

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE CONTADURÍA PÚBLICA**



**“APLICACIÓN DEL ANÁLISIS FINANCIERO COMO HERRAMIENTA DE DETECCIÓN DE
FACTORES QUE INCIDEN EN LA RENTABILIDAD Y LA TOMA DE DECISIONES
GERENCIALES EN DROGUERÍA M&M, S.A. DE C.V.”**

Trabajo de Investigación presentado por:

Campos Maldonado, Lucy Marilyn

Mejía Marroquín, Evelyn Nohemy

Menjívar Figueroa, Yessica Samantha

Para optar al grado de:

LICENCIADO EN CONTADURÍA PÚBLICA

Febrero del 2011

San Salvador El Salvador, Centro América, 2011.-

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

Rector	: Máster Rufino Antonio Quezada Sánchez
Secretario	: Licenciado Douglas Vladimir Alfaro Chávez
Decano de la Facultad de Ciencias Económicas	: Máster Roger Armando Arias Alvarado
Secretario de la Facultad de Ciencias Económicas	: Máster José Ciriaco Gutiérrez Contreras
Director de la Escuela de Contaduría Pública	: Máster Juan Vicente Alvarado Rodríguez
Coordinador de Seminario	: Licenciado Roberto Carlos Jovel Jovel
Asesores Directores	: Licenciado Jonny Francisco Mercado Carrillo Licenciado Mauricio Ernesto Magaña Menéndez
Jurado Examinador	: Licenciado Mauricio Ernesto Magaña Menéndez Licenciado Víctor René Osorio Amaya

Febrero del 2011
San Salvador, El Salvador, Centro América

AGRADECIMIENTOS

A DIOS TODOPODEROSO

Por habernos iluminado y darnos la capacidad intelectual para superar otra etapa en nuestras vidas y darnos fortaleza para seguir adelante a pesar de los obstáculos que se nos presentaron en el camino.

A NUESTROS PADRES

Por habernos brindado su apoyo moral y económico, educarnos de la mejor manera y darnos sabios consejos para seguir en el camino de la vida.

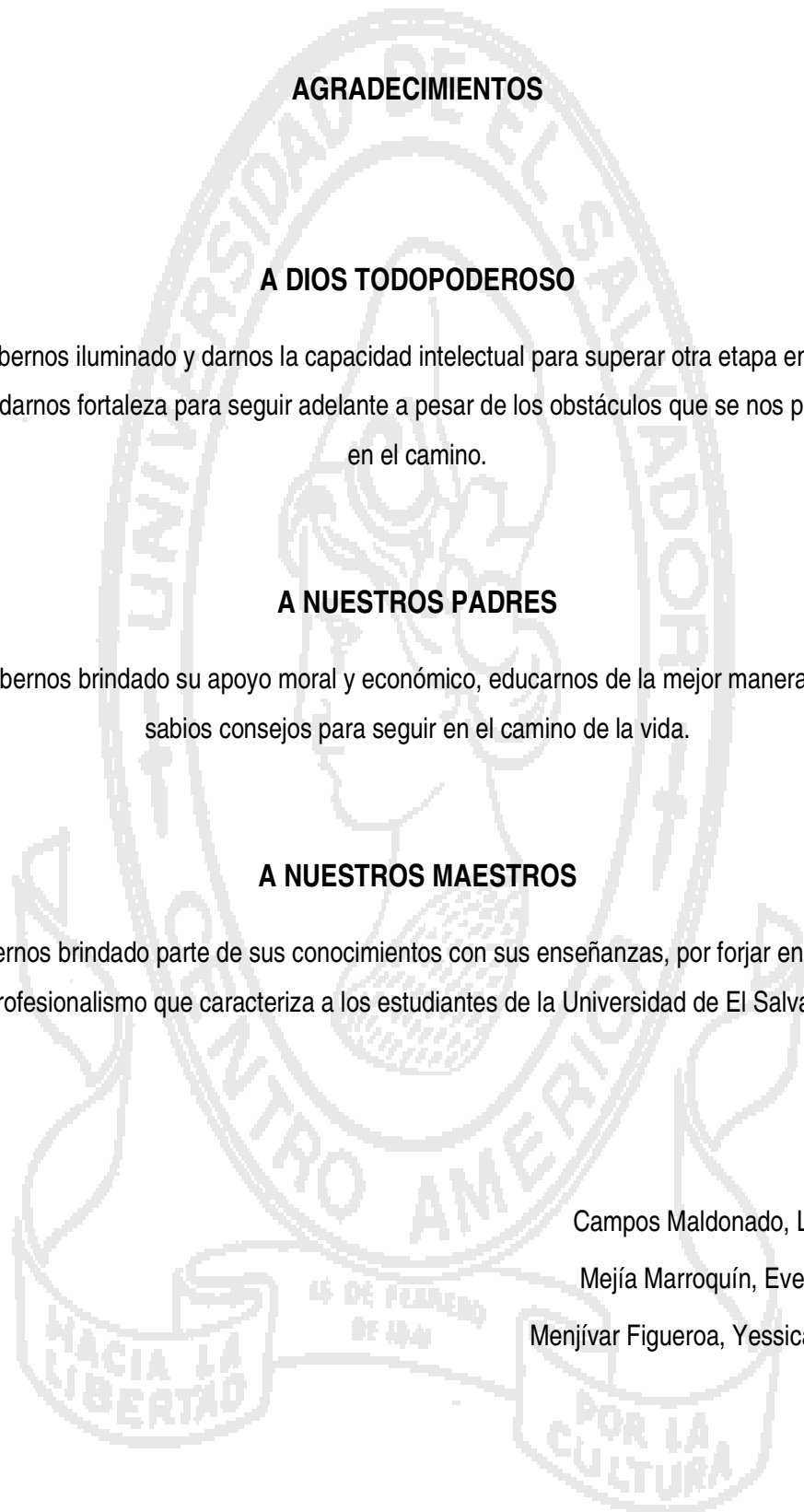
A NUESTROS MAESTROS

Por habernos brindado parte de sus conocimientos con sus enseñanzas, por forjar en nosotros el profesionalismo que caracteriza a los estudiantes de la Universidad de El Salvador.

Campos Maldonado, Lucy Marilyn

Mejía Marroquín, Evelyn Nohemy

Menjívar Figueroa, Yessica Samantha



ÍNDICE

CONTENIDO	Pág
RESUMEN EJECUTIVO	i
INTRODUCCIÓN	ii
CAPITULO I MARCO TEORICO	
1.1.-Antecedentes	1
1.2.-Conceptos	2
1.3.- NATURALEZA, OBJETIVOS E IMPORTANCIA DEL ANÁLISIS FINANCIERO	3
1.3.1.-Naturaleza del análisis financiero	3
1.3.2.-Objetivos del análisis financiero	4
1.3.3.- Importancia del análisis financiero	5
1.4.- CLASIFICACIÓN DE LOS MÉTODOS DEL ANÁLISIS FINANCIERO	5
1.4.1.- Métodos Horizontal	5
1.4.2.- Proyectado o estimado	5
1.4.3.- Razones Financieras	5
1.5.- ANÁLISIS DE RENTABILIDAD	7
1.5.1.- Importancia del análisis de Rentabilidad	7
1.5.2.- Tipos de Rentabilidad	8
1.5.3.- Factores que inciden en la Rentabilidad	9
1.6.- BASE LEGAL Y TÉCNICA	11
1.6.1.- Base Legal	11
1.6.2.- Base Técnica	12
CAPITULO II CASO PRACTICO	
ANÁLISIS FINANCIERO	
2.1.- Lineamientos para elaborar el análisis	13
2.2.- Determinación del Método a Aplicar	17

2.3.- Estados Financieros	19
2.4.- Análisis Financiero Método Horizontal 2008-2009-2010	21
2.5.- Razones Financieras	28
2.5.1.- Razones de liquidez	29
2.5.2.- Razones de eficiencia	33
2.5.3.- Razones de endeudamiento	38
2.5.4.- Razones de rentabilidad	40
2.6.- APLICACIÓN DE SUPUESTO PARA ELABORACIÓN DE PROPUESTA	45
2.7.- FACTORES QUE INCIDEN EN LA RENTABILIDAD Y LA TOMA DE DECISIONES GERENCIALES DE DROGUERÍA, M&M S.A. DE C.V.	47
2.8.- PROPUESTA PARA DROGUERÍA M & M, S.A. DE C.V.	50
Bibliografía	54
ANEXOS	57
A- METODOLOGÍA	
B- TABULACION DE DATOS	
C- DIAGNOSTICO	
D- CUESTIONARIO	
E- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo surge por la falta de utilización de herramientas financieras el cual se realizó por medio de un estudio realizado al sector comercio de las empresas dedicadas a la distribución de productos farmacéuticos, las cuales son necesarias para la toma de decisiones. Actualmente aplican métodos superficiales no sustanciales para poder determinar su rentabilidad.

El objetivo de la investigación es que las droguerías lleven a cabo este tipo de análisis ya que constituye un elemento importante para medir los resultados y de esa forma hacer ver a las empresas la importancia de ello para el logro de sus objetivos y metas, ayudando además en la toma de decisiones oportunas y acertadas para la consecución de los mismos.

La metodología utilizada se basa en el método del análisis financiero, por el hecho que una herramienta de esta calidad debe de analizarse desde sus elementos integradores, su forma de desarrollo y la importancia que suscita la utilización de estos para el sector en estudio. Para tal fin se calculó una muestra de 20 empresas sujetas a análisis, diseñando un cuestionario para la recolección de datos que contiene veintinueve preguntas respecto a la temática tratada; en las cuales se analizarán los factores que inciden en la rentabilidad de las empresas, utilizando como herramienta el análisis a través de ratios financieros y el método horizontal para la toma de decisiones.

Como resultado de ésta investigación se confirmó que las empresas cuentan con algunas herramientas para medir la rentabilidad y tomar decisiones gerenciales, que no son las más adecuadas para un buen análisis financiero, ya que se basan en la elaboración de informes presupuestarios, los cuales no se confrontan con la realidad, además no utilizan los ratios

Un análisis financiero es importante porque a través de éste se puede medir y controlar la gestión que se realiza la cual debe estar alineada a la misión, visión y estrategias y así poder tomar decisiones acertadas respecto a las necesidades y perspectivas del negocio.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad las empresas dedicadas a la distribución de productos farmacéuticos para consumo humano, establecidas en El Salvador cuentan con escasas herramientas para determinar la rentabilidad y que ello les faciliten la toma de decisiones gerenciales buenas y oportunas. Actualmente lo hacen en forma empírica, es decir, se basan en el crecimiento que reflejan las ventas de un mes respecto a otro y así poder determinar si su negocio es rentable o no.

El análisis financiero se fundamenta en la aplicación de herramientas y de un conjunto de técnicas que se aplican a los estados financieros, con el propósito de obtener medidas y relaciones cuantitativas que señalen el comportamiento, no sólo del ente económico sino también de algunas de sus variables más significativas e importantes. Con el análisis financiero se evalúa la realidad de la situación y comportamiento de una entidad. El uso de la información contable para medir la rentabilidad y la toma de decisiones es un procedimiento sumamente necesario para los gerentes. Esta información por lo general muestra los puntos fuertes y débiles que deben ser reconocidos; los primeros para utilizarlos como fuerzas facilitadoras y los segundos para adoptar acciones correctivas.

Con la aplicación del análisis financiero se busca que la medición de la rentabilidad sea a través de sus resultados y en la realidad y liquidez de la situación financiera de la empresa, para poder determinar su estado actual y predecir su evolución en el futuro, esto por medio de las herramientas financieras aplicadas a los estados financieros y demás datos que sean necesarios para brindar una propuesta financiera acertada a los beneficios que le entidad persigue. El método horizontal y las razones financieras utilizadas para la detección de factores que inciden en la rentabilidad son muy importantes, porque proporcionan información fiable y oportuna para la toma de decisiones gerenciales.

CAPITULO I: MARCO TEORICO

1.1 Antecedentes

Las droguerías en El Salvador se originan con la creación de la Ley de Farmacias, en la cuál en uno de sus apartados se establece que los laboratorios nacionales se dedicarían exclusivamente a la fabricación de medicamentos; no así, a la distribución y venta de los mismos. Por lo cual, ante esta restricción de carácter legal, los dueños de los laboratorios nacionales promovieron la creación de un establecimiento en donde se distribuirían al por mayor los productos farmacéuticos y cosméticos que ellos fabricaban, al que denominaron “Droguería”. Es así, como surgieron las primeras droguerías en el país durante los años 1920-1932.

Algunas de las entidades que se han relacionado con las Droguerías, laboratorios y farmacias son la Facultad de Química y Farmacia de la Universidad de El Salvador, fundada en el año de 1868 y legalizada en 1893 en el ejercicio farmacéutico. Posteriormente surge en el país el Consejo Superior de Salud Pública (CSSP) con la capacidad jurídica para contraer derechos y adquirir obligaciones e intervenir en juicios relacionados con actos que atenten contra la salud.

Algunas de las grandes Droguerías actuales iniciaron como pequeños establecimientos o farmacias, como el caso de droguería Santa Lucia; en la actualidad, el número de droguerías autorizadas por el Consejo Superior de Salud Pública, previo informe de la Junta de Vigilancia de la Profesión Químico Farmacéutica asciende a 279, las cuáles se encuentran ubicadas en distintos departamentos del territorio nacional¹.

¹ SEGURA MAURICIO, AMILCAR; VELASQUEZ GUZMAN, VERONICA; VIERA OSTORGA, YENNI GUADALUPE. Tesis Diseño de un Sistema Organizacional aplicable en la empresa Químico Farmacéutica Butter Pharma. UES.

1.2 Conceptos

Droguerías

“Se consideran como droguerías los establecimientos donde se venden medicinas, drogas, productos químicos y farmacéuticos y especialidades farmacéuticas de patente solamente al por mayor: por consiguiente, en estos no se despachan recetas ni se vende al menudeo”,² este tipo de operaciones son realizadas únicamente en locales llamados farmacias. Las droguerías deben contar con un registro y estar autorizados para la distribución de sus productos al por mayor.

