros, más tipos de razones pueden o relaciones de datos pueden obtenerse. En esta parte se mencionan las razones de uso común y al final se menciona el sistema de análisis DUPONT.

1.3 Análisis de la situación financiera

1.3.1 Análisis de la situación financiera a corto plazo

La situación financiera a corto plazo comprende el instrumental que mide la capacidad de la entidad para hacer frente a los compromisos y obligaciones del corto plazo. El capital del corto plazo es aquel que es necesario para cumplimentar el

¹² Van Horne, J. Administración Financiera. México: Prentice Hall Hispamerica

funcionamiento normal de ciclo operativo, o sea el capital de trabajo u operativo o corriente.

$$\text{Capital Corriente} = \text{Activo.Corriente} - \text{Pasivo.Corriente} = AC - PC$$

El capital corriente se define también como aquella parte del activo corriente que es financiada por fondos a largo plazo o capital permanente (pasivo no corriente + patrimonio neto). Esto supone que el capital de trabajo es positivo. Cuando es negativo el pasivo corriente es superior al activo corriente y en tal caso en lugar de capital corriente negativo, se lo denomina deuda sin consolidar. (Gitman, 2003)¹³

RATIOS

Índices de liquidez

Estos índices se utilizan para considerar la capacidad del ente para pagar sus pasivos en el corto plazo; se conocen también con el nombre de razones de solvencia en el corto plazo.

Índice de liquidez corriente

Tiene por objeto efectuar una medición de la magnitud relativa del capital corriente, mediante la comparación de sus componentes (activo corriente y pasivo corriente)¹⁴.

$$\text{Índice de Liquidez Corriente} = \frac{\text{Activo.Corriente}}{\text{Pasivo.Corriente}} = \frac{AC}{PC}$$

¹³ Gitman, L. (2003). Principios de Administración Financiera. México: Pearson

¹⁴ Gitman, L. (2003). Principios de Administración Financiera. México: Pearson

El índice de liquidez corriente tiene por objetivo medir la capacidad del activo corriente para hacer frente a las deudas a corto plazo. Indica cuantos pesos de activo corriente hay por cada peso de pasivo corriente.

Índice de Liquidez Seca o Prueba Ácida

El objetivo del índice de liquidez seca o prueba ácida es medir la capacidad de pago de las obligaciones a corto plazo con los recursos más rápidamente realizables¹⁵.

Se compara el activo rápido (activo corriente menos bienes de cambio) con el pasivo corriente.

$$\begin{aligned}\text{Liquidez Seca} &= \frac{\text{Activo.Rápido}}{\text{Pasivo.Corrente}} \\ &= \frac{\text{Activo.Corrente}-\text{Bienes.de.cambio}}{\text{Pasivo.Corrente}} = \frac{AC-BC}{PC} \\ &= \frac{\text{Disponibilidades} + \text{Inversiones.Transitorias} + \text{Créditos}}{\text{Pasivo.Corrente}}\end{aligned}$$

Cuanto más alto es, más solvente se supone al emisor de los estados contables. Por medio de la prueba ácida se puede modificar una opinión a la que se haya arribado por el uso del índice de liquidez.

Índice de Liquidez Absoluta

Tiene por objeto medir la capacidad de cancelación de las obligaciones a corto plazo que un ente tiene en un momento determinado.

¹⁵ Gitman, L. (2003). Principios de Administración Financiera. México: Pearson

La expresión que define el índice es la siguiente:

$$\text{Liquidez Absoluta} = \frac{\text{Activo.Rápido-Créditos}}{\text{Pasivo.Corrente}}$$

$$\text{Lo que es lo mismo} = \frac{\text{Disponibilidades+ Inversiones.Transitorias}}{\text{Pasivo.Corrente}}$$

La comparación de este índice con el de prueba ácida implica comparar los activos corrientes más líquidos con el activo rápido, lo que en definitiva es estudiar la importancia relativa de créditos dentro del activo corriente¹⁶.

Índices de rotación

Miden con qué velocidad los activos corrientes se transforman en efectivo para hacer frente a las obligaciones y con qué rapidez estos compromisos deben ser atendidos.

Los índices de rotación pueden expresarse en términos de las veces que se repite un suceso en un determinado lapso de tiempo (velocidad) o a través del período que le es necesario a un suceso para acaecer, desde que se inicia hasta que finaliza (tiempo).

(Gitman, 2003)¹⁷

Plazo de cobranza

- Rotación de Créditos por Venta

Representaremos el promedio con una línea horizontal sobre el concepto afectado, asimismo trabajaremos con 365 como unidad de tiempo.

¹⁶ Gitman, L. (2003). Principios de Administración Financiera. México: Pearson

¹⁷ Gitman, L. (2003). Principios de Administración Financiera. México: Pearson

$$\text{Plazo Medio de Cobranzas} = \frac{\frac{\text{cred.por.vta.inicio} + \text{cred.por.vta.cierre}}{2}}{\text{ventas.del.ejercicio}} \times 365$$

El resultado (coeficiente) del índice expresa el período promedio que se tarda en cobrar los créditos por ventas.

Duración del stock

El siguiente índice refleja el número de veces que el stock promedio de bienes de cambio es vendido en el ejercicio. Es el índice de rotación de bienes de cambio. (Gitman, 2003)

RBC = costo de ventas / bienes de cambio promedio

Para transformarlo en período de espera es:

$$\text{Antigüedad media de los Inventarios} = \frac{\frac{\text{bs.de.cambio.inicio} + \text{bs.de.cambio.cierre}}{2}}{\text{costo.de.ventas.del.ejercicio}} \times 365$$

Este índice mide el tiempo promedio que los bienes de cambio permanecen en la empresa desde que son comprados hasta que son vendidos, o sea su tiempo promedio de almacenamiento.

Plazo de pago

La rotación de las deudas comerciales está determinada por la política de la empresa y por la política de crédito de los proveedores.

Rotación. De deudas = compras / deudas por compras de bienes de cambio promedio

$$\text{Plazo medio de Pago de deudas} = \frac{\frac{\text{Ds.corrientes.inicio} + \text{Ds.corrientes.cierre}}{2}}{\text{compras.de.bienes.y.servicios}} \times 365$$

En general, las deudas que se deben tomar son las comerciales. Lo correcto en este índice es tomar las deudas originadas en las compras de bienes de cambio. Por lo tanto, en cada caso se debe analizar, pudiéndose tomar en ciertas circunstancias las deudas bancarias o financieras si han sido por compras de bienes de cambio. (Gitman, 2003)¹⁸

Duración del ciclo operativo

Esta medida es de uso generalizado y expresa el tiempo que se tarda en convertir los bienes de cambio en efectivo, representa en consecuencia la inversa de la velocidad del flujo de ingresos de fondos. (Gitman, 2003)

Duración del ciclo operativo = duración stock + plazo de cobranza

La expresión de este índice se calcula en forma aproximada así:

Rotación del activo corriente = ventas / AC promedio.

De esta manera se mide el ciclo operativo, que va a indicar el tiempo que tarda el dinero en volver a ser dinero, a través del proceso de compra, almacenamiento y venta. (Gitman, 2003)¹⁹

Duración del ciclo operativo neto

La duración del Ciclo Operativo Neto, consiste en restar del ciclo operativo bruto el tiempo que es financiado por los proveedores, o sea el tiempo de pago. (Gitman, 2003)

Ciclo operativo neto = ciclo operativo – período de pago

¹⁸ Gitman, L. (2003). Principios de Administración Financiera. México: Pearson

¹⁹ Gitman, L. (2003). Principios de Administración Financiera. México: Pearson

La expresión aproximada del ciclo operativo neto se conoce como rotación del capital corriente.

Rotación del capital corriente = ventas/ capital corriente promedio

Liquidez necesaria

Este indicador sirve para determinar la suficiencia del índice de liquidez corriente. En otras palabras constituye una aproximación a un piso de la liquidez corriente (Pérez, 2005)²⁰

-Fórmula

Liquidez Corriente= Plazo promedio de realización del Activo Cte. /Plazo promedio de exigibilidad del Pasivo Cte.

1.3.2 Análisis de la situación financiera de largo plazo

A través de este análisis se quiere determinar cuál es la posición que tiene la empresa, con sus recursos, para hacer frente a sus compromisos de largo plazo (Pérez, 2005).

Estructura de financiación

En este subsector del análisis de la situación financiera a largo plazo se estudiarán los índices de endeudamiento, el efecto palanca y veces que se ganan los intereses, para definir, respectivamente, la estructura de financiación del activo, el resultado económico

²⁰ Pérez J. (2005). Análisis de Estados Contables: un enfoque de gestión. Córdoba: UCC

de los fondos de terceros y el grado en que la utilidad es suficiente para abonar los intereses.

Endeudamiento

Por endeudamiento se entiende la participación que tienen los capitales de terceros en la mezcla de aportes de los recursos. (Pérez, 2005).

Las empresas recurren a cierta combinación para captar fondos, según sea la que resulte más conveniente o bien, a la que pueda acceder de acuerdo a sus posibilidades.

RATIOS

Índice de endeudamiento

El índice de endeudamiento tiene por finalidad medir la estructura de financiación de un ente y evidenciar el riesgo implícito por la utilización de fondos de terceros.

El índice de endeudamiento relaciona los pasivos con el patrimonio neto en la expresión:

$$\text{Endeudamiento} = \text{Pasivo} / \text{Patrimonio Neto}$$

El índice de endeudamiento tiene por objeto determinar cuántos pesos de terceros hay invertidos en la empresa por cada peso aportado por los propietarios. Esta relación tiene una interpretación clara y directa porque cuando aumenta el índice aumenta el endeudamiento, cuando disminuye el índice se reduce el endeudamiento.

Solvencia

El índice de solvencia tiene por finalidad medir la estructura de financiación de un ente y reflejar el grado de cobertura de los acreedores del riesgo de desvalorización de los activos al liquidarlos.

El índice de solvencia relaciona el activo con el pasivo en la expresión:

$$\text{Solvencia} = \text{Activo} / \text{Pasivo}$$

El índice de solvencia determina cuántos pesos de activo hay en la empresa por cada peso de los terceros.

Propiedad del Activo

Tiene por finalidad medir la estructura de financiación de un ente y evidenciar el grado de propiedad que se tiene del activo.

Relaciona el patrimonio neto con el activo en la expresión:

$$\text{Propiedad del Activo} = \text{PN} / \text{Activo}$$

Este índice expresa qué porcentaje del activo está financiado por recursos propios. Por ejemplo, si asume un valor de 0,5 significa que la mitad de los activos está financiada por recursos propios y la otra mitad por fondos de terceros.

Efecto palanca

El efecto palanca financiero es un índice que se aplica para analizar la situación financiera a largo plazo porque compara la rentabilidad de la organización sin considerar su financiación, con el costo de esta última. (Fowler Newton, 1996)²¹

Puede utilizarse para evaluar el desempeño en el pasado, la situación actual o para decidir la toma o no de pasivos adicionales. Naturalmente que los términos a comparar son los mismos, sólo que referidos a distintos momentos en el tiempo: valores históricos, valores corrientes, valores esperados.

El efecto palanca tiene por finalidad evaluar la conveniencia económica del endeudamiento, es decir el impacto por mantener fondos de terceros para financiar los activos de la empresa, por lo cual se paga un interés. (Fowler Newton, 1996)

En lugar de comparar la rentabilidad económica con la tasa de interés promedio pagada por el pasivo, existe un modo alternativo de alcanzar el objetivo planteado. Consistente en relacionar la rentabilidad económica con la denominada rentabilidad financiera.

La rentabilidad económica, se determina a partir de la utilidad antes de intereses e impuestos, mientras que la rentabilidad financiera es aquella perteneciente a la organización después de considerado el costo del interés. Esta última mide el desempeño de la alta dirección en el manejo de la empresa, es decir la administración del activo y del pasivo. (Fowler Newton, 1996)²²

²¹ Fowler Newton, E. (1996). Análisis de Estados Contables. Buenos Aires: Macchi.

²² Fowler Newton, E. (1996). Análisis de Estados Contables. Buenos Aires: Macchi.

Dado que el efecto palanca es la relación entre la rentabilidad financiera y la rentabilidad de los activos, el mismo puede calcularse en base a la expresión siguiente.

$$\text{Efecto Palanca} = \frac{UAI}{PN} \Big/ \frac{UAiI}{A} = R_f / R_e$$

Análisis e interpretación del efecto palanca

-Si el efecto palanca es mayor que uno, significa que la rentabilidad financiera es mayor que la rentabilidad económica y que se obtiene una ganancia.

Existe una relación íntima con las variables involucradas. Este resultado significa que la rentabilidad económica es mayor que la tasa de interés pagada en promedio por el pasivo, porque hay un beneficio por utilizar fondos de terceros en la financiación de activos, por los que se paga un costo.

-Si el efecto palanca es igual a uno, significa que la rentabilidad financiera es igual a la rentabilidad económica y que el resultado es neutro.

Ello también significa que la rentabilidad económica es igual que la tasa de interés pagada en promedio por el pasivo, por lo que no hay beneficios ni pérdidas por utilizar fondos de terceros en la financiación de activos por los que se paga un costo.

-Si el efecto palanca es menor que uno, significa que la rentabilidad financiera es menor que la rentabilidad económica y que estamos ante una pérdida.