Rentabilidad

La rentabilidad es la utilidad o beneficio obtenido en una entidad; por ejemplo: un negocio es rentable cuando genera más ingresos que egresos, un cliente lo es si los ingresos son mayores que los gastos y un área o departamento de una empresa es porque los costos son menores que las entradas de efectivo. Una definición más precisa es la siguiente: es un índice que mide la relación entre utilidades o beneficios y la inversión o los recursos que se utilizaron para obtenerlos.

Razones Financieras

Se define como la relación numérica entre dos cuentas o grupos de cuentas del balance general o del estado de resultados, dando un coeficiente o producto.

1.3.- NATURALEZA, OBJETIVOS E IMPORTANCIA DEL ANÁLISIS FINANCIERO

1.3.1. Naturaleza del análisis financiero

El análisis financiero es una rama del saber cuyos fundamentos y objetivos giran en torno a la obtención de medidas y relaciones cuantitativas para la toma de decisiones, a través de la aplicación de instrumentos y técnicas matemáticas sobre cifras y datos suministrados por contabilidad, transformándolos para su debida interpretación. En consecuencia, el proceso del

² MARTÍNEZ FRANCISCO ALONSO. Prontuario del Químico Farmacéutico de el Salvador, El Salvador 4ª ed. Editorial DRUCK, S.A. DE C.V. Ley de Farmacias p. 115

análisis financiero se fundamenta en la aplicación de herramientas y de un conjunto de técnicas que se aplican a los estados financieros y demás datos complementarios, con el propósito de obtener medidas y relaciones cuantitativas que señalen el comportamiento, no sólo del ente económico sino también de algunas de sus variables más significativas e importantes.

La fase gerencial del análisis financiero se desarrolla en distintas etapas y su proceso cumple diversos objetivos.

Figura 1 FASE GERENCIAL



Fuente: elaboración propia

Así mismo, las técnicas del análisis financiero contribuyen a la obtención de las metas asignadas a cualquier sistema gerencial de administración financiera, al brindar al gerente indicadores y otras herramientas que permitan realizar un seguimiento permanente y tomar decisiones acerca de cuestiones tales como:

- a) Supervivencia
- b) Evitar riesgos de pérdida o insolvencia
- c) Competir eficientemente
- d) Maximizar la participación en el mercado
- e) Minimizar los costos
- f) Agregar valor a la empresa
- g) Mantener un crecimiento uniforme en utilidades

1.3.2 Objetivos del análisis financiero

Los objetivos del análisis financiero no pueden hacerse sin involucrar los propósitos de la información financiera. Dichos objetivos persiguen, básicamente informar sobre la situación financiera y económica de la empresa, los cambios en su situación patrimonial y sus flujos de efectivo para que los diversos usuarios puedan:

- a) Conocer, estudiar, comparar y analizar las tendencias de las diferentes variables financieras que intervienen o son producto de las operaciones económicas de una empresa;
- b) Evaluar la situación financiera de la organización; es decir, su solvencia y liquidez así como su capacidad para generar recursos;
- c) Verificar la coherencia de los datos informados en los estados financieros con la realidad económica y estructural de la empresa;
- d) Tomar decisiones de inversión y crédito, con el propósito de asegurar su rentabilidad y recuperabilidad;
- e) Determinar el origen y las características de los recursos financieros de la empresa: de donde provienen, como se invierten y que rendimiento generan o se puede esperar de ellos;
- f) Calificar la gestión de los directivos y administradores, por medio de evaluaciones globales sobre la forma en que han sido manejados sus activos y planificada la rentabilidad, solvencia y capacidad de crecimiento del negocio.

En general, los objetivos del análisis financiero se fijan en la medición de la rentabilidad de la empresa a través de sus resultados y en la realidad y liquidez de su situación financiera, para poder determinar su estado actual y predecir su evolución en el futuro. Por lo tanto, el cumplimiento de estos objetivos dependerá de la calidad de los datos, cuantitativos y cualitativos, e informaciones financieras que sirven de base para el análisis.

1.3.3 Importancia del análisis financiero

Con el análisis financiero se evalúa la realidad de la situación y comportamiento de una entidad, más allá de lo estrictamente contable, así mismo la interpretación de los datos obtenidos, permite a la gerencia medir el progreso comparando los resultados alcanzados con las operaciones planeadas y los controles aplicados, además informa sobre la capacidad de endeudamiento, su rentabilidad y su fortaleza o debilidad financiera, esto facilita el análisis de la situación económica de la empresa para la toma de decisiones.

1.4.- CLASIFICACIÓN DE LOS MÉTODOS Y RAZONES DEL ANÁLISIS FINANCIERO

1.4.1. Método Horizontal:

Lo que se busca es determinar la variación absoluta o relativa que haya sufrido cada cuenta de los estados financieros en un período respecto a otro. La comparación se puede realizar a través de los Estados Financieros en períodos largos (años) y cortos (meses). Los beneficios de este método son:³

- Sirve de base para el análisis de las fuentes y usos de efectivo o capital de trabajo en la elaboración del estado de cambios en la situación financiera y flujos de efectivo.
- Muestra el crecimiento o decremento porcentual, simple o ponderado.
- Muestra los impactos de los agentes externos, que se observan en las causas y efectos de los resultados.

1.4.2. Proyectado o estimado

Este método se aplica para analizar estados financieros pro-forma y presupuestos.

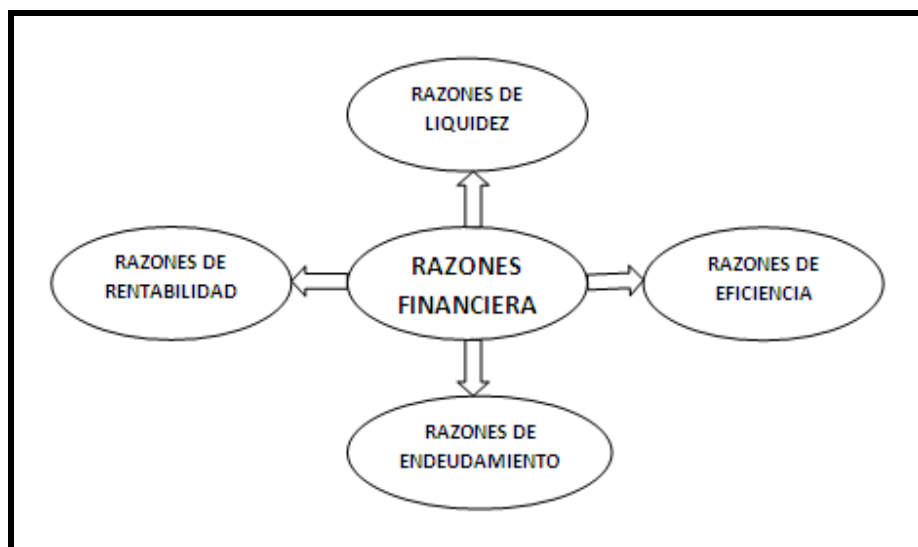
1.4.3. Razones financieras

Uno de los instrumentos más usados para realizar el análisis financiero de una entidad es la utilización de las razones financieras, ya que éstas pueden medir en un alto grado la eficacia y comportamiento de la empresa. Éstas presentan una perspectiva amplia de la situación

³ Administración Financiera I Manuel de Jesús Fornos

financiera, puede precisar el grado de liquidez, de rentabilidad, el apalancamiento financiero o endeudamiento, solvencia y todo lo que tenga que ver con su actividad. Las razones financieras se muestran a continuación:⁴

Figuran 2 Áreas Básicas del Análisis (Método de razones simples)



Fuente: elaboración propia

Liquidez: el análisis de liquidez permite estimar la capacidad de la empresa para atender sus obligaciones en el corto plazo.

Eficiencia: estas miden el grado de eficiencia con el cuál una entidad emplea las diferentes categorías de activo que posee o utiliza en sus operaciones, teniendo en cuenta su velocidad de recuperación, expresando el resultado mediante índices o número de veces.

⁴ Lic. Manuel de Jesús Fornos ;Material proporcionado en administración financiera I, año 2006

Endeudamiento: llamadas también de apalancamiento financiero indican el monto del dinero de terceros que se utiliza para generar utilidades, éstas son de gran importancia ya que comprometen a la entidad en el transcurso del tiempo.

Rentabilidad: también llamadas de rendimiento se emplean para medir la eficiencia de la administración de la empresa, para controlar los costos y gastos en que deben incurrir y así convertir las ventas en ganancias y actividades.⁵

1.5.- ANÁLISIS DE RENTABILIDAD

1.5.1.- Importancia del análisis de rentabilidad

La importancia de este viene determinado partiendo de los objetivos a que se enfrenta una empresa, basado unos en la rentabilidad o beneficio, otros en el crecimiento y la estabilidad, en todo análisis empresarial el centro de discusión tiende a situarse en la polaridad entre rentabilidad y seguridad o solvencia como variables fundamentales de toda actividad económica.

En la economía, la rentabilidad financiera es considerada como aquel vínculo que existe entre el lucro económico que se obtiene de determinada acción y los recursos que son requeridos para la generación de dicho beneficio. En toda actividad económica es necesaria la contemplación de un riesgo para la obtención de una devolución económica y si es en definitiva rentable o no la forma en que una empresa invierte fondos en determinadas operaciones para generar ingresos a cambio.

El estudio de la rentabilidad consiste en evaluar la capacidad de la empresa para generar resultados positivos en un período determinado. Su preparación se da, fundamentalmente, sobre los elementos del estado de resultados, sin embargo, es necesario relacionarlos con cada componente del balance, porque son los activos operacionales los que permiten generar las utilidades.

⁵ Análisis e Interpretación de Estados Financieros - Perdomo Moreno, Abraham

1.5.2.- Tipos de rentabilidad

Rentabilidad económica (R.O.A.)

La rentabilidad económica se ha considerado como una medida de la capacidad de los activos de una entidad para generar valor con independencia de cómo han sido financiados, lo que permite la comparación entre empresas sin que la diferencia en las distintas estructuras financieras puesta de manifiesto en el pago de intereses, afecte al valor de la rentabilidad. Ésta es importante porque permite:

- Medir la capacidad de una empresa para generar valor sin tomar en cuenta su financiamiento.
- Comparar los resultados entre diferentes entidades, sin tomar en cuenta los préstamos y el interés que se paga por los mismos.
- Medir la eficiencia de la gestión empresarial, es decir, saber si se está administrando en forma adecuada a la empresa.
- Conocer los resultados de la entidad y determinar si es o no, independiente de su financiamiento.

Rentabilidad financiera (R.O.E.)

Es una medida referida a un determinado periodo de tiempo del rendimiento obtenido por el capital propio de las entidades, generalmente con independencia de la distribución del resultado. La rentabilidad financiera puede considerarse como una medida más beneficiosa para los accionistas o propietarios de las entidades, que la económica, porque se busca maximizar el interés de cada uno. Además, si es insuficiente supone una limitación por dos vías en el acceso a nuevos fondos propios: primero porque indica que los recursos generados internamente por la empresa son de bajo nivel; y segundo porque la financiación externa se puede restringir. Medir este tipo de rentabilidad permite:

- Dar información precisa a los propietarios o accionistas de la empresa, acerca de la marcha del negocio.
- Conocer la forma y el monto en que se generan los ingresos propios de la entidad.

- Con esta información, se pueden tomar algunas decisiones financieras importantes para la empresa como: Recurrir al financiamiento interno o externo, ampliar el capital o hacer una combinación de financiamiento con la ampliación.

1.5.3.- FACTORES QUE INCIDEN EN LA RENTABILIDAD

Existen factores primordiales que influyen en la rentabilidad, los cuales se detallan a continuación:

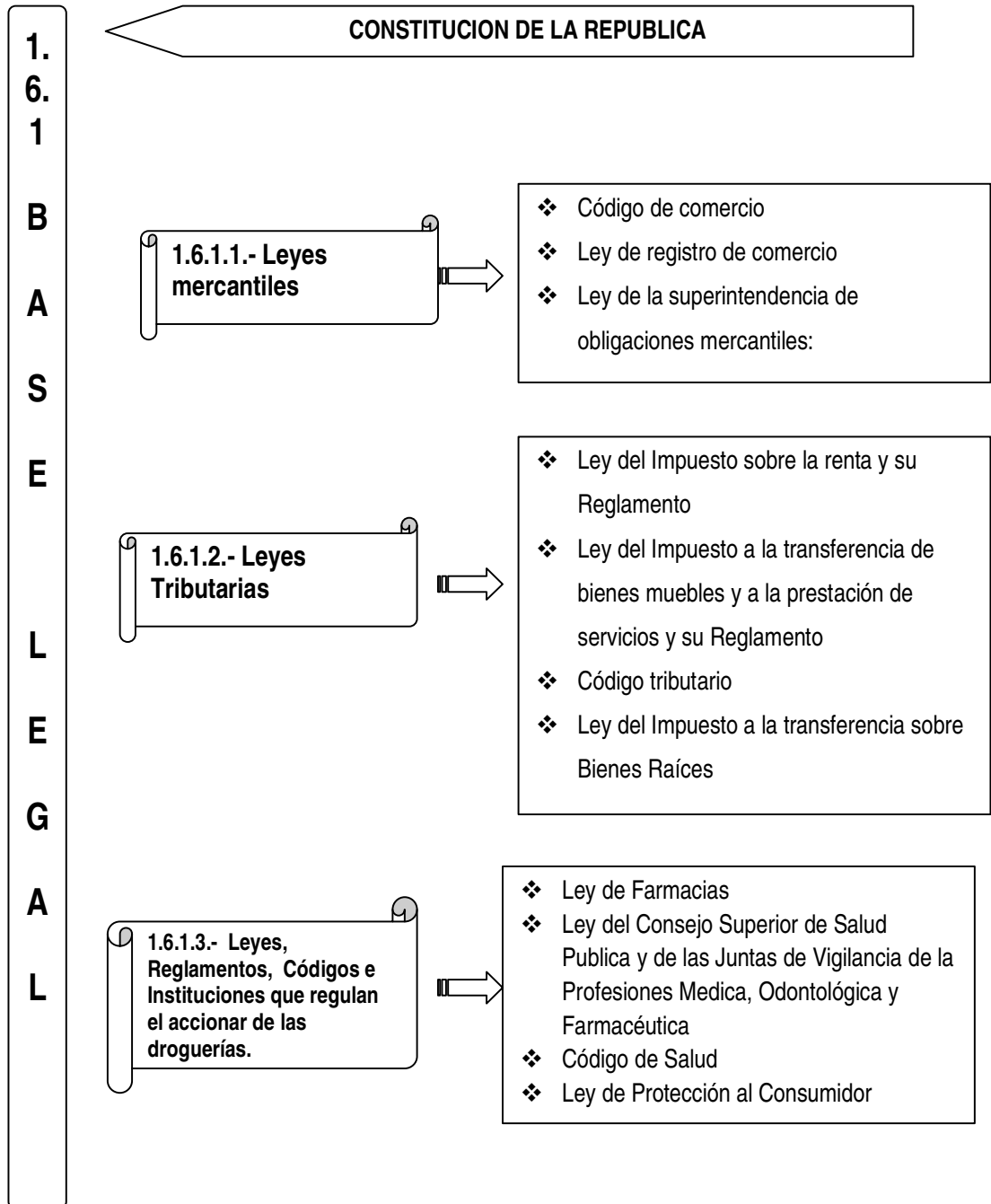
a) CUALITATIVOS

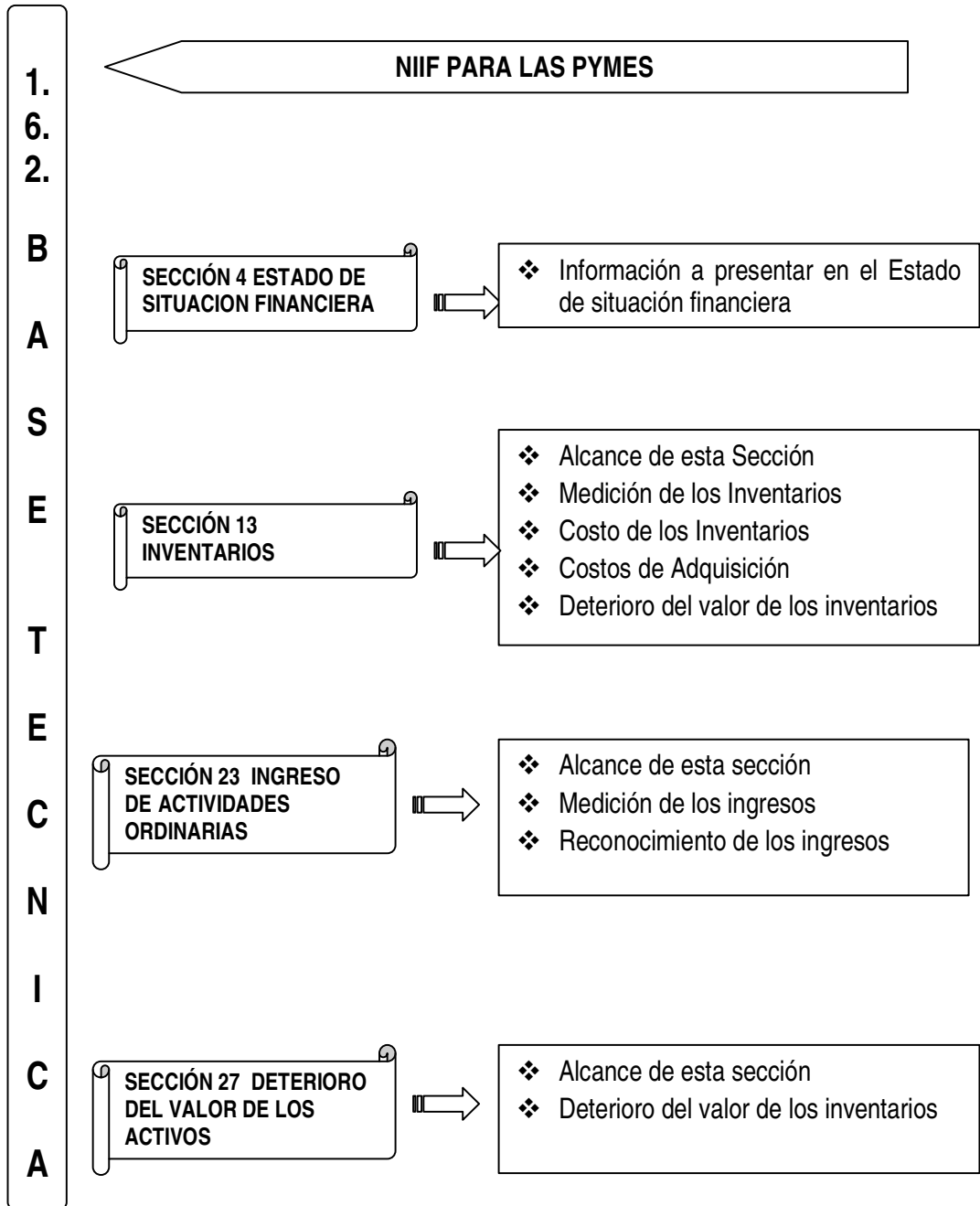
- i) Calidad de producto/servicio: Todo dependerá del nivel de satisfacción o conformidad del cliente. Sin embargo, la calidad es el resultado de un esfuerzo arduo, se trabaja de forma eficaz para poder satisfacer el deseo del consumidor.
- ii) Integración vertical: comprende un conjunto de decisiones que por su naturaleza, se sitúan a nivel corporativo de una organización. Dichas decisiones son:
 - Establecer la relación de la empresa con las audiencias relevantes fuera de sus límites, fundamentalmente sus proveedores, distribuidores y clientes.
 - Identificar las circunstancias bajo las cuales dichos límites y relaciones deberían cambiar para aumentar y proteger la ventaja competitiva de la empresa.
- iii) Comunicación interna para la toma de decisiones.
- iv) Durabilidad del producto.
- v) Servicio post-venta.
- vi) Liderazgo.
- vii) Capacitación del personal.

b) CUANTITATIVOS

- i) Participación de Mercado: este tipo de estudio es realizado con la finalidad de determinar el peso que tiene una empresa o marca en el mercado. Se mide en términos de volumen físico o cifra de negocios. Estas cifras son obtenidas mediante investigaciones por muestreo y la determinación de los tamaños poblacionales.
- ii) Intensidad de la inversión: cuando se invierte se hace con el fin de obtener plusvalía sobre lo invertido.
- iii) Inversión monetaria: es colocar el dinero en instrumentos financieros, llámense acciones, bonos, fondos mutuos, esperando más dinero a cambio.
- iv) Tasa de crecimiento del mercado: es la manera en la que se cuantifica el progreso o retraso que experimenta un producto en el mercado en un período determinado.
- v) Las variaciones en cuentas por cobrar debido a incrementos en las ventas, flexibilización en plazos de cobros, gestión de cobro de cartera.
- vi) Las oscilaciones en el inventario por incrementos o disminuciones en la demanda del mercado, restricción en las políticas de importación, incrementos en los precios.
- vii) Los movimientos en los pasivos debido a cambios en las políticas de financiamiento, expansión financiada con recursos externos.
- viii) Gastos operativos: son aquellos en los que se incurre para el desarrollo de las actividades de la empresa como por ejemplo: administrativos y de ventas.

1.6.- BASE LEGAL Y TÉCNICA





CAPITULO II: CASO PRÁCTICO

ANÁLISIS FINANCIERO DE DROGUERÍA M&M, S.A. DE C.V.

Dentro de todo ente económico, es necesario que se tenga información precisa de las diversas áreas que componen una empresa: cómo está operando, los recursos que necesita, todo lo relevante que pueda servir para decidir en torno a ella, la información que es proporcionada por los departamentos y secciones que intervienen y están relacionadas con las mismas, son insuficientes para llevar a cabo un análisis que permita tomar decisiones acertadas.

La problemática surge cuando en la entidades como Droguería M&M, S.A. de C.V. no se implementan herramientas financieras para medir la rentabilidad y determinar los factores que inciden en ella, como los altos costos de los productos que importa, gastos operativos, posicionamiento alto o bajo en el mercado, dependencia de los laboratorios-productores entre otros, estos impactan directamente en los resultados de estas y en consecuencia por la falta de un estudio por parte de la gerencia, se tomen decisiones inadecuadas que no le permitan obtener un uso más productivo y lucrativo de los recursos, así mismo se formulan objetivos imposibles, estrategias que restrinjan una comprensión realista e integral de las actividades que realizan para obtener los niveles de rentabilidad.

2.1.- Lineamientos para elaborar el análisis

Para el análisis financiero, es necesario identificar la información pertinente y utilizar herramientas que permitan un tratamiento adecuado de esa información, así como determinar el método que se aplicará a los estados financieros. A continuación se presentan los elementos que integrará el análisis a realizar en la empresa en estudio:

a) Antecedentes de la empresa

En la década de los 90', cuando se comienza a observar un mayor interés e inversión por parte de entidades locales en el mercado privado farmacéutico es fundada Droguería M&M, S.A. de C.V. en el año de 1998, la cual ha formado a través del tiempo relaciones estratégicas con

laboratorios de reconocimiento internacional para distribuir medicamentos para uso humano, convirtiendo así la compra y venta de estos en su actividad principal. La comercialización de dichos productos es llevada a cabo a nivel nacional a través de visitas a farmacias, médicos, hospitales y licitaciones con el gobierno.

b) Estrategia General de la empresa

Caracterizar siempre a la empresa por la calidad de sus productos, atención personalizada a sus clientes y rapidez en la entrega de los productos.

c) Objetivos de la empresa

Brindar calidad en el servicio al cliente y mantener solidez en las operaciones mercantiles.

d) Misión de la empresa

Ser una droguería competitiva en el mercado, brindar calidad en el servicio al cliente y mantener solidez en las operaciones mercantiles.

e) Visión

Ubicarse en la mente de los clientes como una de las mejores opciones en precio y calidad, convirtiéndose en una de las droguerías con mayor participación de mercado en El Salvador.

f) Nivel de Mercado.

Los productos son distribuidos a nivel nacional en cuatro zonas (central, paracentral, oriental, occidental) para cubrirlas, la empresa despliega ocho vendedores cuatro para la central y uno para la paracentral; uno para el occidente y dos para el oriente del país. El perfil de los clientes más selectos se encuentra entre:

- Cadenas de Farmacias
- Instituciones de Gobierno
- Hospitales
- Médicos independientes

- Clientes particulares
- Clínicas

La promoción de los productos que se comercializan está a cargo de los representantes de los laboratorios con los que la droguería tiene convenios.

g) Organigrama:

Asamblea General de Accionistas

Formada por los accionistas de la empresa

Auditor Externo

Responsable de emitir una opinión sobre la razonabilidad de las cifras contenidas en los estados financieros.

Gerencia General

Es la responsable de ejercer la administración a través de la planificación, organización, supervisión y control de las actividades de la empresa.

Gerencia administrativa

Encargado de planear, ejecutar y dirigir la gestión administrativa y operativa de la empresa.

Auditor Interno

Es el encargado de verificar las fortalezas y suficiencia de los controles que se aplican dentro de la empresa.

Departamento de Ventas

Está integrado por un grupo de vendedores encargados de realizar la distribución de los productos en los diferentes puntos del país.

Departamento de Bodega y Reparto

Está compuesto por el Jefe de bodega, dos asistentes encargados de despachar los productos a los clientes y tres personas de repartir o llevar el producto a los clientes.

Departamento de Créditos y Cobros

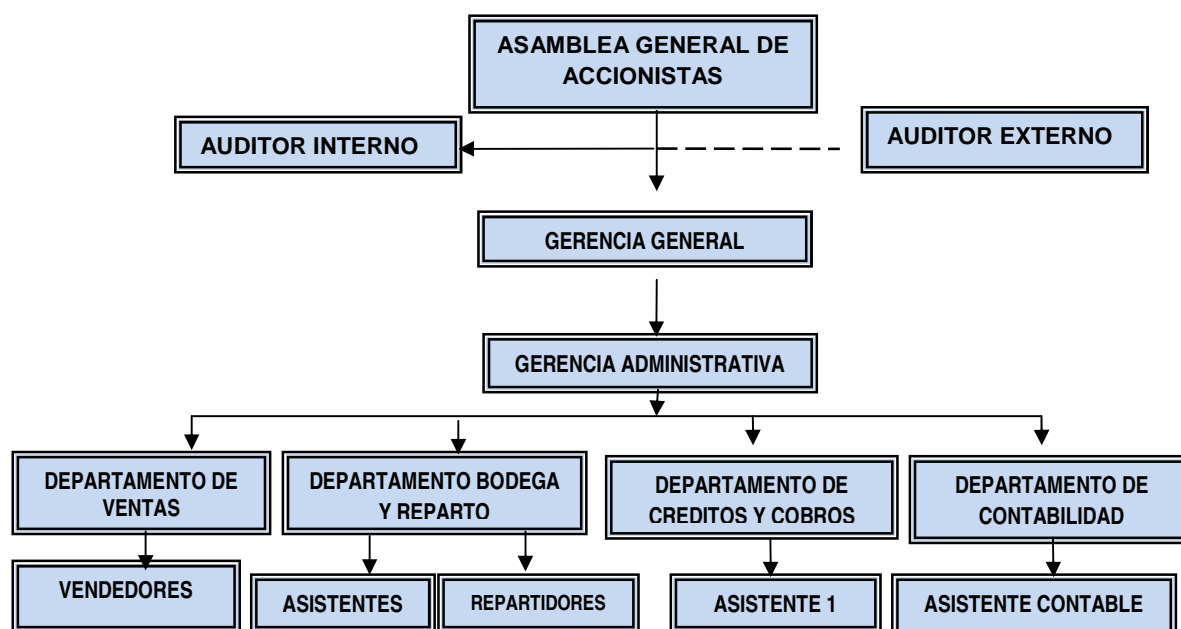
Este departamento conformado por: la encargada de créditos y cobros y su asistente.

Departamento de Contabilidad

Integrado por el contador general y asistente contable.

Figura 3

ASPECTOS ORGANIZACIONALES



h) Las principales políticas que la empresa posee son:

Área Comercial o Ventas

La empresa cuenta con una unidad de atención a los clientes, la cual es la encargada de la captación de los pedidos de los vendedores y clientes a través de llamadas telefónicas a las oficinas. Se mantiene una relación estrecha con los clientes de cartera y con los nuevos, el manejo de clientes es por medio de un registro de cada uno a través de un sistema integrado con el área contable.

- La política de recuperación de la empresa es de 30 a 90 días, más de 90 se considera mora.
- Los descuentos son variables y dependen del tipo de cliente, la línea del producto que se solicite y de la cantidad a comprar.
- Algunos de los descuentos son proporcionados solo si el proveedor lo autoriza ya que este es reintegrado a la droguería posteriormente.
- Las bonificaciones de productos se rigen por tablas proporcionadas por cada laboratorio de manera periódica.

- Los productos vencidos son retirados de las farmacias con dos y hasta tres meses de anticipación los cuales son recibidos por la droguería para luego ser devueltos a los laboratorios correspondientes.

Área Contable

Los registros de las operaciones realizadas son llevados a través de Sistemas Contables Computarizados, aplicando las siguientes políticas contables y normativas requeridas:

- El periodo de pago a los proveedores es variante de acuerdo a los convenios con cada uno de ellos estos van: Proveedores locales a 30 y 60 días; Proveedores del exterior de 60, 75 y 90 días.
- El método de registro de inventarios es el Permanente o Perpetuo.
- La valuación del inventario es por el método del Costo Promedio.
- La estimación para cuentas incobrables se realiza sobre el saldo que presentan las cuentas por cobrar al finalizar el ejercicio contable calculando un 5%.
- La estimación para obsolescencia de inventarios no es realizada ya que la droguería regresa a los laboratorios con dos meses de anticipación los medicamentos que están por vencer; así mismos son regresados los productos que vienen averiados o incompletos.
- Las depreciaciones son calculadas por el método de línea recta en los porcentajes permitidos por la ley de acuerdo al tipo de activo.

2.2.- Determinación del método a aplicar

Es indudable que entre las diversas cifras que contienen los estados financieros existen algunas relaciones que conviene determinar numéricamente. Se puede decir que las razones que se pueden obtener de los estados financieros son ilimitadas, puesto que dependen de los problemas que se estén estudiando y los diversos acontecimientos que de alguna manera influyen.

La aplicación de razones simples es el más utilizado para analizar la información financiera, y consiste en relacionar una partida con otra, o bien, un grupo de partidas con otro. Para el caso en

estudio se aplican las siguientes razones tomando en consideración que se utilizan aquellas que guardan relación directa con la rentabilidad de la empresa:

- Liquidez
- Eficiencia
- Rentabilidad
- Endeudamiento

Otro de los métodos a utilizar para este análisis es el horizontal, para determinar la variación relativa y porcentual, las semejanzas y diferencias existentes entre rubros y cuentas que contienen los estados financieros.

Los estados financieros

En este análisis los estados financieros de la empresa son parte fundamental de información que se utiliza, estos generalmente se presentan en forma comparativa para los años 2008-2009 y 2009-2010, procurando que la terminología sea totalmente accesible a los usuarios de la información y de acuerdo a los principios y normativa contable vigente en el país. Para los estados financieros (balance general y el estado de resultados) del año 2010 se proyectaron las cifras para los meses de julio a diciembre, utilizando el método de tendencia. Este proceso consiste en establecer la tendencia porcentual presentada en el año 2009 con respecto al año 2008, dichas proyecciones se realizan por separado, estado de resultados, el balance general y con los datos obtenidos se procede a realizar el flujo de efectivo mensual para determinar un dato más preciso del efectivo al finalizar el año 2010.

Para la realización del análisis financiero a la empresa Droguería M & M, S.A. de C.V., se utilizó los estados financieros de los años 2008-2009 y 2010 proyectado, los cuales se presentan a continuación:

2.3.- ESTADOS FINANCIEROS, BALANCE GENERAL Y ESTADO DE RESULTADOS

DROGUERIA M&M, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE					
BALANCE GENERAL AL 31 DE DICIEMBRE DE 2008-2010					
(EXPRESADO EN DOLARES US)					
	2008		2009		2010
<u>ACTIVO CORRIENTE</u>					
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES	\$ 272.309,47	\$	429.215,73	\$	632.884,47
DEUDORES COMERC. Y OTRAS CTAS.					
CLIENTES	\$ 617.240,35	\$	781.370,79	\$	813.201,07
DOC. POR COBRAR	\$ 30.438,60	\$	11.790,80	\$	-
LABORATORIOS	\$ 159.438,44	\$	333.845,49	\$	379.026,20
OTRAS CUENTAS X COBRAR	\$ 2.834,79	\$	10.280,45	\$	48.890,48
OTROS DEUDORES VARIOS					
PREST. A ACCIONISTAS	\$ 7.636,25	\$	10.552,63	\$	54.129,69
ESTIMAC. PARA CTAS. INCOBRABLES					
CUENTAS INCOBRABLES	\$ -19.750,62	\$	-32.917,70	\$	-39.750,85
INVENTARIOS	\$ 606.211,44	\$	684.782,27	\$	701.301,02
GASTOS PAGADOS POR ANTICIPADO	\$ 2.832,38	\$	5.988,10	\$	6.089,05
IVA- CREDITO FISCAL	\$ 72.749,74	\$	85.869,83	\$	94.069,19
INVERSIONES A CORTO PLAZO	\$ 22.857,14	\$		\$	
	\$ 1.774.797,98	\$	2.320.778,39	\$	2.689.840,32
<u>ACTIVO NO CORRIENTE</u>					
PROPIEDAD PLANTAY EQUIPO					
BIENES DEPRECIABLES	\$ 364.530,76	\$	364.683,85	\$	405.279,06
DEPRECIACION ACUMULADA	\$ -82.714,01	\$	-109.658,83	\$	-137.073,54
	\$ 281.816,75	\$	255.025,02	\$	268.205,52
TOTAL ACTIVO	\$ 2.056.614,73	\$	2.575.803,41	\$	2.958.045,84
<u>PASIVO CORRIENTE</u>					
DOCUMENTOS POR PAGAR (S.G.R)					
VTO. A CORTO PLAZO	\$ 10.300,00	\$	10.500,00	\$	1.365,51
ACREEDORES COMERCIALES					
PROVEEDORES	\$ 268.630,78	\$	638.224,24	\$	606.280,61
OTRAS CUENTAS POR PAGAR (S.G.R)	\$ 5.036,42	\$	4.442,50	\$	9.429,92
IMPUESTOS POR PAGAR ISR	\$ 60.869,46	\$	35.287,56	\$	73.872,73
	\$ 344.836,66	\$	688.454,30	\$	690.948,77
<u>PASIVO NO CORRIENTE</u>					
PROVISION PARA OBLIG. LABORALES	\$ 15.679,30	\$	16.114,82	\$	16.087,67
PREST. A LARGO PLAZO REF. 400000-59-02658	\$ 136.105,67	\$	125.099,84	\$	85.349,00
	\$ 151.784,97	\$	141.214,66	\$	101.436,67
	\$ 496.621,63	\$	829.668,96	\$	792.385,44
<u>PATRIMONIO</u>					
CAPITAL SOCIAL					
CAPITAL MINIMO	\$ 11.428,57	\$	11.428,57	\$	11.428,57
CAPITAL VARIABLE	\$ 173.805,70	\$	173.805,70	\$	173.805,70
RESERVA LEGAL	\$ 57.164,03	\$	57.164,03	\$	57.164,03
<u>UTILIDADES NO DISTRIBUIDAS</u>					
UTILIDADES ACUMULADAS	\$ 1.040.120,04	\$	1.317.594,80	\$	1.503.736,15
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 277.474,76	\$	186.141,35	\$	419.525,95
	\$ 1.559.993,10	\$	1.746.134,45	\$	2.165.660,40
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 2.056.614,73	\$	2.575.803,41	\$	2.958.045,84
F _____	F _____		F _____		
Contador General	Representante Legal		Auditor Externo		

DROGUERIA M&M, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE			
ESTADOS DE RESULTADOS DE LOS PERIODOS DE 2008-2010			
(EXPRESADO EN DOLARES US)			
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2008 - 2010			
	2008	2009	2010
VENTAS NETAS	\$2.312.808,65	\$2.828.750,49	\$3.048.342,96
MENOS:			
COSTO DE VENTAS	\$1.624.233,56	\$2.208.206,25	\$2.225.956,72
UTILIDAD BRUTA	\$ 688.575,09	\$ 620.544,24	\$ 822.386,24
MENOS:			
GASTOS DE OPERACIÓN	\$ 315.405,14	\$ 384.002,03	\$ 396.637,04
GASTOS DE VENTA	\$ 160.831,30	\$ 169.278,83	\$ 225.956,60
GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 154.573,84	\$ 214.723,20	\$ 170.680,44
MENOS:			
GASTOS NO OPERACIONALES			
GASTOS FINANCIEROS	\$ 4.783,37	\$ 13.274,12	\$ 12.282,28
UTILIDAD DE OPERACIÓN Y DE NO OPERACIÓN	\$ 368.386,58	\$ 223.268,09	\$ 413.466,92
MAS:			
INGRESOS POR OPERACIONES DISCONTINUAS	\$ -	\$ 187,81	\$ -
INTERESES GANADOS	\$ -	\$ 187,81	
MAS:			
RESULTADOS EXTRAORDINARIOS ACREEDORES	\$ 4.685,32	\$ 39.395,32	\$ 145.989,56
INGRESOS EXTRAORDINARIOS	\$ -	\$ -	\$ -
OTROS INGRESOS	\$ 4.685,32	\$ 39.395,32	\$ 145.989,56
UTILIDAD ANTES DE RESERVAS E IMPUESTOS	\$ 373.071,90	\$ 262.851,22	\$ 559.456,48
RESERVA LEGAL 7%	\$ -	\$ -	\$ -
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 373.071,90	\$ 262.851,22	\$ 559.456,48
MAS GASTOS NO DEDUCIBLES	\$ 9.316,67	\$ 43.988,25	\$ 265,65
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 382.388,57	\$ 306.839,47	\$ 559.722,13
IMPUESTOS SOBRE LA RENTA	\$ 95.597,14	\$ 76.709,87	\$ 139.930,53
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 277.474,76	\$ 186.141,35	\$ 419.525,95
F _____	F _____	F _____	
Contador General	Representante Legal	Auditor Externo	

NOTA: según la información proporcionada por la gerencia la reserva legal según acta de asamblea general de accionistas se dejó de calcular a partir del año 2007, pues ya había sobrepasado el mínimo legal establecido en el código de comercio

2.4.- ANÁLISIS FINANCIERO MÉTODO HORIZONTAL 2008-2009-2010

Al realizar el análisis a Droguería M&M, S.A. de C.V., se aplicó el método horizontal al balance general y estado de resultados los cuales se presentan de manera comparativa reflejando las variaciones relativas y porcentuales los cuales se presentan a continuación con su debida interpretación financiera.