Ello también significa que la rentabilidad económica es menor que la tasa de interés pagada en promedio por el pasivo, por lo que hay un quebranto por utilizar fondos

de terceros en la financiación de activos por los que se paga un costo. (Fowler Newton, 1996)²³

Veces que se ganan los intereses

El número de veces que los intereses han sido ganados es un índice que tiene por finalidad medir la capacidad económica de la empresa para hacer frente a los intereses originados por el pasivo.

El índice se calcula comparando la utilidad antes de intereses e impuestos con los gastos financieros.

$$\text{Veces que se ganan los intereses} = \frac{UAiI}{GF}$$

La medición del número de veces que se ganan los intereses complementa la información proporcionada por el efecto palanca. En efecto, éste mide la eficiencia en el uso de fondos de terceros y el índice que nos ocupa evalúa la capacidad de la empresa para pagar los intereses.

Inmovilización del activo

El objetivo del índice es claro: determinar el grado de inmovilización del activo. Para un acreedor, indica la dificultad de realización de los recursos invertidos en caso que deba recurrirse a ellos para recuperar la acreencia.

La siguiente expresión define al índice:

$$\text{Inmovilización del Activo} = \frac{\text{Activo.no.Corrente}}{\text{Activo}} = \frac{ANC}{A}$$

²³ Fowler Newton, E. (1996). Análisis de Estados Contables. Buenos Aires: Macchi.

El coeficiente que se obtiene indica qué proporción del activo está inmovilizado y, por ello, es la misma información que se puede lograr con el balance en porcentajes.

Inmovilización del patrimonio neto

El índice de inmovilización del patrimonio neto mide la política de financiación de los activos no corrientes. Los fundamentos que sustentan la relación responden al criterio de que la empresa debe recurrir a fuentes de fondos que se ajusten a la naturaleza y duración de los bienes que van a ser financiados con tales fondos. (Gitman, 2003)²⁴

El índice de inmovilización del patrimonio neto tiene por finalidad medir el grado en el que los activos no corrientes son financiados por fondos aportados por los propietarios.

La siguiente expresión es la relación que define el índice de inmovilización, comparando el total de activos no corrientes con el total del patrimonio neto.

$$\text{Inmovilidad del PN} = \frac{\text{Activo.no.Corrente}}{\text{Patrimonio.Netto}} = \frac{ANC}{PN}$$

El índice relaciona un sector de aplicación de fondos con un sector de origen de estos mismos fondos. Específicamente, relaciona los activos no corrientes (la aplicación de fondos menos líquida) con el patrimonio neto (el sector de origen de fondos menos exigible).

²⁴ Gitman, L. (2003). Principios de Administración Financiera. México: Pearson

1.3.3 Análisis de la situación económica

Concepto de rentabilidad

Rentabilidad es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan unos medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener unos resultados.

Esto supone la comparación entre la renta generada y los medios utilizados para obtenerla con el fin de permitir la elección entre alternativas o juzgar la eficiencia de las acciones realizadas, según que el análisis realizado sea a priori o a posteriori.

Consideraciones para construir indicadores de rentabilidad

1. Las magnitudes cuyo cociente es el indicador de rentabilidad han de ser susceptibles de expresarse en forma monetaria.

2. Debe existir, en la medida de lo posible, una relación causal entre los recursos o inversión considerados como denominador y el excedente o resultado al que han de ser enfrentados.

3. En la determinación de la cuantía de los recursos invertidos habrá de considerarse el promedio del período, pues mientras el resultado es una variable flujo, que se calcula respecto a un período, la base de comparación, constituida por la inversión, es una variable stock que sólo informa de la inversión existente en un momento concreto del tiempo. Por ello, para aumentar la representatividad de los recursos invertidos, es necesario considerar el promedio del periodo.

4. Por otra parte, también es necesario definir el periodo de tiempo al que se refiere la medición de la rentabilidad (normalmente el ejercicio contable), pues en el caso de

breves espacios de tiempo se suele incurrir en errores debido a una periodificación incorrecta.

RATIOS

Rentabilidad del Activo Operativo

Mide la rentabilidad de todos los activos que están afectados a generar los recursos operativos de la empresa.

Fórmula:

$$\text{Rentabilidad Operativa (RAop)} = \frac{\text{Utilidad.Operativa}}{\text{Activo.Operativo(promedio)}}$$

Rentabilidad Económica o del Activo

El objetivo de la Rentabilidad económica o del Activo (Re) es la medición del resultado del negocio, con total prescindencia de si los fondos fueron aportados por los propietarios o por terceros, si tienen costo o son gratuitos.

Fórmula:

$$\text{Rentabilidad Económica (Re)} = \frac{\text{Utilidad.antes.de.intereses.eimpuestos}}{\text{ACTIVO(promedio)}} = \frac{UAiI}{A}$$

Rentabilidad Financiera

El objetivo de este índice es permitir la determinación del Efecto Palanca (EP), cuyo objetivo es medir la administración financiera en forma aislada, por lo que es necesario excluir los resultados extraordinarios.

Fórmula:

$$\text{Rentabilidad financiera (Rf)} = \frac{\text{Utilidad.antes.de.impuestos}}{\text{Patrimonio.neto(promedio)}} = \frac{\text{UAI}}{\text{PN}}$$

Rentabilidad del Patrimonio Neto

La Rentabilidad del Patrimonio neto (RPN) mide la eficiencia en la administración de la empresa, es el resultado de la administración del activo (Rentabilidad Económica) y de la estructura de financiación. Es en definitiva el resultado de la administración económica y financiera del ente; refleja la retribución del capital aportado por los dueños.

Fórmula:

$$\text{Rentabilidad del Patrimonio Neto} = \frac{\text{Utilidad.Neta}}{\text{patrimoniaNeto(promedio)}} = \frac{\text{UN}}{\text{PN}}$$

1.4 Proyección de estados contables

La utilización de la información disponible permitirá construir un modelo en base a balances publicados anteriormente, y es posible, teniendo en cuenta los indicadores históricos, proyectar estados financieros, suponiendo que la situación histórica se repetirá en el futuro con ciertos sesgos. Para determinar el comportamiento de las estimaciones se pueden considerar la regresión, razones y proporciones o dispersión de los promedios, sin olvidar las características particulares de cada período y de cada rubro o cuenta específica.

La metodología que se utilizará en el presente trabajo de investigación es una extensión del modelo planteado por Warren & Shelton (1971)²⁵, la cual parte de la

²⁵ Warren, JM and Shelton, JP (1971). "A Simultaneous equation approach to financial planning" Journal of Fiance 29: 232-266.

igualdad contable del balance, lo que no es otra cosa que la relación entre fuentes y usos de fondos. Es decir, se consideraran como uso de fondos los activos de la empresa y como sus fuentes de financiamiento, los pasivos y el patrimonio.

CAPÍTULO 2

ANÁLISIS DE LA EMPRESA Y EL ENTORNO

2.1 Estación de servicios ROSSO S.A.

ROSSO S.A. es una Sociedad Anónima que se encuentra en la localidad de Villa Carlos Paz (dirección Villalobos y San Martín), Córdoba. Es una franquicia que posee la bandera de PETROBRÁS ENERGÍA S.A.

Esta Sociedad Anónima recibe la publicidad de Petrobrás, pero son los encargados de esta localidad quienes ofrecen sus propios servicios y productos. Además, manejan sus propios gastos, inversiones y ganancias.

La empresa tiene una antigüedad de 7 años y fue conformada por 4 socios quienes decidieron hacerse cargo del capital a aportar y empezar con este nuevo desafío.

Actualmente cuenta con 26 empleados (incluido el gerente general) que desarrollan diversas actividades para llevar a cabo la dirección del funcionamiento de la estación.

Clasificación general de la empresa Rosso S.A.

- Integración del capital: Privada.
- Fines: Organización con fines de lucro.
- Forma jurídica: Colegiada.
- Origen del capital: Nacional.
- Tamaño: Mediana.
- Alcance geográfico: Local.
- Duración: Permanente.
- Tipo de actividad que realiza: Comercial y de servicios.

2.2 Análisis del entorno

2.2.1 Macro entorno

Rosso S.A. es una organización de alcance geográfico local, pero depende de una organización global (Petrobrás) que abarca a 27 países de todo el mundo. Es por eso que es imposible que no sea influenciado por variables del entorno externo como:

- Condiciones políticas
- Factores económicos
- Sociedad
- Globalización
- Asuntos legales

Por ejemplo: los insumos están valuados en precios internacionales (barril de petróleo); el gobierno regula los precios venta y los modifica constantemente; legalmente están obligados a cumplir una serie de requisitos; es imprescindible la actualización constante de las tecnologías.

Entonces, se puede concluir que el macro ambiente no es ajeno a la organización, si no que por el contrario se va modificando de acuerdo a los factores demográficos, las condiciones económicas, la competencia, los factores socioculturales, los factores políticos y legales, así como la tecnología.

Como consecuencia de estos cambios los gerentes deben estar pendientes, establecer planes de acción y tomar nuevas decisiones de acuerdo a los cambios en el exterior y van modificando las decisiones de la empresa.

2.2.2 Micro entorno

En este tipo de organización los componentes del micro ambiente son: los proveedores, los clientes, los competidores y los grupos de presión que defienden intereses especiales.

Esta empresa posee dos tipos de proveedores, los del restaurante y los de combustible.

Con respecto a los proveedores de insumos para el restaurante, se busca que sean locales, y que estén comprometidos con la empresa, asegurando la disponibilidad de los insumos como así también la calidad de los mismos y la entrega a tiempo.

Luego, con respecto al proveedor del combustible, la empresa se tiene que adecuar a la modalidad de Petrobrás S.A. y tener muy en cuenta los tiempos de la petrolera, ya que no puede esperar a quedarse sin combustible para luego realizar el pedido ya que demora varios días en llegar.

En general, los clientes eligen a la empresa por la calidad de sus productos, servicios (tales como el lavadero, el minishop, el restaurante), por la trayectoria de la bandera, por la innovación constante de tecnologías, por la excelente atención de los empleados, entre otras.

En cuanto a los competidores existen otras estaciones de servicios que están cerca, como por ejemplo YPF o Shell, si bien dichas estaciones son competencia porque ofrece lo mismo que Rosso S.A., la empresa ofrece otro servicio adicional, el restaurante, que las otras estaciones no poseen.

También existen grupos de presión, como son el sindicato de obreros y empleados de estaciones de servicios (SOESGyP) y asociaciones gremiales, los cuales defiende los derechos de los empleados.

2.3 Desafíos

La empresa no cuenta con desafíos internacionales ya que es una empresa que solo se encuentra en la ciudad de Carlos Paz y su función es abastecer a los habitantes del lugar con combustibles, lubricantes y comidas elaboradas.

Distinto es si hablamos de Petrobrás, que es una empresa brasilera que se encuentra en 27 países en todo el mundo y está en constante interacción con el ambiente y con la competencia, con la que tiene que lidiar para ganarse un lugar en el mercado y la confianza de los clientes.

Pero por lo pronto, Rosso S.A. tiene como desafío competir con las estaciones de servicio del lugar, y no está en sus planes expandirse hacia otras ciudades, por lo que el ambiente y la competencia no son un factor determinante de riesgo por ahora.

2.4 Análisis de la industria: fuerzas de Porter aplicadas a Rosso S.A.

El punto de vista de Porter es que existen cinco fuerzas que determinan las consecuencias de rentabilidad a largo plazo de un mercado o de algún segmento de éste. La idea es que la corporación debe evaluar sus objetivos y recursos frente a éstas cinco fuerzas que rigen la competencia industrial:

- Amenazas de los nuevos competidores: debido a la lealtad hacia la bandera y el gran prestigio de la misma, el grado de riesgo frente a esta amenaza es bajo. Petrobrás al tener sucursales en 27 países en todo el mundo, sabe cómo manejar la competencia. Además, poner una estación de servicios no es fácil

debido al gran capital que se necesita y todos los requisitos y normativas que hacen falta cumplir.

- Amenazas de los sustitutos: un sustituto de la nafta sería por ejemplo el gas - oil, pero tampoco es el caso ya que depende del tipo de auto que tenga el cliente; y más allá de eso, la empresa cuenta con ambos, nafta y gas oil, por lo que tampoco es una preocupación para la organización. También se podría mencionar nuevos combustibles, por ejemplo el biodiesel, que tampoco generan una amenaza porque aun no están desarrollados en nuestro país.

- Poder de negociación de los compradores: está claro que siempre existe la posibilidad de que la competencia crezca y dificulte el éxito de la organización, pero ésta es una empresa con grandes posibilidades de crecimiento en el mercado ya que es muy conocida y prestigiosa (recordando que esto se debe a la bandera que posee). Además los compradores son muchos y la competencia no es tanta, entonces el poder de negociación de los clientes es bajo.

- Poder de negociación de los proveedores: con respecto a proveedores de combustible, el poder es alto, puesto que se depende de un solo proveedor, aunque haya lealtad y compromiso, si el día de mañana Petrobrás quiebra, la empresa no puede continuar normalmente, porque depende únicamente de él. Con respecto a los proveedores de insumos para el restaurante, la misma relación se mantuvo desde siempre y no es un problema con el que haya que lidiar ya que existen varios proveedores del rubro.

- Rivalidad actual: es importante mencionar que gracias a la bandera de Petrobrás, Rosso S.A. posee el prestigio y el éxito que le permite hoy ser una empresa que desde hace 5 años permanece en el mercado y crece constantemente.

Esto no significa que no cuente con competencia fuerte, sino que la clientela que maneja es estable y debería focalizarse en captar más clientes. Cabe destacar que los grandes vaivenes en la economía mundial, actualmente ponen en un cierto riesgo a la organización (como a todo el país), independientemente de lo prestigiosa que sea y de la cantidad de clientes con los que cuente.

Evaluando las fuerzas anteriores se concluye que la rivalidad en la industria es baja. Si bien está en contra el tema de los proveedores de combustible, ya que se depende de uno solo, el grado de rivalidad es bajo, debido a que no hay riesgo de entrada de nuevos participantes, ni productos sustitutos, y el poder de negociación de clientes es bajo.

2.5 La organización como un sistema integrado y abierto

Rosso S.A. se caracteriza por la venta de combustible, el restaurante, el minishop y el lavadero cuenta con un servicio de delivery pero es ajeno a la organización (esto se detalla en el área de logística).

2.5.1 Funciones administrativas que se desarrollan en la organización

Las funciones administrativas que se realizan son las de organizar, planificar, dirigir y controlar a toda la organización y también al proceso administrativo.

La empresa posee la administración central en el mismo lugar físico en el que se brindan los servicios y se venden los productos. Además, se desarrollan diversas funciones como control de comandos de mozas, control de stock de productos del restaurante, del Minishop, de lubricantes y de combustible.

Se administra todo lo que es el efectivo, los proveedores, el ingreso y la salida de los productos, los movimientos de la petrolera, todo lo que tenga que ver con los

empleados, ya sean los sueldos, los premios, las retribuciones, todos los depósitos en bancos y tarjetas de crédito, cuentas corrientes, etc.

2.5.2 Organigrama

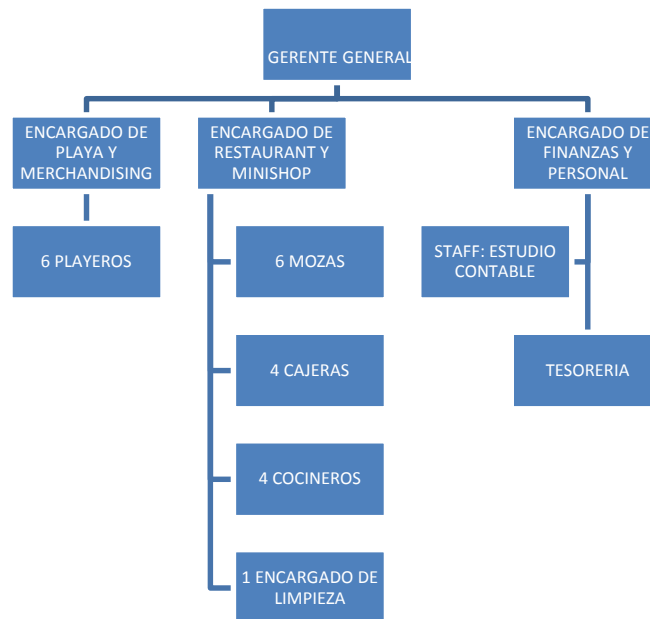
En esta empresa se utiliza una departamentalización funcional en donde se agrupan los trabajos de acuerdo a las funciones a realizar.

El encargado de playa y merchandising se encarga de instruir a los playeros, de indicarles su tarea, planificar los horarios, de controlarlos y también, todo lo referido a las promociones con la venta de lubricantes y combustible. También se encarga de las cuentas corrientes de combustible.

El encargado del restaurante y minishop se encarga de organizar los horarios de las mozas, cajeras, y cocineros, de indicarles las tareas, de prever la mercadería que se necesitará y de controlar a los empleados.

El encargado de finanzas y personal se encarga de todas las inquietudes de los empleados, de toda la parte financiera de la empresa, del tema bancos, pago a proveedores y depósitos en la petrolera. Trabaja conjuntamente con la tesorería y realiza constantemente consultas con el estudio contable. Todas estas funciones están controladas por el gerente general.

Figura 1: Organigrama de Rosso S.A.



Fuente: Elaboración propia

2.5.3 Análisis de las distintas áreas funcionales

Es importante aclarar que Rosso S.A. es una organización mediana, la cual cuenta con 26 empleados. No se encuentran los departamentos de las distintas áreas funcionales separados, ni bien diferenciados, pero esto no significa que no se realicen actividades de mercadotecnia, de producción, de logística, de recursos humanos o de finanzas; sino que la empresa cuenta con una persona encargada de cada actividad y debido a la política de “buenas relaciones y cooperación entre los empleados”, todos los empleados colaboran entre sí para realizar todas las actividades que permitan a la organización salir adelante.

Se analizan a continuación cómo se desarrollan implícitamente estas áreas funcionales (Mercadotecnia, Operaciones, Logística, Recursos Humanos y Finanzas) en la empresa:

2.5.3.1 Área de *Mercadotecnia*

Rosso S.A. maneja el marketing de la organización delegando esta tarea a una sola persona que es la encargada de tomar todas las decisiones acerca del tema. Esta persona es la encargada de playa y merchandising.

La principal función de esta área en la empresa es realizar promociones y publicidades para que el cliente se vea mas atraído por la estación y por la bandera, debido a la cantidad de estaciones de servicio que existen a nivel local.

El principal objetivo de la organización a la hora de contar con una persona encargada de esta área es la de asegurar los ingresos de la empresa. Al ser una sola la persona encargada de las actividades de mercadotecnia, es difícil pretender que se diseñe una estructura organizacional de comercialización.

Con respecto a las promociones, esta persona no propone las mismas, sino que son enviadas por Petrobrás. La gente de Petrobrás manda una caja (por ejemplo) con una solicitud que detalla todas las características de la promoción y con un ejemplar del premio.

Si la estación de servicio (en este caso Rosso S.A.) evaluando las ventajas y desventajas decide implementarla, completa esa solicitud y la reenvía a Petrobrás. Ellos son los encargados de mandarle la cantidad de premios que ellos consideren necesarios, así hacen con todas las estaciones de servicio que posean su bandera. Luego la empresa se encarga de publicitar esa promoción en su lugar físico (en este caso Carlos Paz).

En cuanto a la tercerización de otras herramientas de marketing que se pueden desarrollar en la organización, por ejemplo la investigación del mercado o a la distribución, Petrobrás influye casi en la totalidad de las decisiones, ya que como antes

se mencionó, por ejemplo las promociones las informan ellos con todos los requisitos y el encargado únicamente decide si se llevan a cabo en la estación o no.

Con respecto a la publicidad, la petrolera es sponsor de muchas actividades, como por ejemplo equipos de fútbol, equipos de voley, equipos de autos, entre otros, de estas operaciones se encarga Petrobrás.

Generalmente Rosso S.A., dos veces al año realiza planeamientos de marketing, cronogramas de publicidades y de promociones, pero siempre basándose en lo que Petrobrás ofrece. No existen promociones exclusivas de la firma, sino que son todas estipuladas por Petrobrás. Lo que se evalúa en los planeamientos es la eficiencia que tuvo la promoción, y se estima la posible eficiencia de la próxima campaña que lanzará la petrolera.

Quienes analizan estas variables son el encargado del área de Mercadotecnia y el Gerente General.

Estrategias de Marketing de Rosso S.A.

- Segmentación

La empresa sirve a distintos segmentos, ya que venden sus productos y servicios a consumidores finales y también a mayoristas.

Para esto, utilizan criterios de segmentación de tipo geográficos, ya que los consumidores finales se acercan al lugar físico en donde se encuentra la organización, y la venta por mayor se refiere a algunas estaciones de servicio cercanas a las cuales le proveen combustible, como así también a dos canteras cercanas a Carlos Paz.

Además utilizan este tipo de venta para empresas de servicios, como por ejemplo de recolección de residuos de la ciudad.

- Posicionamiento

Con respecto a las necesidades de sus clientes, la empresa las conoce y trabaja sobre ellas, ya que como existe una relación estrecha con los mismos se averigua constantemente, tal es el caso del combustible y también del restaurante. Igualmente, siempre tratan de innovar con los menús, pero no suelen salirse de lo que normalmente comercializan. Y con respecto al combustible la mayoría conoce la calidad del mismo por eso lo prefieren.

- Marketing MIX

- PRODUCTO: la empresa ofrece los productos del restaurante, del minishop, y combustibles y lubricantes. El producto que más comercializa esta estación de servicio es el combustible. En el rubro restaurante y minishop el porcentaje de las ganancias es mucho menor.

Con respecto al combustible, casi todos los parámetros están establecidos por la petrolera, y en cuanto al restaurante, tratan de promocionar los productos que normalmente se consumen para mantener ese ingreso.

En la matriz BCG, explicada posteriormente, se muestra el posicionamiento de estos productos.

Para controlar la mercadería se realizan controles de stock, de ventas, controles anuales de compras a los proveedores, poseen también un flujo de fondos en donde se controla lo que se estima vender con lo que realmente se ha vendido y ganado.

- **PRECIO:** El precio de los combustibles y lubricantes es establecido por la petrolera. Para el establecimiento de precios de los productos de restaurante y el minishop, la empresa tiene determinado un margen de utilidad que es manejado para poder competir, teniendo en cuenta el producto de calidad que se ofrece al cliente.

Para la determinación del precio del restaurante se analiza el precio de la competencia (otras estaciones de servicio) y también se compara precios de restaurantes de la zona.

En el caso del combustible, al fijar sus precios, influye el costo variable de las materias primas y el destino del producto, ya sea consumidor final o por mayor.

- **PLAZA:** Con respecto a los canales de distribución, esta organización solo tiene empleados ya que sin ellos no sería posible que los clientes obtengan los productos.

La organización para proveerse del combustible, recibe a los proveedores en su estación.

Cabe destacar que la organización posee una camioneta que utiliza para la distribución de lubricantes a una empresa de transportes de Carlos Paz, y este es un servicio que solo le brindan a esta prestigiosa empresa a “modo de favor” sin ningún costo extra.

- **PROMOCIÓN:** El objetivo promocional que maneja la organización es maximizar las ventas y por ende sus beneficios.

Para ello, se realizan promociones por ejemplo con las compras de determinados litros de combustible o de lubricante más un determinado monto en dinero, el cliente obtiene como regalo bolsos, remeras, gorras, etc.

En el caso del restaurante, para determinadas fechas especiales se realizan menús acordes con un precio promocional, sumado a que todos los días en el almuerzo hay una sugerencia de la casa que es bastante accesible.

Los medios de publicidad son, algunos establecidos desde la petrolera, y otros (como los del restaurante) seleccionados por el Gerente General y el encargado de Mercadotecnia.

La medición de la eficacia de “las campañas de promoción” no es muy específica ni tampoco tiene todo un proceso con pasos detallados, sino que la organización la mide de acuerdo a la respuesta del cliente y el incremento o no de las ganancias en el período de tiempo que duró la campaña.

Posicionamiento de los productos: Matriz BCG

La matriz del BCG muestra en forma gráfica las diferencias existentes entre las divisiones, en términos de la parte relativa del mercado que están ocupando y de la tasa de crecimiento de la industria de los productos.

La matriz del BCG permite a una organización pluridivisional administrar su cartera de negocios analizando la parte relativa del mercado que está ocupando y la tasa de crecimiento de la industria de cada una de las divisiones con relación a todas las demás divisiones de la organización.

Componentes de los cuadrantes de la matriz BCG

Cuadrante I: La incógnita: Las divisiones situadas en el cuadrante I ocupan una posición en el mercado que abarca una parte relativamente pequeña, pero compiten en una industria de gran crecimiento.

Por regla general, estas empresas necesitan mucho dinero, pero generan poco efectivo. Estos negocios se llaman interrogantes, porque la organización tiene que decidir si los refuerza mediante una estrategia intensiva (penetración en el mercado, desarrollo del mercado o desarrollo del producto) o si los vende.

Cuadrante II: Las estrellas: Representan las mejores oportunidades para el crecimiento y la rentabilidad de la empresa a largo plazo.

Las divisiones que tienen una considerable parte relativa del mercado y una tasa elevada de crecimiento para la industria deben captar bastantes inversiones para conservar o reforzar sus posiciones dominantes.

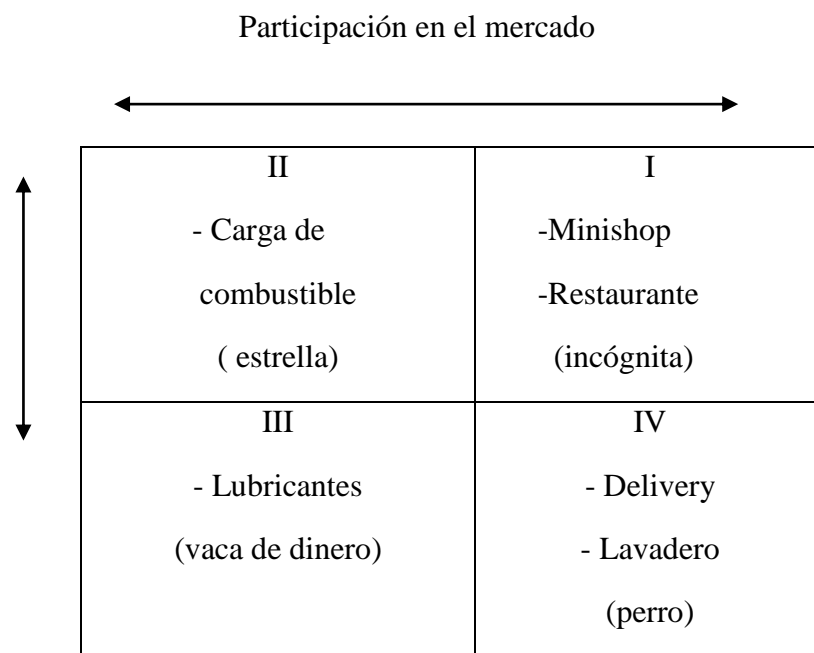
Estas divisiones deberían considerar la conveniencia de las estrategias de la integración hacia adelante, hacia atrás y horizontal; la penetración en el mercado; el desarrollo del mercado; el desarrollo del producto y las empresas de riesgo compartido.