Balance General comparativo de los años 2008-2010

BALANCE GENERAL AL 31 DE DICIEMBRE DE 2008-2010 (EXPRESADO EN DOLARES US)							
	2008	2009	2010	VARIACIONES PORCENTAJES 2008-2009		VARIACIONES PORCENTAJES 2009-2010	
ACTIVO CORRIENTE							
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES	\$ 272,309,47	\$ 429,215,73	\$ 632,884,47	\$ 156,906,26	57,62%	\$ 203,668,74	47,45%
DEUDORES COMERC. Y OTRAS CTAS.							
CLIENTES	\$ 617,240,35	\$ 781,370,79	\$ 813,201,07	\$ 164,130,44	26,59%	\$ 31,830,28	4,07%
DOC. POR COBRAR	\$ 30,438,60	\$ 11,790,80	\$ -	\$ -18,647,80	-61,26%	\$ -11,790,80	-100,00%
LABORATORIOS	\$ 159,438,44	\$ 333,845,49	\$ 379,026,20	\$ 174,407,05	109,39%	\$ 45,180,71	13,53%
OTRAS CUENTAS POR COBRAR	\$ 2,834,79	\$ 10,280,45	\$ 48,890,48	\$ 7,445,66	262,68%	\$ 38,610,03	375,57%
OTROS DEUDORES VARIOS							
PREST. A ACCIONISTAS	\$ 7,636,25	\$ 10,552,63	\$ 54,129,69	\$ 2,916,38	38,19%	\$ 43,577,06	412,95%
ESTIMAC. PARA CTAS. INCOBRABLES							
CUENTAS INCOBRABLES	\$ -19,750,62	\$ -32,917,70	\$ -39,750,85	\$ -13,167,08	66,67%	\$ -6,833,15	20,76%
INVENTARIOS	\$ 606,211,44	\$ 684,782,27	\$ 701,301,02	\$ 78,570,83	12,96%	\$ 16,518,75	2,41%
GASTOS PAGADOS POR ANTICIPADO	\$ 2,832,38	\$ 5,988,10	\$ 6,089,05	\$ 3,155,72	111,42%	\$ 100,95	1,69%
IVA CREDITO FISCAL	\$ 72,749,74	\$ 85,869,83	\$ 94,069,19	\$ 13,120,09	18,03%	\$ 8,199,36	9,55%
INVERSIONES A CORTO PLAZO	\$ 22,857,14	\$ -	\$ -	\$ -22,857,14	0,00%	\$ -	0,00%
	\$1,774,797,98	\$2,320,778,39	\$2,689,840,32	\$ 545,980,41	30,76%	\$ 369,061,93	15,90%
ACTIVO NO CORRIENTE							
PROPIEDAD PLANTAY EQUIPO							
BIENES DEPRECIABLES	\$ 364,530,76	\$ 364,683,85	\$ 405,279,06	\$ 153,09	0,04%	\$ 40,595,21	11,13%
DEPRECIACION ACUMULADA	\$ -82,714,01	\$ -109,688,83	\$ -137,073,54	\$ -26,944,82	32,58%	\$ -27,414,71	25,00%
	\$ 281,816,75	\$ 255,025,02	\$ 268,205,52	\$ -26,791,73	-9,51%	\$ 13,180,50	5,17%
TOTAL ACTIVO	\$2,056,614,73	\$2,575,803,41	\$2,958,045,84	\$ 519,188,68	25,24%	\$ 382,242,43	14,84%
PASIVO CORRIENTE							
DOCUMENTOS POR PAGAR (SGR)							
VITO A CORTO PLAZO	\$ 10,300,00	\$ 10,500,00	\$ 1,365,51	\$ 200,00	1,94%	\$ -9,134,49	-87,00%
ACREEDORES COMERCIALES							
PROVEEDORES	\$ 268,630,78	\$ 638,224,24	\$ 606,280,61	\$ 369,593,46	137,58%	\$ -31,943,63	-5,01%
OTRAS CUENTAS POR PAGAR (SGR)	\$ 5,036,42	\$ 4,442,50	\$ 9,429,92	\$ -503,92	-11,79%	\$ 4,987,42	112,27%
IMPUESTOS POR PAGAR ISR	\$ 60,869,46	\$ 35,287,56	\$ 73,872,73	\$ -25,581,90	-42,03%	\$ 38,585,17	109,34%
	\$ 344,836,66	\$ 688,454,30	\$ 690,948,77	\$ 343,617,64	99,65%	\$ 2,494,47	0,36%
PASIVO NO CORRIENTE							
PROVISION PARA CUB. LABORALES	\$ 15,679,30	\$ 16,114,82	\$ 16,087,67	\$ 435,52	2,78%	\$ -27,15	-0,17%
PREST. A LARGO PLAZO REF. 40.000.59-02688	\$ 136,105,67	\$ 125,099,84	\$ 85,349,00	\$ -11,005,83	-8,09%	\$ -39,750,84	-31,78%
	\$ 151,784,97	\$ 141,214,66	\$ 101,436,67	\$ -10,570,31	-6,96%	\$ -39,777,99	-28,17%
	\$ 496,621,63	\$ 829,668,96	\$ 792,385,44	\$ 333,047,33	67,06%	\$ -37,283,52	-4,49%
PATRIMONIO							
CAPITAL SOCIAL							
CAPITAL MÍNIMO	\$ 11,428,57	\$ 11,428,57	\$ 11,428,57	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%
CAPITAL VARIABLE	\$ 173,805,70	\$ 173,805,70	\$ 173,805,70	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%
RESERVA LEGAL	\$ 57,164,03	\$ 57,164,03	\$ 57,164,03	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%
UTILIDADES NO DISTRIBUIDAS							
UTILIDADES ACUMULADAS	\$ 1,040,120,04	\$ 1,317,594,80	\$ 1,503,736,15	\$ 277,474,76	26,68%	\$ 186,141,35	14,13%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 277,474,76	\$ 186,141,25	\$ 419,525,95	\$ -91,333,41	-32,92%	\$ 233,384,60	125,38%
	\$ 1,599,993,10	\$ 1,746,134,45	\$ 2,165,660,40	\$ 186,141,35	11,93%	\$ 419,525,95	24,03%
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$2,056,614,73	\$2,575,803,41	\$2,958,045,84	\$ 519,188,68	25,24%	\$ 382,242,43	14,84%
F Contador General	F Representante Legal	F Auditor Externo					

ANÁLISIS

Incrementos en el efectivo

Según se puede observar en el análisis horizontal del balance general de Droguería M&M, S.A. DE C.V. muestra una tendencia de aumento en la cuenta de efectivo y equivalente de \$272,309.47 disponibles en caja y bancos en el año 2008, se pasa a \$429,215.73 para el año 2009, para el 2010 la proyección del efectivo alcanza los \$632,884.47 siendo el incremento porcentual del 57.62% entre el periodo 2008-2009 y del 47.45% para los años 2009-2010.

Factores que inciden en el crecimiento del efectivo

Los incrementos al efectivo se pueden atribuir principalmente a las utilidades netas obtenidas en el 2008 y 2009 las cuales fueron de \$277,474.76 y \$186,141.35 respectivamente las que de acuerdo a la tendencia que presentan permiten proyectar para el 2010 utilidades de \$419,525.95; así mismo en el 2009 se obtuvo un financiamiento bancario de \$125,000.00 y la recuperación de la inversión a corto plazo de \$22,857.14; para el año 2010 se observa un incremento en las ventas de \$ 219,592.46 esto significa que del total de ventas en este año que fue de \$3,048,342.96 el 98% de estas ventas fueron al crédito por lo que el 2% representa las de contado cuyo monto es de \$60,966.86 estos ingresaron directamente al efectivo y equivalentes; así mismo en este año se recuperan documentos a cobrar por \$11,790.80; a pesar del aumento que refleja la cuenta por cobrar, cabe mencionar que no todos los clientes presentan mora en sus cuentas, por lo cual durante los ejercicios se ha recuperado efectivo de estas ventas y el restante es el mostrado al finalizar dichos periodos.

Incrementos en las cuentas por cobrar

Estas muestran un crecimiento importante entre los años 2008-2009 de \$617,240.35 en el año 2009 pasa a una cartera de \$781,370.79 significando un crecimiento del 26.59% en dicho periodo; para el 2010 se proyecta un aumento razonable de 4.07%.

Factores que inciden en el crecimiento de las cuentas por cobrar

El crecimiento que se observa de las cuentas por cobrar en el periodo estudiado, es debido a que no existe un departamento de cobranza para realizar gestiones de cobro a los clientes que presentan morosidad mayor a la establecida en las políticas de la empresa, por lo que se ha dificultado el mantenimiento de una cartera sana. Según datos obtenidos de la cartera de clientes la mora de 90 días asciende a 15% de la cartera total en el 2008 incrementándose para el 2009 a un 30% del total de esta. El alza en las cuentas por cobrar a laboratorios en el periodo 2008-2009 corresponden a las cantidades en concepto de producto vencido, bonificaciones y descuentos que son adeudados por estos, sin embargo, para el 2010 la proyección fue menor al 2009 ya que se implementaron políticas para la recuperación respecto a esta cuenta entre algunas están:

- Estructuración de un proceso de aprobación de cliente para otorgar o no un crédito y el tiempo establecido para cancelarlo.
- Contratación de personal para el departamento de créditos y cobros que monitoree los saldos de los clientes, así como un sistema informático que permita llevar registros apropiados de los estos.
- Contratar a personal que desempeñe la función de cobranza.
- Contactar por teléfono a los clientes con morosidad mayor a los plazos establecidos e inmediatamente eliminar el crédito a estos.
- Contratar servicios de cobranza por vía jurídicas con aquellos clientes con los que ya se agoto todo tipo de recurso.

Incremento en los inventarios

Los inventarios mantuvieron un crecimiento normal en los años 2008-2009 de \$606,211.44 y \$684,782.77 los que significa un incremento de 12.96% para este periodo, para el ejercicio proyectado 2009-2010 el crecimiento es de 2.41%.

Factores que inciden en el crecimiento de los inventarios.

Como se observa en la cuenta de inventarios la variación del año 2009 respecto al 2008 se debe a que se realizaron más importaciones de mercaderías para cubrir la demanda, la cual tiene su impacto en el alza de la ventas del 22.31% para el 2009, así mismo este tipo de empresa recurre al aprovisionamiento de mercadería en el mes de noviembre para cubrir las ventas de diciembre-enero porque sus proveedores reinician labores hasta enero del siguiente año y los pedidos tardan en promedio un mes para completar la importación; para el 2009-2010 se proyecta que el comportamiento de las compras se mantendrá en relación al el 2008-2009.

Incremento en los activos no corrientes.

Los activos no corrientes crecieron \$ 2.056,614.73 en el 2008 a \$ 2.575,803.41 en el 2009 significando un crecimiento del 25.24% en dicho periodo, según muestra la proyección en el 2010 el incremento en estos será del 14.84% respecto al 2009.

Factores que inciden en el crecimiento de activos no corrientes

El aumento más significativo se debe a que en el año 2010 se hizo una remodelación a la bodega del inmueble que la compañía adquirió en el año 2008 al que trasladarán las oficinas de la empresa, así mismo por compras de mobiliario y equipo de oficina.

Incremento y disminuciones en los pasivos

En la posición de los pasivo corrientes el rubro que mas impacta son los proveedores para el año 2008-2009 el saldo por pagar era de \$ 268,630.78 y de \$ 638,224.24 respectivamente mostrando una variación de 137.58% de acuerdo a lo proyectado, para el periodo 2009-2010 este rubro disminuye significativamente ya que se efectuaron los pagos correspondientes. El pasivo no corriente presenta una disminución en la cuenta de préstamos a largo plazo de \$ 11,005.83 en el año 2009 respecto al 2008. Así mismo, en la proyección para el 2010 se espera que la reducción de esta sea de \$ 39,750.84.

Factores que inciden en el incremento y disminución del pasivo

Como se observa la cuenta de proveedores varia para el año 2009 en 137% respecto al 2008 ya que se realizaron mucho más compras de mercaderías al crédito las cuales no se cancelaron en su totalidad debido a los plazos establecidos para efectuar dichos pagos. Para la proyección del 2010 se espera se cancele parte de la deuda al crédito contraída con los proveedores ya que refleja una disminución en 5.01%. Los decrementos observados en el rubro del pasivo no corriente se deben a que la empresa ha cancelado las cuotas correspondientes al año 2009 del préstamo hipotecario contraído en el 2008. Así mismo, se espera para la proyección del 2010 esta tendencia se mantenga.

Aumento y disminuciones del patrimonio

La variaciones más significativa de este rubro son las utilidades ya que para el año 2008 la empresa obtuvo una utilidad neta de \$277,474.76 y para el 2009 de \$186,141.35 representado una disminución de 32.99% en relación al 2008. La proyección de año 2010 muestra una utilidad del ejercicio de \$419,525.95. Siendo esta un incremento del 125.38% respecto al 2009.

Factores que inciden en el aumento y disminución del patrimonio.

El capital de la sociedad no muestra aumentos y disminuciones en el periodo estudiado ya que no se han realizado capitalizaciones de utilidades ni aumentos por emisión de nuevas acciones.

Estado de resultado comparativo de los años 2008-2010

DROGUERIA M&M SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE							
COMPARATIVO DE RESULTADOS DE LOS PERIODOS DE 2008-2010							
(EXPRESADO EN DOLARES US)							
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2008 - 2010							
				VARIACIONES PORCENTAJES		VARIACIONES PORCENTAJES	
	2008	2009	2010	2008-2009	2008-2009	2009-2010	2009-2010
VENTAS NETAS	\$ 2,312,808,65	\$ 2,828,750,49	\$ 3,048,342,96	\$ 515,941,84	22,31%	\$ 219,592,47	7,76%
MENOS:							
COSTO DE VENTAS	\$ 1,624,233,56	\$ 2,208,206,25	\$ 2,225,956,72	\$ 583,972,69	35,95%	\$ 17,750,47	0,80%
UTILIDAD BRUTA	\$ 688,575,09	\$ 620,544,24	\$ 822,386,24	\$ (68,030,85)	-9,88%	\$ 201,842,00	32,53%
MENOS:							
<u>GASTOS DE OPERACIÓN</u>	\$ 315,405,14	\$ 384,002,03	\$ 396,637,04	\$ 68,596,89	21,75%	\$ 12,635,01	3,29%
GASTOS DE VENTA	\$ 160,831,30	\$ 169,278,83	\$ 170,680,44	\$ 8,447,53	5,25%	\$ 1,401,61	0,83%
GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 154,573,84	\$ 214,723,20	\$ 225,956,60	\$ 60,149,36	38,91%	\$ 11,233,40	5,23%
MENOS:							
<u>GASTOS NO OPERACIONALES</u>							
GASTOS FINANCIEROS	\$ 4,783,37	\$ 13,274,12	\$ 12,282,28	\$ 8,490,75	177,51%	\$ (991,84)	-7,47%
UTILIDAD DE OPERACIÓN Y DE NO OPERACIÓN	\$ 368,386,58	\$ 223,268,09	\$ 413,466,92	\$ (145,118,49)	-39,39%	\$ 190,198,83	85,19%
MAS:							
INGRESOS POR OPERACIONES DISCONTINUAS	\$ -	\$ 187,81	\$ -	\$ 187,81	0,00%	\$ (187,81)	-100,00%
INTERESES GANADOS	\$ -	\$ 187,81	\$ -	\$ 187,81	0,00%	\$ (187,81)	-100,00%
MAS:							
RESULTADOS EXTRAORDINARIOS ACREEDORES	\$ 4,685,32	\$ 39,395,32	\$ 145,989,56	\$ 34,710,00	0,00%	\$ 106,594,24	270,58%
INGRESOS EXTRAORDINARIOS							
OTROS INGRESOS	\$ 4,685,32	\$ 39,395,32	\$ 145,989,56	\$ 34,710,00	0,00%	\$ 106,594,24	270,58%
UTILIDAD ANTES DE RESERVAS E IMPUESTOS	\$ 373,071,90	\$ 262,851,22	\$ 559,456,48	\$ (110,220,68)	-29,54%	\$ 296,605,26	112,84%
RESERVA LEGAL 7%	\$ -	\$ -	\$ -			\$ -	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 373,071,90	\$ 262,851,22	\$ 559,456,48	\$ (110,220,68)	-29,54%	\$ 296,605,26	112,84%
MAS GASTOS NO DEDUCIBLES	\$ 9,316,67	\$ 43,988,25	\$ 265,65	\$ 34,671,58	372,15%	\$ (43,722,60)	-99,40%
	\$ 382,388,57	\$ 306,839,47	\$ 559,722,13	\$ (75,549,10)	-19,76%	\$ 252,882,66	82,42%
IMPUESTOS SOBRE LA RENTA	95,597,14	76,709,87	139,930,53	\$ (18,887,27)	-19,76%	\$ 63,220,66	82,42%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	277,474,76	186,141,35	419,525,95	\$ (91,333,40)	-32,92%	\$ 233,384,60	125,38%
F _____	F _____	F _____					
Contador General	Representante Legal	Auditor Externo					

ANÁLISIS

Aumento en las ventas y costos

Las ventas reflejan un crecimiento importante para la empresa entre el periodo 2008-2009, de \$2.312,808.65 pasan a \$2.828,750.49 originándose un incremento de \$515,941.84 equivalente al 22.31% en relación con el periodo anterior; para el año 2010 se proyecta un crecimiento de \$219,592.47 que corresponde a 7.76% en relación al año 2009. Sin embargo al aumentar los volúmenes de ventas los costos por la venta de estos sufrieron variaciones significativas entre el 2008 y 2009 en un 35.95% equivalentes a \$583,972.69.