Cuadrante III: Las vacas de dinero: Tienen una parte grande relativa del mercado, pero compiten en una industria con escaso crecimiento. Se llaman vacas de dinero porque generan más dinero del que necesitan y, con frecuencia son “ordeñadas”. Muchas de las vacas de dinero de hoy fueron estrellas ayer. Las divisiones de las vacas de dinero se deben administrar de manera que se pueda conservar su sólida posición durante el mayor tiempo posible.

Cuadrante IV: Los perros: Tienen una escasa parte relativa del mercado y compiten en una industria con escaso o nulo crecimiento del mercado; son los perros de la cartera de la empresa.

Debido a su posición débil, interna y externa, estos negocios con frecuencia son liquidados, descartados o recortados por medio del atrincheramiento. Cuando una división se acaba de convertir en perro, el atrincheramiento puede ser la mejor estrategia a seguir, porque muchos perros han logrado resurgir después de extenuantes reducciones de activos y costos, y se han convertido en divisiones viables y rentables.

Cuadro 1: Matriz BCG



Fuente: Elaboración propia

2.5.3.2 Área Operaciones

El área de operaciones se organiza, respecto al restaurante, con un jefe de cocina, 6 mozos, 4 cajeros y 4 cocineros. El jefe de la cocina es el encargado de controlar el stock de los insumos necesarios para el restaurante. También es el encargado de hacer una programación de las sugerencias diarias y determinar el menú para el cliente.

Con respecto a la producción de menús es continua, ya que los procedimientos de la fabricación tienden a la automatización (teniendo en cuenta que la manera de servir la comida suele ser siempre igual, los menús suelen ser semanales, lo cual no implica cambios a lo largo de la semana).

Respecto a la organización del área Operaciones en la playa, hay un jefe de playa que es el que planifica y ordena a los 6 playeros, y controla el stock de lubricantes y combustible.

Si hablamos de innovación y nuevos productos en los combustibles, Rosso S.A. particularmente, maneja los tipos de combustibles y lubricantes que existen en el mercado, lo cual no implica una necesidad de producción de nuevos productos o servicios.

Actividades de control del área

Con respecto al control de calidad, personal de Petrobrás una vez al año visita a la empresa y controla que no estén adulterados los tanques, que no vendan combustible mezclado con agua, que la calidad de los productos este dentro del margen establecido por Petrobrás o supere esos márgenes, también controla el uniforme de los empleados para no estropear la imagen de Petrobrás, los servicios que ofrecen los playeros, limpieza de la playa y baños y atención del minishop.

Con respecto al control de stock, el jefe de cocina junto a los cocineros prepara una lista de los insumos faltantes y la comunican por teléfono a sus proveedores, quienes una vez por semana visitan la estación de servicio para proveerlos de insumos (actividad que en una empresa grande es llevada a cabo por el departamento de logística).

Con respecto al control de combustible y lubricantes se realiza por sistema diariamente como se expone a continuación.

En cuanto al combustible, se lleva un control respecto de las ventas. Cada surtidor tiene un número de diez cifras, la lectura de aforadores (que establece la cantidad de combustible vendido en código).

Al ingresar ese número en una máquina, muestra la cantidad de litros que vendió el playero en su turno, y queda registrado. Este control se realiza por turno (3 turnos por día de 8 horas cada turno) y sirve para controlar las ventas diarias y por turnos de combustible.

Una vez que se descifró ese número de 10 dígitos (por computadora), se corrobora que la cantidad de litros vendidos corresponda a la cantidad de dinero que presenta el playero a la caja luego de haber finalizado su turno de trabajo.

Esta organización efectúa un stock de seguridad en las compras del restaurante (con respecto al abastecimiento), ya que a la hora de proveerse de insumos para realizar los almuerzos y las cenas en la estación, siempre compran más de lo estimado para la venta, de modo que no se queden sin insumos para preparar los productos que el cliente desee en ese momento.

Seguridad e Higiene

Con respecto a la seguridad, para prevenir accidentes Petrobrás exige carteles en las playas que prohíben fumar, baldes con arena en caso de incendio que están señalizados con carteles vistosos, extinguidores, etc.

Respecto a la higiene, cada integrante de la organización se hace cargo de su lugar físico de trabajo, por ejemplo, los playeros se encargan de limpiar la playa, los encargados

de la cocina limpian la cocina, los mozos las mesas, etc., excepto el gerente, la tesorera, la jefa de personal y el jefe de playas que trabajan en oficinas y son higienizadas por una persona que trabaja una vez por semana.

Cabe destacar que al ser una empresa mediana con pocos integrantes, muchas veces las tareas son repartidas y todos hacen un poco, tal es el caso de las cajeras, que limpian el baño por ejemplo.

Además, cada 6 meses, los cocineros y los mozos, hacen un seminario de higiene y seguridad que es llevado a cabo por la Municipalidad de Carlos Paz.

En dichos seminarios se les enseña y comunica a todos entre otras cosas que deben utilizar gorra y estar uniformados de blanco para cocinar, deben utilizar guantes o manos perfectamente limpias, camisetas manga larga.

Luego de recibir esta serie de indicaciones, les toman una pequeña evaluación y se les entrega un tipo de carnet con la fecha, que debe ser renovado al cabo de 6 meses.

2.5.3.3 Área Logística

Comentario del gerente general de Rosso S.A. acerca de las ventajas y desventajas de la logística:

“Los beneficios de contar con gente encargada de realizar las funciones del área de logística son muchos ya que así se garantiza que todo funcione adecuadamente tal cual fue planeado, que tengamos los productos cuando se necesiten, nosotros trabajamos mucho con el justo a tiempo así que estas actividades son indispensables, si no tuviéramos gente capacitada para realizarlas, seguramente fallaríamos en muchos de nuestros objetivos, y sobre todo cargaríamos con la decepción de los clientes”.

Distribución

En cuanto a la distribución de los productos que ofrece la organización, cuentan únicamente con una camioneta que la utilizan para enviarles los lubricantes a la empresa “Transporte Carlos Paz”, quienes realizan su pedido cada 20 días aproximadamente.

Con respecto al envío de combustible a empresas más pequeñas ubicadas en las cercanías de Carlos Paz (como Cosquín, por ejemplo), Rosso S.A. recibe a la gente de estas estaciones y cargan el combustible en pequeños camiones propios del cliente; cabe aclarar que estas pequeñas estaciones no cuentan con una bandera como Petrobrás ni con una marca propia, simplemente venden combustible a la gente de la ciudad.

En cuanto a las 2 canteras que también se proveen del combustible de Rosso S.A., el camión de Petrobrás proveniente de Buenos Aires antes de llegar a destino (Carlos Paz) hace una parada en estas canteras y descarga el combustible que necesitan.

Del pago de la totalidad del camión se hace cargo la empresa, y luego las dos canteras son las encargadas de hacerle llegar el pago del combustible a la estación de Carlos Paz.

Abastecimiento

El abastecimiento del restaurante fue detallado en el área de producción.

Para que la empresa se abastezca de combustibles, lubricantes y otros productos que ofrece Petrobrás, éste último envía un folleto con todos los productos que ofrece, y Rosso S.A. realiza sus pedidos.

Con respecto a la cantidad que se necesitará de combustible y lubricantes, se organiza de acuerdo a los vencimientos, a los depósitos y liberaciones que tiene la empresa.

Es decir, que para pedir el combustible, la empresa tiene que llamar por teléfono a Petrobrás (Buenos Aires, que es la distribuidora). Para poder recibir ese camión, Rosso S.A. debe depositar como mínimo la mitad del costo del mismo en el banco; una vez depositada esa suma de dinero, Petrobrás libera el pedido, da la orden para que se cargue el camión y se traslade a la estación.

Es importante que la estación de servicio tenga en cuenta que ese trayecto desde Buenos Aires hasta Carlos Paz puede tardar entre 1 a 3 días (teniendo en cuenta los posibles paros, demora en la carga del combustible en el camión, etc.).

Esta organización no cuenta con un área de logística que distribuye los productos (ya que excepto “Transporte Carlos Paz”, todos los demás clientes, incluidos consumidores finales y al por mayor, se dirigen a la estación de servicios para adquirir los productos), ni tampoco cuenta con un cierto número de empleados encargados exclusivamente del abastecimiento de insumos, simplemente el control de la cantidad de combustible y lubricantes es un control llevado a cabo a través de la computadora, y el control de insumos de la cocina lo llevan los cocineros quienes semanalmente realizan el pedido telefónicamente a sus proveedores, y ellos se encargan de acercar los insumos a la estación (distinto pasa con el pan que todas las mañanas provee a la estación de pan y facturas para el desayuno de los clientes).

Es importante mencionar que Rosso S.A. posee un servicio de delivery para los productos del restaurante con la particularidad de que el cliente llama por teléfono a la

organización, encarga su pedido, y la empresa contrata a un cadete quien se encarga de buscar el producto en la estación de servicios y llevarlo al domicilio de cliente.

Este cadete le cobra un dinero extra al cliente, pero es una operación ajena a la organización, al igual que el cadete, que no es parte del personal de la firma.

2.5.3.4 Área Recursos Humanos

Personal: en total son 26 empleados que trabajan en el mismo lugar físico:

1 Gerente general

1 Jefe de playa y encargado del merchandising

6 playeros

1 Encargado del restaurante

6 Mozos

4 Cajeros

4 Cocineros

1 Jefa de personal y encargada del pago a proveedores

1 Tesorera (encargada de las finanzas)

1 Encargada de la limpieza (que frecuenta el lugar una vez por semana)

La empresa no cuenta con un área específica de recursos humanos, sino que hay una persona encargada del personal, quien realiza el pago a los empleados y a los proveedores también.

La selección del personal la suelen llevar a cabo a través de una consultora de la ciudad de Carlos Paz, y otras veces se encarga el Gerente General de detectar la necesidad de nuevo personal (determina el puesto a ocupar) y de realizar las entrevistas, para a continuación hacer la inducción del nuevo empleado a la organización.

Las inquietudes de los empleados las atiende la encargada de ese tema (encargada del personal y pago de proveedores) en conjunto con la gente del estudio contable.

En cuanto a las capacitaciones, las realiza el responsable de cada área, y es Petrobrás el que les envía los programas de capacitación para que luego el encargado de playa (por ejemplo) capacite a todos los empleados de la playa.

Con respecto a premios y retribuciones, los empleados tienen incentivos en dinero o premios por cantidades de ventas.

La encargada del personal tiene muchísima importancia en esta organización ya que los empleados son los que dan la cara de la empresa, los que atienden a los clientes y los que les brindan todo lo que necesitan. *“Por eso es necesario cuidarlos para que reflejen el alma de la empresa”* (tal como lo expresó el Gerente General de Rosso S.A.)

2.5.3.5 Área Finanzas

La empresa no cuenta tampoco con un departamento destinado específicamente a realizar las actividades financieras, pero las mismas se organizan de acuerdo a un flujo de fondos que se prevé semanalmente.

La contabilidad de la empresa no es llevada a cabo por un empleado de la estación, sino que la lleva un estudio contable muy prestigioso ubicado en la ciudad de Rosario.

Decisiones Financieras

Las decisiones de inversión, financiamiento y distribución de utilidades las toman los cuatro socios propietarios de la empresa; y las decisiones de finanzas diarias, por ejemplo cuánto dinero se deposita en los bancos, a qué proveedor se paga o a cual no en el momento en que entregan la mercadería (teniendo en cuenta la recaudación diaria), entre otras, las toma el Gerente General de la estación.

Planificación de finanzas

La planificación de finanzas se basa en las recaudaciones que tiene la empresa por día, se maneja un margen de venta estable, y siempre teniendo en cuenta las prioridades.

Lo que se prioriza son los depósitos que se le realizan a Petrobrás, ya que una vez que se deposita el efectivo, se libera el combustible y comienza el traslado en los camiones desde Buenos Aires hasta Carlos Paz.

La calidad de la gestión financiera se mide con análisis de rentabilidad, de liquidez, entre otros.

Relación del área de finanzas con las demás áreas de la empresa

Las finanzas de la empresa se relacionan estrechamente con todos los otros sectores de la organización, ya que sin un orden, una planificación y una administración adecuada de las finanzas, causaría dificultades que afectarían a la organización en su totalidad.

2.6 Análisis FODA

Cuadro 2: Matriz FODA

Ambiente Interno	
Identificación de Fortalezas	Identificación de Debilidades
<p>1. Venta mayorista y minorista de combustible.</p> <p>2. Alto nivel de Relaciones Públicas con empresarios agrícolas e industriales para la suscripción de convenios de compra de combustible por mayor.</p> <p>3. Confiabilidad y solidez. Trayectoria.</p> <p>4. Estructura pequeña que permite una rápida toma de decisiones y adaptación al cambio.</p> <p>5. Factibilidad estructural para la incorporación de venta de combustible gaseoso.</p> <p>6. Existen pocas estaciones de esa bandera en la zona, por lo que todo el apoyo promocional de la bandera recae sobre pocas empresas.</p> <p>7. Menor precio a igual o mayor calidad y especificaciones que la competencia.</p> <p>8. Apoyo de la petrolera: acciones de marketing, promociones, capacitación, etc.</p> <p>9. Ubicación Geográfica: se encuentra a la entrada de Carlos Paz, lo cual facilita que todo el que ingrese a la ciudad sepa de la existencia de la estación.</p>	<p>1. La empresa sólo comercializa combustibles líquidos.</p> <p>2. Poco conocimiento de management actual por parte de los emprendedores.</p> <p>3. La bandera aún no es muy conocida y los cambios de carteles, marquesinas, etc. aún no se han efectuado. Poca presencia.</p> <p>4. Imposibilidad de compartir flete por ser pocas las empresas de esa bandera.</p> <p>5. Márgenes preestablecidos por la petrolera.</p> <p>6. Bajo poder de negociación con la petrolera, único proveedor.</p> <p>7. Estructura pequeña y desordenada; procesos manuales.</p> <p>8. Poca promoción de las cualidades de los productos.</p>

Ambiente Externo	
Identificación de Oportunidades	Identificación de Amenazas
<p>1. Construcción de mejoras a los accesos a la ciudad lo que brinda mayor nivel de tránsito vehicular para las Estaciones de la firma.</p> <p>2. Incremento del Turismo y, en consecuencia, de agencias que ofrecen viajes terrestres, aporta mayores niveles de venta al por menor.</p> <p>3. Mejoras en el sector agroindustrial que mejoran las ventas al por mayor.</p>	<p>1. El creciente reemplazo del mercado de combustibles líquidos por gaseosos.</p> <p>2. Nuevos precios tope al combustible líquido, establecido por el Estado y/o la petrolera.</p> <p>3. La región comercializa menores volúmenes que otras regiones del país.</p> <p>4. Instalación de estaciones de la misma bandera en zonas aledañas.</p> <p>5. Instalación de estaciones de otra bandera en zonas aledañas.</p> <p>6. Instalación de otras estaciones con gente más capacitada.</p> <p>7. Aumento de los precios de los insumos para el restaurante (producto de la inflación del país).</p> <p>8. Inseguridad en la ciudad de Carlos Paz (robos, asaltos) lo que crea mal clima y riesgo para el personal de la organización.</p>

Fuente: Elaboración propia

CAPITULO 3

ANÁLISIS DE LA SITUACION FINANCIERA

En el presente capítulo se realizará el análisis de la situación financiera, tanto de corto como de largo plazo. Primeramente se expondrán los Estados Financieros resumidos de la empresa.

3.1 Estados Contables resumidos

3.1.1 Estado de Situación Patrimonial

A continuación se presentan los Estados de Situación Patrimonial resumidos para los tres períodos analizados.

Tabla 1: Estados de Situación Patrimonial

	2010	2011	2012	2013
ACTIVO:				
ACTIVO CORRIENTE:				
Caja y Bancos	1.386.753	1.348.045	3.050.428	3.413.098
Créditos por Vtas.	1.868	2.383	14.128	48.628
Otros Créditos	1.094.040	940.673	687.548	1.379.575
Bienes de Cambio	16.830	9.570	49.505	12.360
Total Activo Corriente	2.499.490	2.300.670	3.801.608	4.853.660
ACTIVO NO CORRIENTE:				
Bienes de Uso	6.034.730	6.982.873	7.893.318	8.583.743
Total Activos no Corrientes	6.034.730	6.982.873	7.893.318	8.583.743
Total Activo	8.534.220	9.283.543	11.694.925	13.437.403
PASIVO:				
PASIVO CORRIENTE:				
Ctas. por pagar	365.620	0	189.720	335.195
Remun. y C.Social	224.668	289.920	686.773	634.930
Cargas Fiscales	51.245	179.203	242.365	298.170
Total Pasivo Corriente	641.533	469.123	1.118.858	1.268.295
PAS. NO CORRIENTE:				
No existen	0	0	0	0
Total Pas. No Corriente	0	0	0	0
Total Pasivo	641.533	469.123	1.118.858	1.268.295
PATRIMONIO NETO:				
(Según Estado respectivo)	7.892.688	8.814.420	10.576.068	12.169.108

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONÁUTICO

Total Patrimonio Neto	7.892.688	8.814.420	10.576.068	12.169.108
Total Pasivo y P. Neto	8.534.220	9.283.543	11.694.925	13.437.403

Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por la empresa

3.1.2 Estados de Resultados

Seguidamente se exponen los Estados de Resultados de los tres períodos analizados.

Tabla 2: Estados de Resultados

	2010	2011	2012	2013
Ventas Netas de Combustible	17.629.008	16.245.885	19.656.955	25.016.510
Lubricantes	3.962.888	3.845.975	3.636.693	3.555.370
Telecentros	103.315	92.303	84.963	81.028
Otros ingresos	335.515	937.238	392.973	752.663
Total de Ingresos	22.030.725	21.121.400	23.771.583	29.405.570
- Costo Mercadería Vendida	-9.371.645	-9.217.950	-8.401.000	-8.351.700
Resultado Bruto	12.659.080	11.903.450	15.370.583	21.053.870
- Gastos de Administración	-1.409.570	-1.200.030	-1.444.845	-4.517.458
- Gastos de Comercialización	-7.810.910	-8.139.428	-10.952.390	-12.186.450
Result. Antes de Intereses e Imp.	3.438.600	2.563.993	2.973.348	4.349.963
- Resultado financiero y por tenencia	0	0	0	0
Impuestos a las Ganancias	-1.203.510	-897.397	-1.040.672	-1.522.487
RESUPTADO DEL EJERCICIO	2.235.090	1.666.595	1.932.676	2.827.476

Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por la empresa

3.2 Análisis de la Situación Financiera a Corto Plazo

3.2.1 Aplicación del instrumental

-Índice de Liquidez Corriente

Año 2011		Año 2012		Año 2013	
2.300.670	4,90	3.801.608	3,40	4.853.660	3,83
469.123		1.118.858		1.268.295	

La empresa logra satisfacer sus obligaciones a corto plazo hasta 4,90 veces con sus activos circulantes en el año 2011; 3,40 veces en el 2012 y 3,83 veces en el 2013.

-Índice de Liquidez Seca o Prueba Ácida

Año 2011		Año 2012		Año 2013	
2.291.100	4,88	3.752.103	3,35	4.841.300	3,82
469.123		1.118.858		1.268.295	

Es un indicador de liquidez más fino, muestra que la empresa es capaz de satisfacer sus obligaciones a corto plazo 3,88 veces, excluyendo el inventario que es la parte menos líquida de los activos a corto plazo en el año 2011; 3,35 veces en el 2012 y 3,82 veces en el 2013.

-Índice de Liquidez Absoluta

Año 2011		Año 2012		Año 2013	
1.348.045	2,87	3.050.428	2,73	3.413.098	2,69
469.123		1.118.858		1.268.295	

Expresa que la entidad tiene por cada peso de su deuda de corto plazo, \$ 2,87 de existencia en efectivo y equivalentes, activos de máxima disponibilidad en el año 2011; \$ 2,73 en el 2012 y \$ 2,69 en el 2013.

Interpretación de los ratios de liquidez

En lo que hace a los indicadores de liquidez, ponen de manifiesto que tanto la liquidez corriente, la liquidez seca como la liquidez absoluta son suficientes en todos los períodos analizados para hacer frente a las obligaciones que posee la empresa en el corto plazo. Es decir la empresa no se encuentra en una situación comprometida a la hora de afrontar los vencimientos del pasivo corriente.

En estos resultados manifiestan un proceso de expansión de la empresa, con un fuerte aumento de las ventas, que trajo aparejado un aumento considerable de las disponibilidades y de los créditos de corto plazo. Este análisis se refuerza si se atiende a la composición del Pasivo Corriente el cual incrementó fundamentalmente las cuentas por pagar lo cual muestra un adecuado uso del apalancamiento financiero.

-Rotación de Créditos

Año 2011		Año 2012		Año 2013	
16.245.885	7645,12	19.656.955	2381,22	25.016.510	798,31
2.125		8.255		31.337	

Este indicador relaciona la adquisición de activos provenientes de las ventas a crédito, con las ventas del período. El resultado en este caso indica que el ciclo de cobranzas se realiza 7645 veces en el año 2011; 2381 veces en el 2012 y 798 veces en el 2013.

-Plazo de Cobranza

2011	2012	2013
0,04 días	0,15 días	0,45 días

Este indicador determina el tiempo en que las cuentas por cobrar, demoran en convertirse en efectivo, prácticamente cero en este caso. En otras palabras, no le toma tiempo a la empresa cobrar a su cartera de clientes en los tres períodos analizados.

Interpretación del ratio de rotación de créditos

La Rotación de Créditos es elevada, lo que muestra que los Deudores por Ventas rotan una gran cantidad de veces en cada período, originando un plazo de cobranzas prácticamente nulo, lo que manifiesta que la empresa trabaja fundamentalmente de contado. La tendencia descendente de este índice y más aún en el 2013, pone en evidencia un considerable acrecentamiento de las ventas a crédito en detrimento de las ventas de contado. Se estaría dando una flexibilización de la política crediticia de la empresa.

-Rotación de Bs. de Cambio

Año 2011		Año 2012		Año 2013	
9.217.950	698,33	8.401.000	284,42	8.351.700	270,00
13.200		29.537		30.932	

Permite identificar cuantas veces el inventario se convierte en dinero o en cuentas por cobrar. Para el presente caso son aproximadamente 700 veces en el periodo del año 2011, 284 veces en el 2012 y 270 veces en el 2013.

-Antigüedad Media de Inventarios

2011	2012	2013
0,57 días	0,15 días	1,35 días

Esta cifra es semejante al indicador de rotación, en este caso representa que cada 1 día (aproximadamente la mitad) concluye el ciclo operativo de la empresa en el año 2011 y 2012; y 2 días aproximadamente concluye el ciclo operativo de la empresa en el 2013.

Interpretación del ratio de rotación de bienes de cambio

El índice de Rotación de Inventarios indica un nivel que va de acuerdo con el sector en que se desarrolla la empresa, generando un plazo promedio de mantenimiento del stock de alrededor de un día. También muestra este indicador un comportamiento regular en el tiempo lo que muestra que los lineamientos de la política de administración de Inventarios también se mantuvieron constantes. En este sentido, cabe la aclaración de que si bien aumentó la inversión en bienes de cambio en el período 2012, obedeció al crecimiento de la demanda tanto de los bienes como de los servicios que ofrece la organización, lo que ocasionó un incremento en los ingresos.

-Rotación de Deudas

Año 2011		Año 2012		Año 2013	
9.217.950	50,42	8.401.000	88,56	8.351.700	31,82
182.810		94.860		262.457	

Representa el número de veces que las cuentas por pagar terminan su ciclo, y se generan nuevos pasivos en el curso del año. En este caso ese ciclo es de 50 días en el año 2011, 88 días en el 2012 y 31 días en el 2013.

-Plazo Medio de Pago

2011	2012	2013
7,24 días	4,12 días	11,52 días

El resultado obtenido nos muestra que la política de pago de la empresa es normalmente de 7 días en el año 2011, 4 días en el 2012 y 11 días en el 2013.

Interpretación del ratio rotación de deudas

La Rotación de Proveedores es elevada, esto pone de manifiesto la fuerza con la que el principal proveedor de la empresa impone sus condiciones de venta, esta situación se compensa en parte con los restantes proveedores menores que tienen muy poco poder de negociación. Si bien, como se mencionó anteriormente la empresa tiene la liquidez suficiente para afrontar sus compromisos de corto plazo, lo mismo se requiere una eficiente administración de los activos corrientes, que evite el corte de la cadena de pago y el consecuente desabastecimiento inmediato. La evolución de este indicador pone de manifiesto una disminución de los plazos de pago entre el 2011 y el 2012 y una evidente flexibilización de los mismos en el 2013.

-Rotación de Activo Total

Año 2011		Año 2012		Año 2013	
16.245.885	1,75	19.656.960	1,68	25.016.510	1,86
9.283.543		11.694.925		13.437.403	

Este indicador está reflejando que por cada peso del activo se generan \$1,75 en el año 2011, \$ 1,68 en el 2012 y \$ 1,86 en el 2013.

-Rotación del Activo Fijo

Año 2011		Año 2012		Año 2013	
16.245.885	2,33	19.656.960	2,49	25.016.510	2,91
6.982.873		7.893.318		8.583.743	

En este caso el indicador evidencia que por cada peso del Activo no Corriente, se generan \$ 2,33 de ventas en el año 2011, \$ 2,49 en el 2012 y \$ 2,91 en el 2013.