Factores que inciden en el aumento de ventas y costos

Este incremento se debe principalmente al aumento en los volúmenes de ventas por la relación directa que existe entre ellos y debido a que los proveedores establecieron políticas respecto a los gastos como: fletes, seguros y otros por la importación de los productos farmacéuticos, los cuales eran absorbidos por los laboratorios y hoy por la entidad, así mismo las compras aumentaron. El cambio es menos significativo para el 2010 y su incidencia en los costos se proyecta con una variación de 0.80%.

El alza en los costo en el 2009 originan que la utilidad bruta disminuyan en \$68,030.85 reflejando un 9.88% en relación al 2008 sin embargo para el 2009-2010 se observa una tendencia a la estabilización entres las ventas y los costos de estas ya que la variación en la utilidad bruta es de 32.53% permitiendo cubrir los gastos de operación e impuestos y proporcionar un margen de utilidad más alto a los socios de esta.

Aumento en los gastos operativos y los factores que afectan.

Una de las áreas que se vuelve de suma importancia en todo análisis es los gastos de operación, las variaciones que se observan en estos se vuelven relevantes cuando por sentido común dentro de una empresa los gastos de ventas deberían ser mayor a los gastos de administración, para los años 2008-2009 la variación observada es de 5.25% para los de ventas y 38.91% administración, igual es el caso para el 2009-2010 pero en menor proporción manteniendo 0.83%

y 5.83% respectivamente, se puede decir que la gerencia no cumplió con el monitoreo o con la elaboración de presupuestos que mantuvieran niveles razonables de gastos en la empresa. Respecto a los gastos financieros el alza mostrada en esta cuenta de 177.51% para los años 2008-2009 es debido a los intereses que se están pagando por el préstamo adquirido con una institución bancaria para la compra de un inmueble en el 2008; la baja en el 2009-2010 de 7.47% se origina por el hecho que la empresa esta abonando a la deuda una cantidad mayor al mínimo establecido por el banco por lo que existe más abono a capital y menos pago de intereses.

Aumento y/o disminución de las utilidades

La utilidad neta del ejercicio 2009 se ve reducida en \$ 91,333.40 principalmente por el incremento en el costo de venta; sin embargo para el 2010 se prevé que la utilidad de los socios logrará mejorar a las utilidades obtenidas en el año 2008 y superara distancialmente las del ejercicio 2009.

Factores que afectan la utilidad neta

Durante el periodo analizado la empresa siempre obtuvo utilidades a pesar de los factores externos que la afectan (crisis financiera mundial) a nivel interno las estrategias de mercado y ventas no solo lograron mantener los volúmenes de venta, sino mejorarlos para el 2010; así mismo los descuentos sobre compras que autorizaron los laboratorios permitieron una mayor penetración en la demanda ya existente y lograron atraer nuevos clientes.

2.5.- RAZONES FINANCIERAS

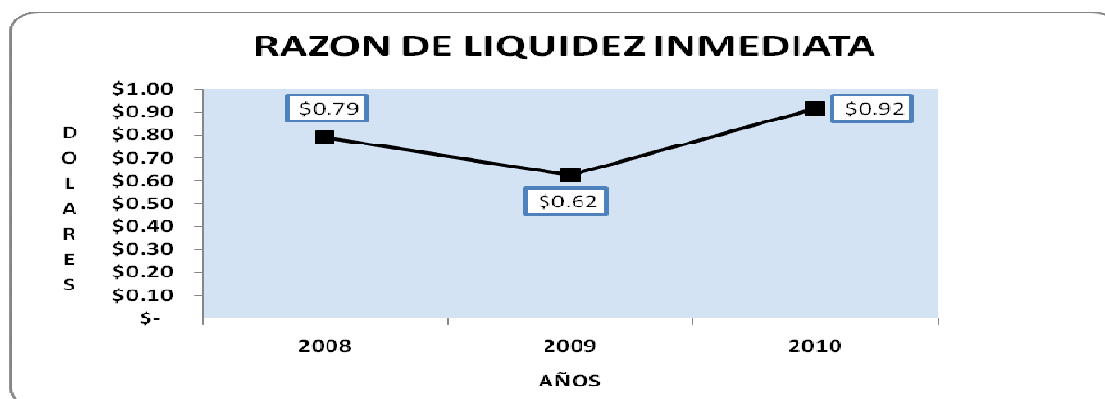
Para medir la rentabilidad y tomar decisiones financieras es necesario utilizar las herramientas disponibles tales como: las razones de liquidez, eficiencia, endeudamiento y rentabilidad las cuales serán aplicadas a los estados financieros utilizando los rubros aplicables a cada una de ellas, a continuación se presentan las tablas, gráficos y análisis respectivos.

2.5.1.- RAZONES DE LIQUIDEZ

TABLA 1

RAZONES DE LIQUIDEZ	2008	2009	2010
RAZON DE LIQUIDEZ INMEDIATA	\$ 0.79	\$ 0.62	\$ 0.92
Efectivo y Equivalentes	\$ 272,309.47	\$ 429,215.73	\$ 632,884.47
Pasivo Corriente	\$ 344,836.66	\$ 688,454.30	\$ 690,948.75

GRAFICA # 1.

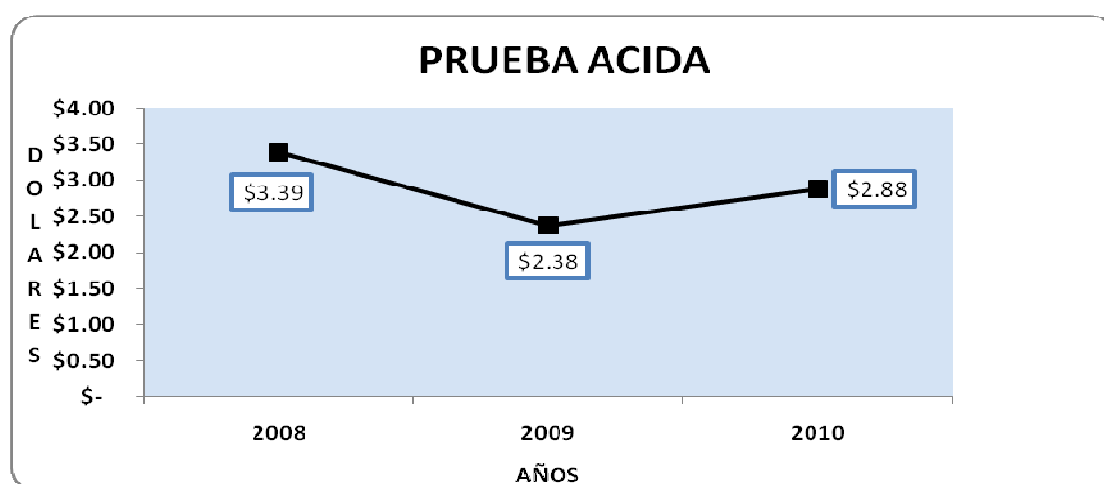


Análisis: Como lo muestran los datos presentados en la gráfica, la empresa del 2008-2009 tuvo una disminución en su liquidez inmediata debido a que en el 2008 contaba con \$0.79 ctvs., para cubrir sus deudas a corto plazo y para el 2009 únicamente \$0.62, sin embargo existe un incremento en las cuentas por cobrar debido a que las ventas en su mayoría fueron realizadas al crédito, para el año 2010 se observa un crecimiento de \$0.30 ctvs., respecto al 2009 porque se espera recuperar los documentos por cobrar, aumentar las ventas, disminuir los costos para obtener dicho superávit. Sin embargo hay que tomar en cuenta que para que la empresa pueda seguir cubriendo su pasivo circulante no solamente es necesario aumentar el periodo de rotación del sus inventarios, sino también vigilar el cumplimiento de los pagos de sus clientes en los periodos establecidos por la empresa, por lo que se considera que los datos mostrados en la grafica no son aceptables ya que no cubren su pasivo corriente.

TABLA 2

RAZONES DE LIQUIDEZ	2008	2009	2010
PRUEBA ACIDA	\$ 3.39	\$ 2.38	\$ 2.88
Activo Corriente - Inventario	\$ 1168,586.54	\$ 1635,996.12	\$ 1988,539.30
Pasivo Corriente	\$ 344,836.66	\$ 688,454.30	\$ 690,948.75

GRAFICO # 2

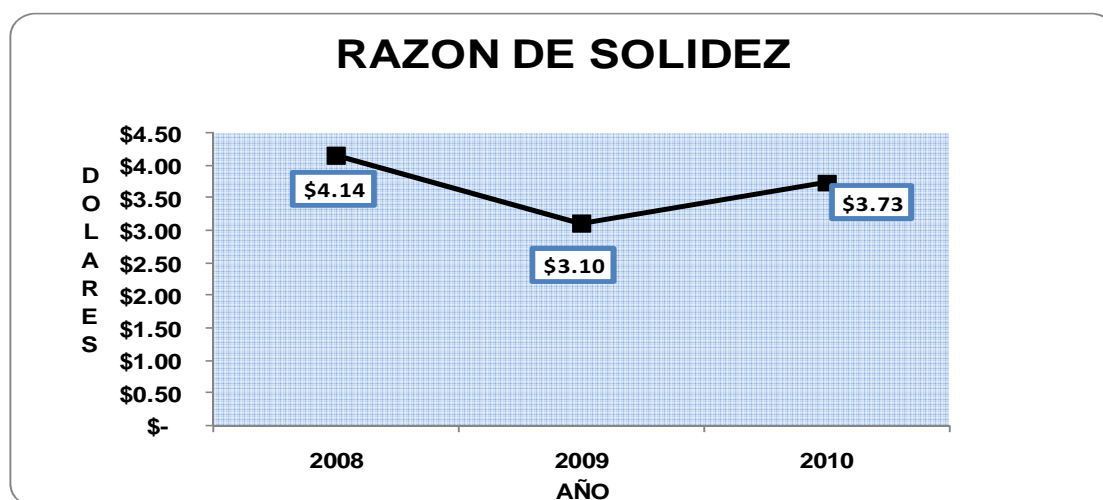


Análisis: Según se observa la tendencia de la gráfica, para los años 2009-2010 hay una disminución en la capacidad de la empresa para cancelar sus pasivos de corto plazo sin recurrir a la realización de sus inventarios, siendo la más notable la del año 2009, esto debido al aumento en las cuentas por pagar a proveedores los cuales tuvieron una variación de \$369,593.46 respecto al 2008 el cual se atribuye a que la entidad efectuó mas compras al crédito en dicho periodo y para la proyección del 2010 el incremento en el efectivo y cuentas por cobrar le permite a la empresa aumentar su capacidad de cancelación de pasivos en \$0.50 respecto al 2009. Los datos de la tendencia son buenos ya que la empresa es capaz de cubrir sus deudas de corto plazo.