Interpretación de los ratios rotación de activos totales y activos fijos

En otro orden de análisis, la Rotación a nivel de activos totales muestra una buena capacidad del Activo total para generar ingresos. Esto se confirma si se analiza la rotación del Activo Fijo, la cual es buena, y responde a las características de una organización que combina el área comercial y el área de servicios, ya que no solo se dedica a la comercialización de combustibles y lubricantes, sino que ofrece otros servicios relacionados directamente con reparaciones y mantenimiento vehicular.

-Rotación del Capital de Trabajo

Año 2011		Año 2012		Año 2013	
16.245.885	8,87	19.656.960	7,33	25.016.510	6,98
1.831.547		2.682.750		3.585.340	

Este indicador representa la capacidad que tiene el capital de trabajo para generar ingresos. En otras palabras, por cada peso del capital de trabajo se generan \$ 8,98 en el año 2011, \$ 7,33 en el 2012 y \$ 6,98 en el 2013.

Interpretación del ratio rotación de capital de trabajo

Respecto de la rotación del capital de trabajo, esta también muestra una muy buena capacidad de generar ingresos que permitan solventar los requerimientos de la empresa, siendo este un concepto clave en la situación financiera de corto plazo.

Si se analiza la evolución de los componentes del Activo y el Pasivo Corriente se puede ver que existe un incremento en los Activos Corrientes a lo largo de los tres períodos, impulsado por un aumento en las disponibilidades, los Créditos y en los Inventarios del ejercicio 2012, propio de un período de expansión, el cual no fue acompañado en la misma magnitud por el Pasivo Corriente. El pasivo corriente se incrementó en una menor proporción lo que originó un incremento del Fondo de Maniobra, lo cual muestra una política conservadora, ya que este crecimiento de la inmovilización aumenta el respaldo para afrontar las necesidades coyunturales no exento de generar un aumento de costos, aunque es primordial mencionar que el aumento en el stock de bienes de cambio era necesario para satisfacer la demanda creciente que afrontaba la empresa.

Esta política representa una forma de financiar el capital de trabajo de bajo costo que implica no recurrir a la financiación bancaria para cubrir los requerimientos crecientes de fondos para las operaciones.

3.3 Análisis de la Situación Financiera de Largo Plazo

Tabla 3: Análisis vertical del estado de situación patrimonial

	2011	%	2012	%	2013	%
ACTIVO:						
ACTIVO CORRIENTE:						
Caja y Bancos	1.348.045	14,52%	3.050.428	26,08%	3.413.098	25,40%
Créditos por Vtas.	2.383	0,03%	14.128	0,12%	48.628	0,36%
Otros Créditos	940.673	10,13%	687.548	5,88%	1.379.575	10,27%
Bienes de Cambio	9.570	0,10%	49.505	0,42%	12.360	0,09%
Total Activo Corriente	2.300.670	24,78%	3.801.608	32,51%	4.853.660	36,12%
ACTIVO NO CORRIENTE:						
Bienes de Uso	6.982.873	75,22%	7.893.318	67,49%	8.583.743	63,88%
Total Activos no Corrientes	6.982.873	75,22%	7.893.318	67,49%	8.583.743	63,88%
Total Activo	9.283.543	100,00%	11.694.925	100,00%	13.437.403	100,00%
PASIVO:						
PASIVO CORRIENTE:						
Ctas. por pagar	0	0,00%	189.720	1,62%	335.195	2,49%
Remun. y C.Social	289.920	3,12%	686.773	5,87%	634.930	4,73%
Cargas Fiscales	179.203	1,93%	242.365	2,07%	298.170	2,22%
Total Pasivo Corriente	469.123	5,05%	1.118.858	9,57%	1.268.295	9,44%
PAS. NO CORRIENTE:						
No existen	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Total Pas. No Corriente	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Total Pasivo	469.123	5,05%	1.118.858	9,57%	1.268.295	9,44%
PATRIMONIO NETO:						
(Según Estado respectivo)	8.814.420	94,95%	10.576.068	90,43%	12.169.108	90,56%
Total Patrimonio Neto	8.814.420	94,95%	10.576.068	90,43%	12.169.108	90,56%
Total Pasivo y P. Neto	9.283.543	100,00%	11.694.925	100,00%	13.437.403	100,00%

Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por la empresa

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONÁUTICO

Tabla 4: Análisis horizontal del Estado de Situación Patrimonial

	2011	Variac. Absol.	Variac. Relat.	2012	Variac. Absol.	Variac. Relat.	2013
ACTIVO:							
ACTIVO CORRIENTE:							
Caja y Bancos	1.348.045	1.702.383	126,29%	3.050.428	362.670	11,89%	3.413.098
Créditos por Vtas.	2.383	11.745	492,87%	14.128	34.500	244,20%	48.628
Otros Créditos	940.673	-253.125	-26,91%	687.548	692.027	100,65%	1.379.575
Bienes de Cambio	9.570	39.935	417,29%	49.505	-37.145	-75,03%	12.360
Total Activo Corriente	2.300.670	1.500.938	65,24%	3.801.608	1.052.052	27,67%	4.853.660
ACTIVO NO CORRIENTE:							
Bienes de Uso	6.982.873	910.445	13,04%	7.893.318	690.425	8,75%	8.583.743
Total Activos no Corrientes	6.982.873	910.445	13,04%	7.893.318	690.425	8,75%	8.583.743
Total Activo	9.283.543	2.411.382	25,97%	11.694.925	1.742.478	14,90%	13.437.403
PASIVO:							
PASIVO CORRIENTE:							
Ctas. por pagar	0	189.720		189.720	145.475	76,68%	335.195
Remun. y C.Social	289.920	396.853	136,88%	686.773	-51.843	-7,55%	634.930
Cargas Fiscales	179.203	63.162	35,25%	242.365	55.805	23,03%	298.170
Total Pasivo Corriente	469.123	649.735	138,50%	1.118.858	149.437	13,36%	1.268.295
PAS. NO CORRIENTE:							
No existen	0	0		0	0		0
Total Pas. No Corriente	0	0		0	0		0
Total Pasivo	469.123	649.735	138,50%	1.118.858	149.437	13,36%	1.268.295
PATRIMONIO NETO:							
(Según Estado respectivo)	8.814.420	1.761.648	19,99%	10.576.068	1.593.040	15,06%	12.169.108
Total Patrimonio Neto	8.814.420	1.761.648	19,99%	10.576.068	1.593.040	15,06%	12.169.108
Total Pasivo y P. Neto	9.283.543	2.411.382	25,97%	11.694.925	1.742.478	14,90%	13.437.403

Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por la empresa

3.3.1. Aplicación del instrumental

-Índice de Solvencia

Año 2011		Año 2012		Año 2013	
9.283.543	19,79	11.694.925	10,45	13.437.403	10,59
469.123		1.118.858		1.268.295	

El presente indicador estaría indicando que por cada peso del Pasivo total existen \$ 19,79 en el Activo en el año 2011, \$ 10,45 en el 2012 y \$ 10,59 en el 2013.

-Índice de Autonomía Financiera o Propiedad del Activo

Año 2011		Año 2012		Año 2013	
8.814.420	0,95	10.576.068	0,90	12.169.108	0,91
9.283.543		11.694.925		13.437.403	

En este caso el 95 % de total del activo es propiedad de los titulares y solamente un 5 % es financiado por terceros para el año 2011, un 90 % en el 2012 y un 91 % en el 2013.

Los índices de nivel de endeudamiento y de autonomía financiera reflejan como está formada la estructura de financiamiento de la sociedad, es decir, indican que fracción de los activos pertenecen a los acreedores y cual a los titulares de la empresa.

El índice de solvencia estaría indicando en los tres períodos analizados que la empresa cuenta con recursos más que suficientes para hacer frente a sus obligaciones tanto de corto como de largo plazo. Como el óptimo para este indicador está entre \$ 1,5 y \$ 2,5, se podría decir que este exceso en la solvencia, conjuntamente con los excesivos índices de liquidez, podría repercutir negativamente en la rentabilidad de la empresa.

Igualmente para el indicador de autonomía financiera que muestra un porcentaje superior al 90 % en todos los períodos analizados, poniendo en evidencia la política de la empresa de recurrir al autofinanciamiento antes de endeudarse con terceros.

-Efecto Palanca

Año 2011		Año 2012		Año 2013	
0,19	1,06	0,18	1,06	0,23	1,10
0,18		0,17		0,21	

Se puede apreciar que en los tres períodos analizado el efecto palanca es prácticamente igual a uno (si bien en los tres períodos el ROE es mayor que el ROA, no es significativa la diferencia), significa que la rentabilidad financiera es igual a la rentabilidad económica y que el resultado es neutro.

Con respecto a los resultados arrojados por el efecto palanca, indican que la rentabilidad financiera es igual a la rentabilidad económica y que su resultado es neutro. Ello también significa que la rentabilidad económica es igual que la tasa de interés pagada en promedio por el pasivo, porque no hay resultado por utilizar fondos de terceros en la financiación de activos.

-Índice de Inmovilización del Activo

Año 2011		Año 2012		Año 2013	
6.982.873	0,75	7.893.318	0,67	8.583.743	0,64
9.283.543		11.694.925		13.437.403	

Este índice pone de manifiesto que el Activo no Corriente representa el 75 % del Activo Total en el año 2011, el 67 % en el 2012 y el 64 % en el 2013.

El índice de inmovilización del activo fue disminuyendo a lo largo de los ejercicios analizados, esto se debió a que, si bien el activo no corriente creció en todos los períodos, el total del activo se incremento en una proporción mayor.

-Índice de Inmovilización del Patrimonio Neto

Año 2011		Año 2012		Año 2013	
6.982.873	0,79	7.893.318	0,75	8.583.743	0,71
8.814.420		10.576.068		12.169.108	

Expresa lo mismo que el índice anterior pero respecto del Patrimonio Neto, es decir, en el año 2011, el Activo no Corriente representaba el 79 % del PN, en el 2012 el 75 % y el 71 % en el 2013.

El mismo análisis del indicador anterior se aplica al índice de inmovilización del patrimonio neto.

El crecimiento en el pasivo se debe al fuerte incremento en las ventas de la compañía, que le generó la necesidad de comprar una mayor cantidad de bienes de cambio y de trabajar con un número superior de proveedores locales, lo cual incide en el

crecimiento del importe de las deudas, pero que están, directamente relacionados con una circunstancia positiva que es el crecimiento del volumen comercializado.

A su vez, esta fuerte inversión en Activos Fijos y en Capital de Trabajo que viene manteniendo la empresa, fue sostenida gracias a las importantes ganancias obtenidas en los últimos períodos, que le permitieron autofinanciarse a partir de la reinversión de las mismas, sin descontar que la distribución de dividendos se mantuvo regularmente. A pesar de ello, se debió recurrir al endeudamiento, que como mencionáramos anteriormente, fue principalmente de corto plazo y de bajo costo.

CAPITULO 4

ANÁLISIS DE LA SITUACION ECONOMICA

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONÁUTICO

A continuación se desarrollará el análisis de la situación económica. Para ello, en primer lugar se expone el análisis vertical y horizontal del Estado de Resultados.

Tabla 5: Análisis vertical del estado de resultados

	2010		2011		2012		2013	
Ventas Netas de Combustible	17.629.008	100,00%	16.245.885	100,00%	19.656.955	100,00%	25.016.510	100,00%
Lubricantes	3.962.888	22,48%	3.845.975	23,67%	3.636.693	18,50%	3.555.370	14,21%
Telecentros	103.315	0,59%	92.303	0,57%	84.963	0,43%	81.028	0,32%
Otros ingresos	<u>335.515</u>	1,90%	<u>937.238</u>	5,77%	<u>392.973</u>	2,00%	<u>752.663</u>	3,01%
Total de Ingresos	22.030.725	124,97%	21.121.400	130,01%	23.771.583	120,93%	29.405.570	117,54%
- Costo Mercadería Vendida	<u>-9.371.645</u>	-53,16%	<u>-9.217.950</u>	-56,74%	<u>-8.401.000</u>	-42,74%	<u>-8.351.700</u>	-33,38%
Resultado Bruto	12.659.080	71,81%	11.903.450	73,27%	15.370.583	78,19%	21.053.870	84,16%
- Gastos de Administración	-1.409.570	-8,00%	-1.200.030	-7,39%	-1.444.845	-7,35%	-4.517.458	-18,06%
- Gastos de Comercialización	<u>-7.810.910</u>	-44,31%	<u>-8.139.428</u>	-50,10%	<u>-10.952.390</u>	-55,72%	<u>-12.186.450</u>	-48,71%
Result. Antes de Intereses e Imp.	3.438.600	19,51%	2.563.993	15,78%	2.973.348	15,13%	4.349.963	17,39%
- Resultado financiero y por tenencia	<u>0</u>	0,00%	<u>0</u>	0,00%	<u>0</u>	0,00%	<u>0</u>	0,00%
Impuestos a las Ganancias	<u>-1.203.510</u>	-6,83%	<u>-897.397</u>	-5,52%	<u>-1.040.672</u>	-5,29%	<u>-1.522.487</u>	-6,09%
RESUMEN DEL EJERCICIO	2.235.090	12,68%	1.666.595	10,26%	1.932.676	9,83%	2.827.476	11,30%

Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por la empresa

Tabla 5: Análisis horizontal del estado de resultados

	2010		2011		2012		2013
Ventas Netas de Combustible	17.629.008	-7,85%	16.245.885	21,00%	19.656.955	27,27%	25.016.510
Lubricantes	3.962.888	-2,95%	3.845.975	-5,44%	3.636.693	-2,24%	3.555.370
Telecentros	103.315	-10,66%	92.303	-7,95%	84.963	-4,63%	81.028
Otros ingresos	<u>335.515</u>	179,34%	<u>937.238</u>	-58,07%	<u>392.973</u>	91,53%	<u>752.663</u>
Total de Ingresos	22.030.725	-4,13%	21.121.400	12,55%	23.771.583	23,70%	29.405.570
- Costo Mercadería Vendida	<u>-9.371.645</u>	-1,64%	<u>-9.217.950</u>	-8,86%	<u>-8.401.000</u>	-0,59%	<u>-8.351.700</u>
Resultado Bruto	12.659.080	-5,97%	11.903.450	29,13%	15.370.583	36,98%	21.053.870
- Gastos de Administración	-1.409.570	-14,87%	-1.200.030	20,40%	-1.444.845	212,66%	-4.517.458
- Gastos de Comercialización	<u>-7.810.910</u>	4,21%	<u>-8.139.428</u>	34,56%	<u>-10.952.390</u>	11,27%	<u>-12.186.450</u>
Result. Antes de Intereses e Imp.	3.438.600	-25,43%	2.563.993	15,97%	2.973.348	46,30%	4.349.963
- Resultado financiero y por tenencia	<u>0</u>		<u>0</u>		<u>0</u>		<u>0</u>
Impuestos a las Ganancias	<u>-1.203.510</u>	-25,44%	<u>-897.397</u>	15,97%	<u>-1.040.672</u>	46,30%	<u>-1.522.487</u>
RESUMEN DEL EJERCICIO	2.235.090	-25,43%	1.666.595	15,97%	1.932.676	46,30%	2.827.476

Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por la empresa

4.1 Aplicación del instrumental

-ROA

Año 2011		Año 2012		Año 2013	
1.666.595	0,18	1.932.676	0,17	2.827.476	0,21
9.283.543		11.694.925		13.437.403	

Este indicador muestra que beneficios generaron los Activos Totales, los recursos de la empresa lograron un 18 % de rendimientos en el periodo 2011, 17 % en el 2012 y 21 % en el 2013.

Interpretación de ROA

Al hablar del ROA (Rentabilidad del Activo Total), muestra un resultado relativamente constante en los tres períodos analizados, lo que lleva a concluir que existió una apropiada gestión de los recursos de la firma. Cuando se explica este tipo de indicador se debe aclarar que el mismo está determinado principalmente, en este caso, por una muy buena rotación de activos, lo cual compensa el bajo margen. No cabe duda que lo que impulsa la rentabilidad del activo en la empresa es la rotación.

Asimismo, la evolución muestra que existe un pico del ROA en el año 2013, debido al crecimiento del activo, principalmente por el aumento en el stock de bienes de cambio, créditos por venta y bienes de uso, derivados del mayor nivel de actividad de la estación de servicios.

-ROE

Año 2011		Año 2012		Año 2013	
1.666.595	0,19	1.932.676	0,18	2.827.476	0,23
8.814.420		10.576.068		12.169.108	

Determina el porcentaje de utilidad generado por la empresa en proporción al PN, que incluye el aporte de los socios, así como el patrimonio ganado en los ejercicios anteriores, en el periodo 2011 se generó un beneficio del 19 % en razón del patrimonio de la empresa, 18 % en el 2012 y un 23 % en el 2013.

Interpretación del ROE

En lo que respecta al ROE (Rentabilidad sobre el Patrimonio Neto), los resultados obtenidos muestran buenos niveles de recuperación de los montos invertidos por los dueños de la empresa. Estos altos niveles de ROE son determinados por dos elementos: por un lado, el buen nivel de ROA analizado en el párrafo precedente; y por el otro, el poco uso del apalancamiento financiero para empujar la rentabilidad, lo cual se refleja en un efecto palanca neutro, determinado fundamentalmente por el bajo costo del endeudamiento que afronta la empresa.

En cuanto a la tendencia del ROE, se ve que se mantiene en niveles casi constantes al igual que el ROA y casi de la misma magnitud. Esto provocó el efecto neutro mencionado previamente del apalancamiento financiero a lo largo de los ejercicios analizados, lo cual indica que no hay resultado por utilizar fondos de terceros en la financiación de activos.

-Retorno del Capital Contribuido

Año 2011		Año 2012		Año 2013	
1.666.595	22,22	1.932.676	25,77	2.827.476	37,70
75.000		75.000		75.000	

Tendencia de la Ut. Neta	100%		116%		170%
Tendencia del Cap. Aportado	100%		100%		100%

Mide cuánto ha ganado la empresa en comparación con la inversión de los socios. Es decir, las ganancias que la compañía hace con el dinero de los titulares. Este ratio indica si la empresa está invirtiendo su dinero eficientemente. La inversión de los socios generó \$ 22,22 por cada peso de capital aportado en el periodo 2011, \$ 25,77 en el 2012 y \$ 37,70 en el 2013.

-Margen Neto de Utilidad

Año 2011		Año 2012		Año 2013	
1.666.595	7,89%	1.932.676	8,13%	2.827.476	9,62%
21.121.400		23.771.583		29.405.570	

Tendencia de la Ut. Neta	100%		116%		170%
Tendencia de las Ventas	100%		113%		139%

Representa cuantos pesos se generan de utilidad por cada peso vendido. En este caso por cada peso vendido en el año 2011, se generó un beneficio de \$ 0,0789, \$ 0,0813 en el 2012 y \$ 0,0962 en el 2013. En otras palabras se puede decir que del total de ventas

el 7,89 % se transforman en utilidades en el año 2011, el 8,13 % en el 2012 y 9,62 % en el 2013.

-Margen Bruto de Utilidad

Año 2011		Año 2012		Año 2013	
11.903.450	0,56	15.370.583	0,65	21.053.870	0,72
21.121.400		23.771.583		29.405.570	

Tendencia de la Ut. Bruta	100%		129%		177%
Tendencia de las Ventas	100%		113%		139%

Este indicador indica que de cada peso obtenido por las ventas, \$ 0,56 representan la utilidad bruta en el año 2011, \$ 0,65 en el 2012 y \$ 0,72 en el 2013. Como se puede observar, el margen bruto de utilidad, es muy superior al margen neto calculado anteriormente. Esto se debe fundamentalmente al exceso de gastos de comercialización que representan un 50,10 % de los ingresos por ventas de combustible en el 2011, un 55,72 % en el 2012 y un 48,71 % en el 2013, que son tenidos en cuenta para el cálculo del margen neto. Tanto los gastos de comercialización como de administración se fueron incrementando en los sucesivos periodos analizados y en el año 2011, llama poderosamente la atención el aumento de los gastos de administración en un 212,16 %.

Interpretación de los índices relacionados con el margen de la empresa

Muestra como resultado final un modesto margen de utilidad neta en los 3 períodos analizados. Dicho reducido margen tiene su origen en la baja utilidad neta que se visualiza, que se explica por el fuerte poder de negociación que tiene el principal proveedor, quien determina casi en su totalidad los precios, los costos y las condiciones

de venta del combustible y sus derivados, sin dejar de tener en cuenta que los precios en este mercado están fuertemente intervenidos por el Estado.

A su vez, en un análisis dinámico, estos indicadores muestran una evolución favorable a lo largo de los ejercicios analizados. De esta manera, las medidas calculadas muestran un importante crecimiento porcentual, impulsado fundamentalmente por un incremento en los ingresos por ventas y una reducción de los costos de ventas en los tres períodos analizados.

Estos resultados muestran una mejora en el nivel de gestión comercial y operativa de la firma, y un incremento en la capacidad de la empresa para generar fondos.

4.2 Informe

Situación financiera de corto plazo

La gestión financiera a corto plazo de la empresa arroja resultados considerablemente positivos, favorecidos por un contexto de expansión de la empresa.

Así mismo, la firma tuvo en los períodos analizados una importante Rotación de los Activos producido fundamentalmente por el proceso de expansión del que fue parte la organización y que le permitió un considerable crecimiento en las ventas reforzado por una buena gestión de sus activos, que siguieron un adecuado proceso de desarrollo organizacional, conservando los niveles de los diferentes rubros en una proporción adecuada y proporcional al tamaño del negocio, aumentando los créditos y el stock de bienes de cambio cuando la demanda así lo requería.

A la hora de evaluar el comportamiento futuro de la empresa, es necesario destacar la buena capacidad de generar ingresos por las operaciones (favorecida por un proceso de expansión de la firma) que permite afrontar sus compromisos de manera holgada e incluso liberar fondos para fortalecer el capital corriente y aumentar los activos fijos, esto se ve

reflejado en renovación de instalaciones para enfrentar aumentos de stock, mayor cantidad de personal, y ofrecer una mayor magnitud de servicios para satisfacer a un número de clientes cada vez mayor.

Pero hay que enfatizar el hecho de que la empresa en general mantiene altos niveles de efectivo porque su actividad genera rápidamente fondos, la empresa todos los días está vendiendo combustible, lo que le permite obtener considerables flujos de fondos de manera cotidiana. Pero esos altos niveles de efectivo que se mantienen, ponen de manifiesto un exceso de liquidez que refleja la existencia de activos ociosos, lo cual se podría traducir como una pérdida de rentabilidad.

Para evitar esta consecuencia se tendría que considerar la implementación de una política más agresiva en la administración del efectivo donde los excedentes se apliquen con mayor rapidez.

Situación financiera de largo plazo

El crecimiento en el pasivo se debe al fuerte incremento en las ventas de la compañía, que le generó la necesidad de comprar una mayor cantidad de bienes de cambio y de trabajar con un número superior de proveedores locales, lo cual incide en el crecimiento del importe de las deudas, pero que están, directamente relacionado con una circunstancia positiva que es el crecimiento del volumen comercializado.

A su vez, esta fuerte inversión en Activos Fijos y en Capital de Trabajo que viene manteniendo la empresa, fue sostenida gracias a las importantes ganancias obtenidas en los últimos períodos, que le permitieron autofinanciarse a partir de la reinversión de las mismas, sin descontar que la distribución de dividendos se mantuvo regularmente. A pesar de ello, se debió recurrir al endeudamiento, que como mencionáramos anteriormente, fue principalmente de corto plazo y de bajo costo.

En virtud de lo analizado previamente, y de acuerdo a la evolución operada en lo referente al endeudamiento, sería conveniente que la empresa aprovechara los beneficios de endeudarse ya que cuenta con fondos suficientes tanto a corto como a largo plazo para enfrentarlo. Con prudencia podría incrementar el apalancamiento financiero para expandirse aun mas en lo referente a capital de trabajo y activos fijos, con lo cual se incrementaría su competitividad y esto se traduce en una mayor rentabilidad tanto del activo como del patrimonio neto, aumentando aún más la rotación, ya que como se mencionó anteriormente, en este tipo de negocios no se puede influir sobre la variable precio

Situación económica

La empresa ha tenido utilidades desde sus inicios. Esta tendencia se ha acentuado en los últimos años, principalmente en el período considerado en el presente trabajo, ya que ha sido una época de expansión del negocio en lo que se refiere a ventas. Por lo tanto en los tres ejercicios considerados, las Ganancias obtenidas han evolucionado positivamente de un año a otro.

Los excelentes resultados de Rentabilidad tanto del Activo como del Patrimonio Neto que muestra la firma, indican en primera instancia, una ordenada gestión de los recursos y una muy buena tasa de recuperación de los propietarios de la firma, fundamentados principalmente por una adecuada Rotación de los Activos, sin acudir al endeudamiento que podría empujar aún más la rentabilidad hacia arriba.

Para el desempeño futuro de la empresa sería conveniente reforzar la tendencia que se viene generando respecto a los costos de venta y tratar en lo posible de reducir los costos de comercialización y de administración que representan una proporción considerable de los ingresos por ventas. De esta forma se podrá incrementar la

rentabilidad aumentando los márgenes con la única variable que puede manejar la empresa que son sus costos, ya que no puede influir sobre el nivel de precios, y se podría reducir la dependencia de los resultados con respecto a la rotación.

CAPITULO 5

PROYECCIÓN DE ESTADOS CONTABLES

5.1 Introducción

Podemos definir a los estados contables proyectados como la síntesis del proceso de presupuestación integral del ente, que expondrán aquello que se espera lograr en un determinado horizonte de planeamiento partiendo de una realidad histórica expuesta en los estados tradicionales, con sujeción a los pronósticos, premisas e hipótesis del planeamiento.

Con su utilización se pretende complementar la información brindada por los estados contables tradicionales, satisfacer mayores exigencias en el conocimiento de la gestión empresarial, así como responder a la necesidad de mayor solidaridad comercial entre entidades económicas.

Como sucede con la totalidad de la información brindada por el sistema contable, los estados proyectados serán de interés tanto para usuarios internos como externos al ente. Así podemos mencionar, a modo de ejemplo, los siguientes:

A nivel interno

1. Directivos
2. Accionistas

A nivel externo

1. Potenciales Inversores
2. Financistas
3. Proveedores

4. Estado

A fin de describir sintéticamente el proceso de elaboración de un juego de estados contables proyectados, podemos enumerar las siguientes etapas:

-Determinación del comportamiento esperado de los componentes de los medios general y específico de la organización tales como proveedores, clientes, gobierno, competidores, etc.

-Del análisis anterior, establecimiento de premisas e hipótesis a ser tenidas en consideración para el cálculo de las estimaciones.

-Determinación de variables críticas que establecerán el punto de partida en la elaboración de los distintos presupuestos. En general, la variable crítica son las ventas, por lo que suponemos -para esta explicación- que se cumple esta premisa.

-Elaboración de los presupuestos. Ejecución de la síntesis presupuestaria, que comprende, como se señaló anteriormente, la confección de los Estados Contables proyectados básicos.

5.2 Explicación de las proyecciones obtenidas

La utilización de la información disponible permite construir un modelo en base a balances publicados anteriormente, y es posible, teniendo en cuenta los indicadores históricos, proyectar estados financieros, suponiendo que la situación histórica se repetirá en el futuro con ciertos sesgos. Para determinar el comportamiento de las estimaciones se pueden considerar la regresión, razones y proporciones o dispersión de los promedios, sin olvidar las características particulares de cada período y de cada rubro o cuenta específica.

La metodología utilizada en el presente trabajo de investigación es una extensión del modelo planteado por Warren & Shelton (1971)²⁶, la cual parte de la igualdad contable del balance, lo que no es otra cosa que la relación entre fuentes y usos de fondos. Es decir, se consideraran como uso de fondos los activos de la empresa y como sus fuentes de financiamiento, los pasivos y el patrimonio.

5.2.1 Proyección de los rubros del activo

- Activo corriente

Activo corriente = PAC x Vtas.

PAC: Proporción histórica calculada anualmente del activo corriente respecto de las ventas.

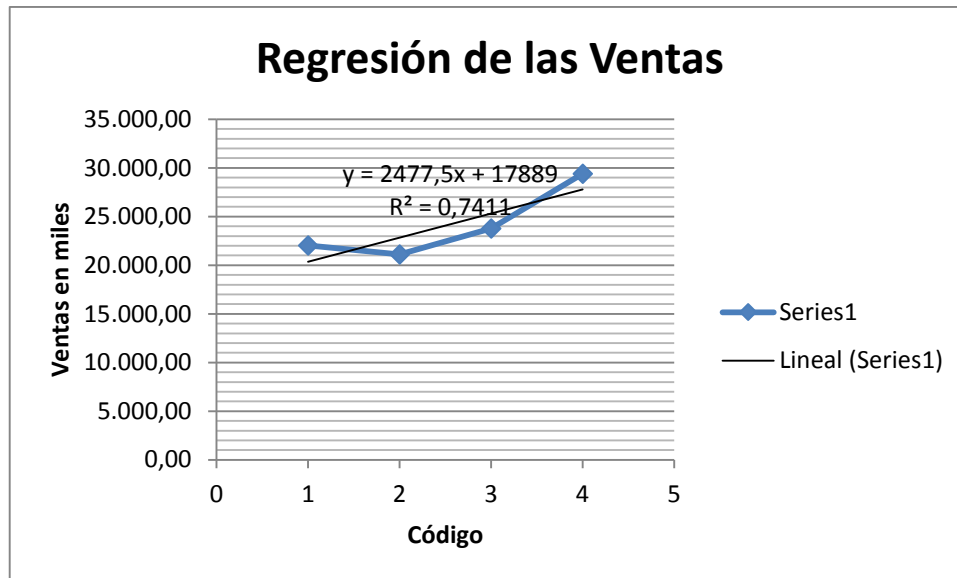
Las ventas para ambos periodos proyectados se obtuvieron por el método de regresión lineal, teniendo en cuenta la tendencia de los tres periodos analizados.

Análisis de regresión de las ventas

Año	Codificación	Ventas (en miles)
2010	1	22.030,73
2011	2	21.121,40
2012	3	23.771,58
2013	4	29.405,57
2014	5	30.277,00

Fuente: Elaboración propia

²⁶ WARREN, JM and SHELTON, JP (1971). "A Simultaneous equation approach to financial planning" Journal of Finance 29: 232-266.



Fuente: Elaboración propia

Ventas (en miles)	Activo Cte.(en miles)	PAC
22.030,73	2.499,49	0,11
21.121,40	2.300,67	0,11
23.771,58	3.801,61	0,16
29.405,57	4.853,66	0,17
30.277,00	Promedio	0,13

Fuente: Elaboración propia

Promedio = **0,13**

Activo corriente (2014) = $0,13 \times 30.277,00 = \mathbf{3.936,01 \text{ (en miles) } = 3.936.010}$

- **Activo no corriente**

Activo no corriente = A no cte. Anterior x (1+ TCA no cte.)

TCA no cte.: Tasa nominal de crecimiento del activo no corriente calculada anualmente.

TCA no cte. (2010) = Faltan datos

TCA no cte. (2011) = $(6.982.873/6.034.730) - 1 = \mathbf{0,16}$

$$\text{TCA no cte. (2012)} = (7.893.318/6.982.873) - 1 = 0,13$$

$$\text{TCA no cte. (2013)} = (8.583.743/7.893.318) - 1 = 0,09$$

$$\text{Promedio} = 0,13$$

$$\text{Activo no corriente (2014)} = 8.583.743 \times (1+0,14) = 9.699.629$$

5.2.2 Proyección de los rubros del pasivo

- **Pasivo corriente**

$$\text{Pasivo corriente.} = \text{PPC} \times \text{Vtas.}$$

PPC: Proporción histórica calculada anualmente del pasivo corriente respecto de las ventas.

Ventas (en miles)	Pasivo Cte.(en miles)	PAC
22.030,73	641,53	0,03
21.121,40	469,12	0,02
23.771,58	1.118,86	0,05
29.405,57	1.268,30	0,04
30.277	Promedio	0,04

Fuente: Elaboración propia

$$\text{Pasivo corriente. (2014)} = 0,04 \times 30.277,00 = 1.211,08 \text{ (en miles)} = 1.211.080$$

- **Pasivo no corriente**

No hay

5.2.3 Proyección del estado de resultados

- **Ventas**

Las ventas netas fueron obtenidas por el método de regresión lineal anteriormente enunciado.

$$\text{Vtas. Netas (2011)} = 30.277,00 \text{ (en miles)} = 30.277.000$$

- **Costo de Vtas.**

Se proyectó en base a la proporción de las ventas del último período.

$$\text{Costo de Vtas. (2014)} = 0,28 \times 30.277,00 = 8.477,56 \text{ (en miles)} = 8.477.560$$

- **Gastos de Administración**

Se consideraron constantes respecto del período anterior.

$$\text{Gastos de Administración (2014)} = 4.517,458 \text{ (en miles)} = 4.517.458$$

- **Gastos de Comercialización**

Se proyectaron en base a la proporción de las ventas del último período.

$$12.186.450/29.405.570 = 0.41$$

$$\text{Gastos de Comercialización (2014)} = 0,41 \times 30.277,00 = 12.413.57 \text{ (en miles)} = 12.413.570$$

5.3 Estados contables proyectados

Estado de Situación Patrimonial

	2014
Activo	
<u>Activo Cte.</u>	3.936.010
<u>Activo no Cte.</u>	9.699.629
Total Activo	13.635.639
Pasivo	
<u>Pasivo Cte.</u>	1.211.080
<u>Pasivo no Cte.</u>	
Total Pasivo	1.211.080
Patrimonio Neto	12.424.559
Total P+ PN	13.635.639

Fuente: Elaboración propia

Estado de Resultados

	2014
Ventas	30.277.000
Costo de ventas	-8.477.560
Ganancia Bruta	21.799.440
Gs. Comercialización	-
	12.413.570
Gs. Administración	-4.517.458
Gan. Antes de Int e Imp.	4.868.412
Res. Financieros	
Gan. Antes de Imp.	4.868.412
Imp. A las Ganancias	-1.606.576
Gan. Del Ejercicio	3.261.836

Fuente: Elaboración propia

CONCLUSION

Se puede observar a lo largo de los tres períodos examinados y relacionando el análisis previo de los distintos aspectos, que la gestión tanto económica como financiera de la empresa arroja resultados ampliamente positivos, favorecidos por un contexto de crecimiento de las ventas.

En el período analizado la Rotación de los Activos fue considerable y le permitió un importante crecimiento en las ventas amparados en una buena gestión de todos sus activos, manteniendo los niveles de los diferentes rubros en una proporción adecuada y proporcional al tamaño del negocio, aumentando los créditos y el stock de bienes de cambio.

Este aumento de la demanda, no hizo incrementar fuertemente el endeudamiento, compuesto en su mayoría por remuneraciones y cargas sociales, deudas fiscales y deudas comerciales con proveedores locales de baja exigibilidad y bajo costo.

Un aspecto relevante en el análisis se da cuando se observan índices de liquidez muy elevados. Respecto a la liquidez general, lo óptimo sería entre 1,5 y 2. Como se observa en este caso al ser mayor que 2 en los tres períodos analizados, indicaría que se tienen activos ociosos, lo cual se podría traducir como una pérdida de rentabilidad.

En lo que se refiere a la prueba ácida, se asevera lo expuesto en el índice anterior, si bien un valor inferior a 1, implicaría la existencia de peligro de cesación de pagos a terceros por insuficiencia de activos corrientes, pero en este caso al ser mayor que 1, indicaría un exceso de liquidez (existencia de activos ociosos). Lo mismo para la liquidez inmediata, lo óptimo sería un valor cercano a 0,3. El valor calculado en los tres períodos analizados, seguiría implicando un exceso de liquidez.

En términos generales la empresa analizada cuenta con una sólida situación tanto en el corto como en el largo plazo. Es saludable financieramente y su rentabilidad es buena, pero como se manifestó anteriormente, la gran parte de todas estas situaciones positivas se deben a la gran liquidez que posee la empresa y lo ínfimo de sus deudas de corto plazo y a la nulidad de obligaciones en el largo plazo.

Si bien, en los tiempos actuales, el tener liquidez no es lo más habitual, la cuestión es ver a qué se debe ese exceso de liquidez, porque no todas las posiciones con sobrante de tesorería tienen por qué ser debidas a una buena gestión. Es posible que se estén desaprovechando la inversión en algunos puntos de la empresa lo que lleve a un ahorro de dinero actualmente pero que, en el largo plazo, se puede volver en contra, bien sea por ahorro en mantenimiento, en falta de inversión en algún punto estratégico, etc.

Si una vez realizado dicho análisis y corregido si hace falta, o puestas las medidas correctoras oportunas, se sigue teniendo un exceso de liquidez en la empresa, lo que se debe analizar es si se trata de una situación puntual o se va a perpetuar en el tiempo, o si realmente la empresa es generadora de liquidez.

Hay infinidad de posibilidades en el mercado para poder rentabilizar dicho exceso de tesorería: con mayor y menor rentabilidad, con mayor y menor riesgo, diversificadas, centralizadas. Un análisis minucioso de su tesorería y de sus parámetros de riesgo, así como el conocimiento del mercado financiero puede ahorrarle alguna consecuencia desfavorable en el futuro.

Otra forma de poder colocar ese excedente sería el descuento por pronto pago. Si se está acostumbrado a pagar a los proveedores a plazo, teniendo esto como una forma de financiación, se podría negociar con ellos un descuento sobre la factura a cambio de pagar

al contado (muchos proveedores locales y menores están dispuestos a conceder una rebaja sobre la factura a cambio de obtener liquidez).

Aunque no lo parezca, se trata de una de las inversiones más rentables que se pueden realizar. Por otra parte, se trata de una inversión con muy poco riesgo, y si la negociación con el proveedor se lleva de forma que ambas partes salgan perfectamente beneficiadas, le da a la empresa una imagen de fortaleza financiera.

Esperando que la información obtenida sea de suma utilidad para los distintos usuarios, se concluye el presente Trabajo Final de Grado, aseverando que el análisis financiero es lo que permite que la contabilidad sea útil a la hora de tomar las decisiones, puesto que la contabilidad si es leída simplemente, no dice nada, y menos para un directivo que poco conoce de la materia, luego el análisis financiero es imprescindible para que la contabilidad cumpla con el objetivo más importante para la que fue ideada, el de servir de base para la toma de decisiones.

BIBLIOGRAFÍA

- Biondi, M. (2004). *Interpretación y análisis de Estados Contables*. Buenos Aires: Errepar.
- Fowler Newton, E. (1996). *Análisis de Estados Contables*. Buenos Aires: Macchi.
- Gitman, L. (2003). *Principios de Administración Financiera*. México: Pearson
- Perdomo, A. (2000). *Elementos Básicos de Administración Financiera*. México: Thomson.
- Pérez J. (2005). *Análisis de Estados Contables: un enfoque de gestión*. Córdoba: UCC
- Senderovich, I. (2000). *Análisis de Estados Contables*. Buenos Aires: Machi.
- Van Horne, J. (1997). *Administración Financiera*. México: Prentice Hall Hispamerica
- Cra Veteri, Liliana. Guía de estudio Sistemas Contables 2. Contador Público. Instituto Universitario Aeronáutico.
- Cr. Priotto, Hugo. Guía de estudio Contabilidad Superior 1. Contador Público. Instituto Universitario Aeronáutico.
- Cr. Priotto, Hugo. Guía de estudio Contabilidad Superior 2. Contador Público. Instituto Universitario Aeronáutico.
- Resoluciones Técnicas F.A.C.P.C.E.