TABLA 3

RAZONES DE LIQUIDEZ	2008	2009	2010
RAZON DE SOLIDEZ	\$ 4.14	\$ 3.10	\$ 3.73
Total Activo	\$ 2056,614.73	\$ 2575,803.41	\$ 2958,045.84
Total Pasivo	\$ 496,621.63	\$ 829,668.96	\$ 792,385.42

GRAFICA # 3

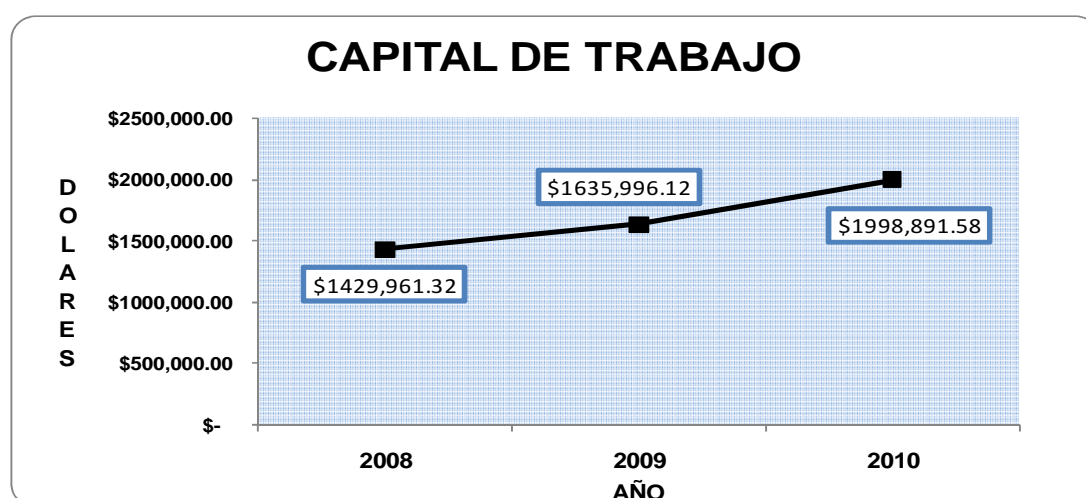


Análisis: La gráfica muestra que para el año 2008 la empresa poseía \$4.14 para cubrir cada unidad monetaria de pasivo es decir que por cada dólar de activo se tiene \$3.14 disponible para responder ante terceros. En el 2009 disminuyó a \$3.10 esto debido a que el activo aumentó en mayor proporción en el efectivo y equivalentes, las cuentas por cobrar y el inventario, para la proyección del año 2010 se dispone de \$2.73 lo cual también muestra un incremento para cubrir sus obligaciones aunque en menor proporción respecto al 2008 pero que tiende a mejorar para el 2009. En general se considera que la relación que se mantiene de un periodo a otro se considera aceptable ya que en vista que en situaciones excepcionales la empresa puede cubrir con solvencia sus obligaciones de corto y largo plazo ya que en el sector la relación óptima es de dos a uno.

TABLA 4

RAZONES DE LIQUIDEZ	2008	2009	2010
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 1429,961.32	\$ 1635,996.12	\$ 1998,891.58
Activo Corriente - Pasivo Corriente			

GRAFICA #4

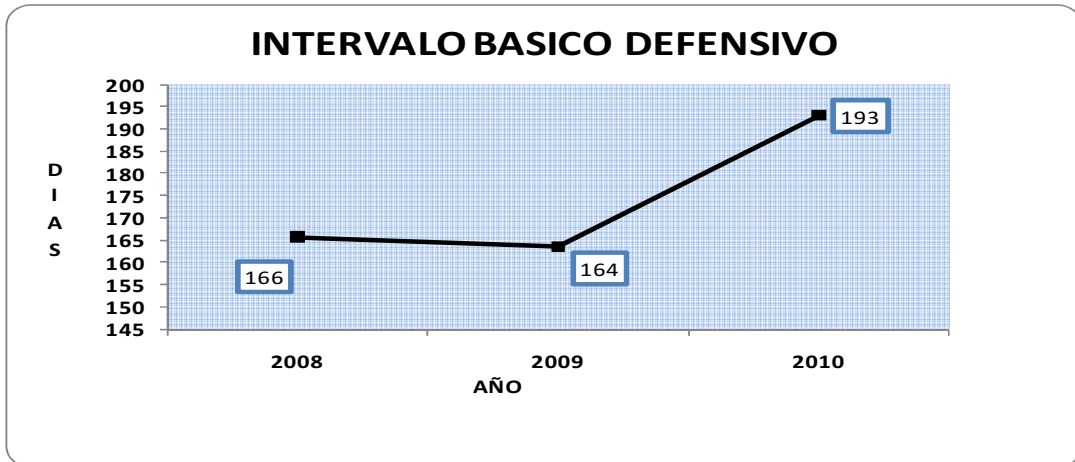


Análisis: La gráfica muestra que la empresa ha incrementado su capital de trabajo del año 2008 al 2010, la empresa compra mercadería la cual crea una cuenta por pagar, se realiza la venta de la mercadería comprada generando así cuentas por cobrar las cuales forman la cartera de clientes a los cuales se les establecen periodos de pago. La tendencia al aumento del capital de trabajo se debe a que la empresa está invirtiendo en inventarios para generar más ingresos por sus ventas las cuales han sido en el 98% ventas al crédito, lo que ha generado que las cuentas por cobrar hayan aumentado, mientras que las cuentas por pagar han mantenido el promedio de pago.

TABLA 5

RAZONES DE LIQUIDEZ	2008	2009	2010
INTERVALO BASICO DEFENSIVO	166	164	193
Efectivo + Inversiones+Ctas.por Cobrar	\$ 892,656.34	\$ 1177,668.82	\$ 1406,334.70
(Costo de Venta + Gtos de Operacion)/360	\$ 5,387.89	\$ 7,200.58	\$ 7,284.98

GRAFICA # 5



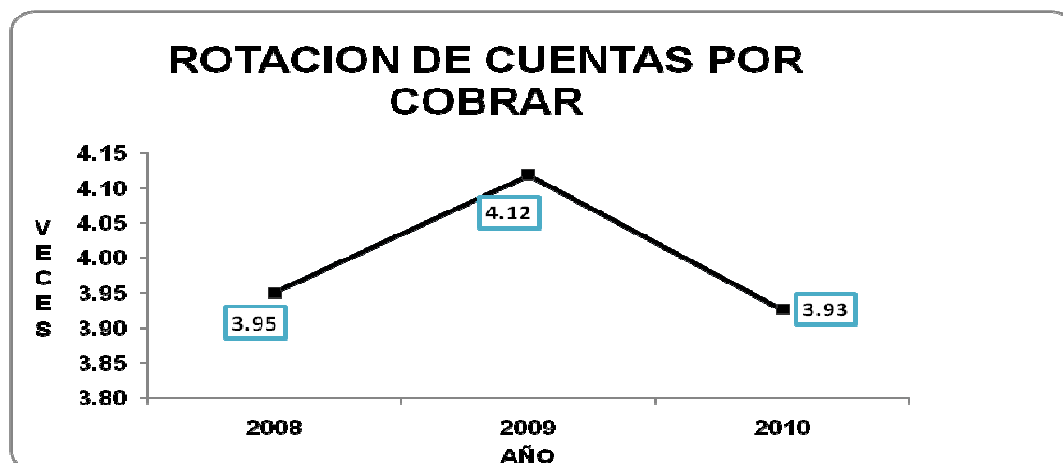
Análisis: Según se observa en la gráfica, en caso hipotético que la empresa no recibiera ninguna clase de ingresos, para el 2008 hubiere de funcionar durante 166 días, en cambio para el año 2009 únicamente por 164 días disminuyendo 2 días respecto al 2008, sin embargo en el 2010 la entidad podría continuar sus operaciones por 193 días, 27 más con respecto al 2008. La tendencia mostrada hacia el 2010 indica que la empresa puede recuperarse en situaciones de inestabilidad siempre y cuando no sea problemas serios de negocio en marcha.

2.5.2.- RAZONES DE EFICIENCIA

TABLA 6

RAZONES DE EFICIENCIA	2008	2009	2010
ROTACION DE CUENTAS POR COBRAR	3.95	4.12	3.93
(Ventas Netas x .98)	\$ 2266,552.48	\$ 2772,175.48	\$ 2987,376.10
Ctas.x Cobrar Año x + Ctas.x Cobrar Año xx	\$ 573,849.37	\$ 672,971.41	\$ 760,951.66

GRAFICA # 6

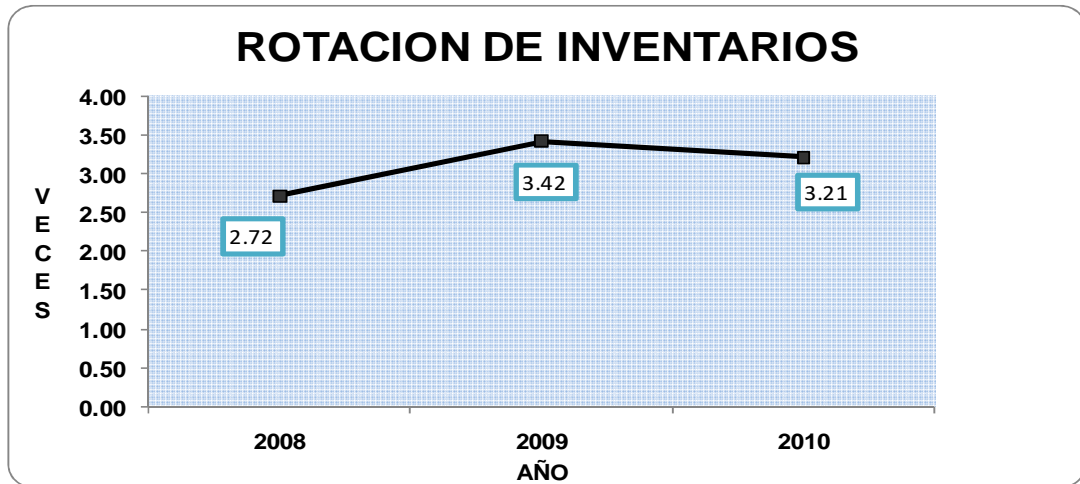


Análisis: Según se observa en la gráfica del total de las ventas el 98% son al crédito lo que significa que para los años 2008-2010 se mantiene el promedio de cobro a cuatro veces en el año. El resultado de la cartera está en relación directa a las políticas de cobro ya que se está recuperando el dinero en un promedio de 90 días, y no a 30 o 60 días como se debe. Lo que indica que la empresa no está cobrando de manera eficiente a los clientes debido a que en esta no se realizan gestiones de cobros por un departamento o una persona específica, ya que dicha función es realizada por el vendedor, los que al cumplir con la ruta de ventas realizan la función de cobros, esto no permite medir de forma objetiva los ingresos por cobros que se reciben. De acuerdo a la tendencia la rotación de las cuentas por cobrar es aceptable, mas no buena o excelente, ya que de acuerdo a las políticas de la empresa hay un buen porcentaje de clientes que están cancelando fuera del los plazos convenidos.

TABLA 7

RAZONES DE EFICIENCIA	2008	2009	2010
ROTACION DE INVENTARIOS	2.72	3.42	3.21
Costo de Venta	\$ 1624,233.56	\$ 2208,206.25	\$ 2225,956.72
$(\text{Inventario Año } x + \text{Inventario Año } xx)/2$	\$ 598,225.17	\$ 645,496.86	\$ 693,041.65

GRAFICA # 7

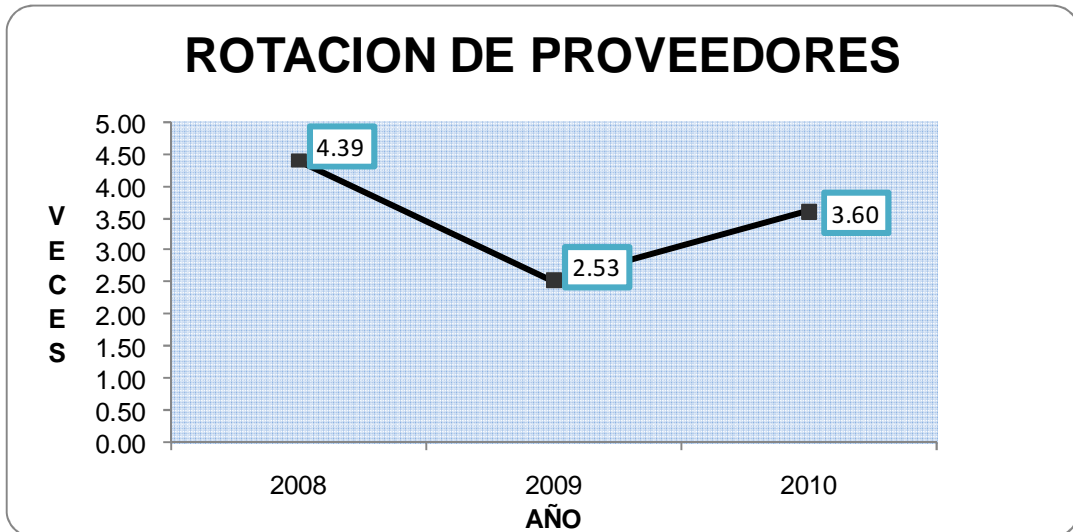


Análisis: Para el año 2008 la rotación del inventario fue de 2.72 veces, para el 2009 esta fue de 3.42 veces, para la proyección del 2010 se espera que la rotación alcance las 3.21 veces. Estos datos indican que la rotación en la empresa es aceptable considerando que para el periodo 2008-2009 en promedio se vendieron inventarios por \$645,496.86 cada cuatro meses, la proyección del 2010 indica que en promedio se vendería \$693,041.65 cada cuatro meses en este año.

TABLA 8

RAZONES DE EFICIENCIA	2008	2009	2010
ROTACION DE PROVEEDORES	4.39	2.53	3.60
Costo de ventas	\$ 1624,233.56	\$ 2208,206.25	\$ 2225,956.72
Promedio Proveedores	\$ 369,611.83	\$ 874,127.82	\$ 618,587.69

GRAFICA # 8

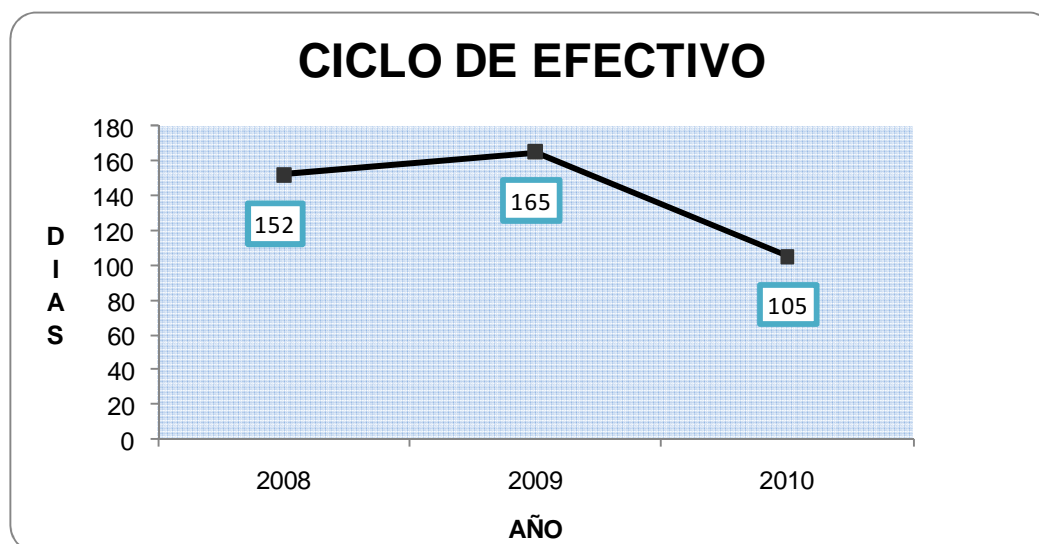


Análisis: Como puede observarse en la gráfica las cuentas por pagar a proveedores para el año 2008-2009 ha disminuido en 1.76 veces lo que significa que la empresa alargó el plazo a pagar a sus proveedores, lo que le permitió utilizar este dinero para financiar las cuentas por cobrar y otras actividades del negocio. Para el año 2009-2010 esta canceló a sus proveedores en los plazos establecidos para evitar afectar la imagen y no retrasar los pedidos efectuados durante el periodo por lo que la rotación de proveedores se efectuó en un aproximado de cuatro veces en el 2010. En general la tendencia observada se considera positiva o buena ya que la empresa cumplió prácticamente con los convenios y políticas establecidas con sus proveedores.

TABLA 9

RAZONES DE EFICIENCIA	2008	2009	2010
CICLO DE EFECTIVO	152	165	105
Periodo de Cobro + Periodo Realizacion	101+134-83	96+213-144	92+114-101
Periodo de Pago a Proveedores			

GRAFICA # 9



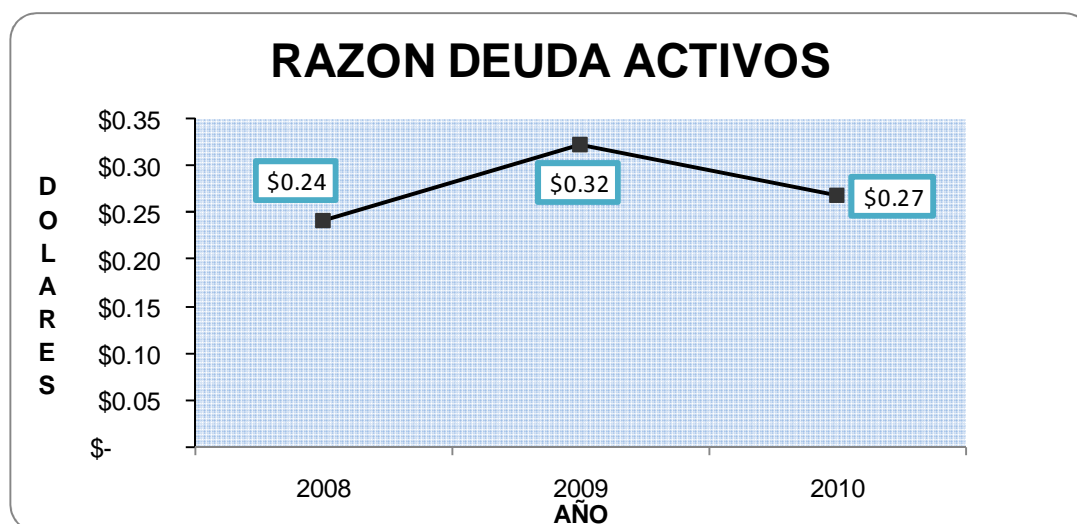
Análisis: Como se puede observar, la gráfica muestra cuantos días tarda la empresa en recuperar el efectivo en el ciclo que involucra las cuentas por cobrar, inventarios y cuentas por pagar, la tendencia refleja para el año 2008 que la conversión del efectivo se efectuó en 152 días lo que indica que los cobros se recuperaron prácticamente al límite establecido en las políticas de crédito de 90 días, así mismo la realización del inventario se efectuó en 134 días, esto implica que durante el tiempo que éste permanece ocioso se incurren en gastos por almacenaje, pago de salario al personal de bodega y pago de seguros de mercadería, incidiendo en la rentabilidad de la empresa, no obstante el pago a proveedores se realiza de manera establecida; para el 2009 el ciclo de efectivo incrementó 13 veces en relación al 2008 lo cual refleja que la empresa no realizó los pagos a proveedores en su debido tiempo lo que sirvió para financiar las cuentas por cobrar; para la proyección del año 2010 la empresa tendrá un ciclo operativo eficiente ya que en comparación a los años anteriores a logrado realizar sus inventarios en 105 días, esto significa que las ventas incrementaron las cuales superan los ingresos del año anterior y sirven de base a la empresa para establecer su nueva proyección de venta. Al observar la tendencia muestra que los años 2008 y 2009 son razonables y la proyección de 2010 es aceptable o buena para la empresa ya que se redujo el periodo de cobro, así como el de realización y se cancelaron las deudas en el tiempo estipulado.

2.5.3.- RAZONES DE ENDEUDAMIENTO

TABLA 10

RAZONES DE ENDEUDAMIENTO	2008	2009	2010
RAZON DEUDA ACTIVOS	\$ 0.24	\$ 0.32	\$ 0.27
Pasivo Total	\$ 496,621.63	\$ 829,668.96	\$ 792,385.44
Activo Total	\$ 2056,614.73	\$ 2575,803.41	\$ 2958,045.84

GRAFICA # 10



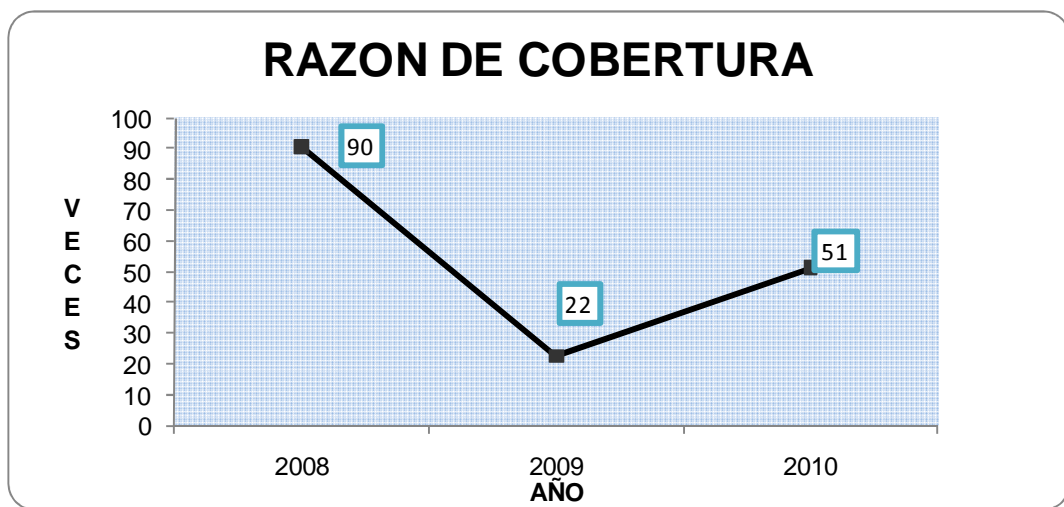
Análisis:

La gráfica muestra que la empresa para el año 2008 por cada dólar que posee en los activos debe \$0.24 a sus acreedores, para el 2009 los acreedores financiaron los activos con \$0.32, no obstante para la proyección del 2010 hubo una disminución de obteniendo \$0.27. Esto indica que la empresa está financiando sus activos en mayor parte con recursos propios ya que las cantidades que financian sus acreedores y que las que le adeudan pueden ser solventadas en cualquier eventualidad, por lo que se considera que los datos mostrados en la tendencia son buenos.

TABLA 11

RAZONES DE ENDEUDAMIENTO	2008	2009	2010
RAZON DE COBERTURA	90	22	51
Utilida antes de Intereses e Impuestos	\$ 377,855.27	\$ 276,125.34	\$ 571,738.76
Gastos Financieros (Intereses)	\$ 4,181.47	\$ 12,332.21	\$ 11,156.96

GRAFICA #11



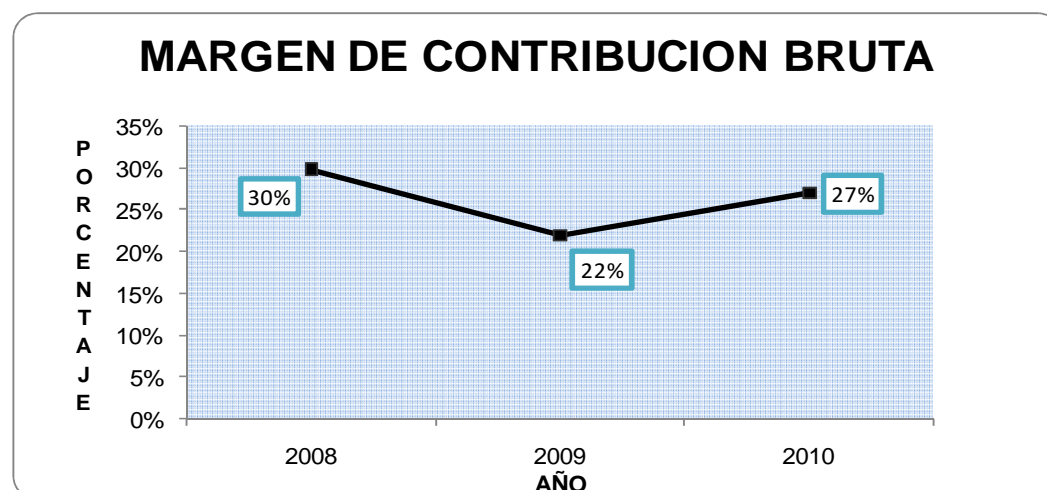
Análisis: La gráfica muestra que la empresa en el 2008 cubría sus gastos financieros 90 veces esto debido a que estos no eran muy elevados, para el 2009 no pagaban intereses por préstamos por lo que se refleja una disminución de 68 veces, lo cual se debe al incremento en los gastos financieros por el pago del préstamo hipotecario adquirido; para el 2010 se espera que se cubran los intereses 29 veces más con respecto al 2009 esto indica que la entidad tiene la capacidad para cubrir deudas relacionadas con el pago de intereses

2.5.4.- RAZONES DE RENTABILIDAD

TABLA 12

RAZONES DE RENTABILIDAD	2008	2009	2010
MARGEN DE CONTRIBUCION BRUTA	30%	22%	27%
Utilidad Bruta	\$ 688,575.09	\$ 620,544.20	\$ 822,386.24
Ventas Netas	\$ 2312,808.65	\$ 2828,750.49	\$ 3048,342.96

GRAFICA # 12



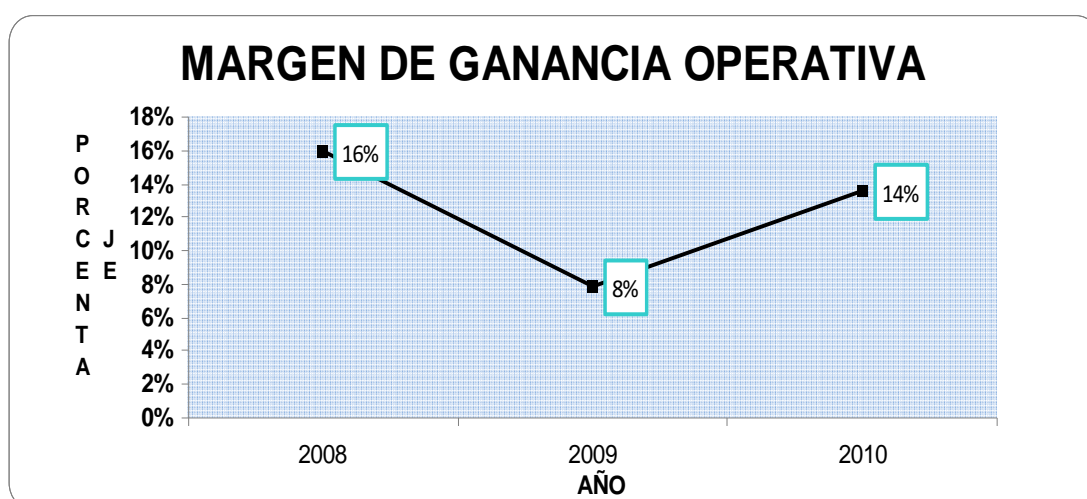
Análisis: La gráfica muestra para el año 2008 que la utilidad bruta obtenida por cada unidad monetaria vendida fue de 30 puntos, para este año los costos de venta representan el 70% de las ventas. La tendencia de disminución presentada en el 2009 a 22 puntos se debe al incremento del costo de venta el cual llegó a representar el 78% de las ventas; los costos se incrementaron debido a que los proveedores adoptaron políticas para reducir los gastos, los cuales fueron trasladados a la empresa a través del incremento en el valor FOB del producto o pagos de otros gastos en los que se incurre por la importación que se incluyeron en la factura emitida por el suministrador, como lo son fletes, seguros y otros gastos. Para el año 2010 según la proyección el aumento será de 5 puntos con respecto al 2009 se debe al crecimiento en las ventas que superaron al 2009 en \$219,592.47. Los márgenes son aceptables ya que la tasa el rendimiento que están obteniendo los inversionistas es mucho mayor a de las tasas de los depósitos a plazos

del país, sin embargo este podría ser mejor en comparación con la tasa del crecimiento del mercado farmacéutico.

TABLA 13

RAZONES DE RENTABILIDAD	2008	2009	2010
MARGEN DE GANANCIA OPERATIVA	16%	8%	14%
Utilidad de Operación	\$ 368,386.58	\$ 223,268.09	\$ 413,466.92
Ventas Netas	\$ 2312,808.65	\$ 2828,750.49	\$ 3048,342.96

GRAFICA # 13



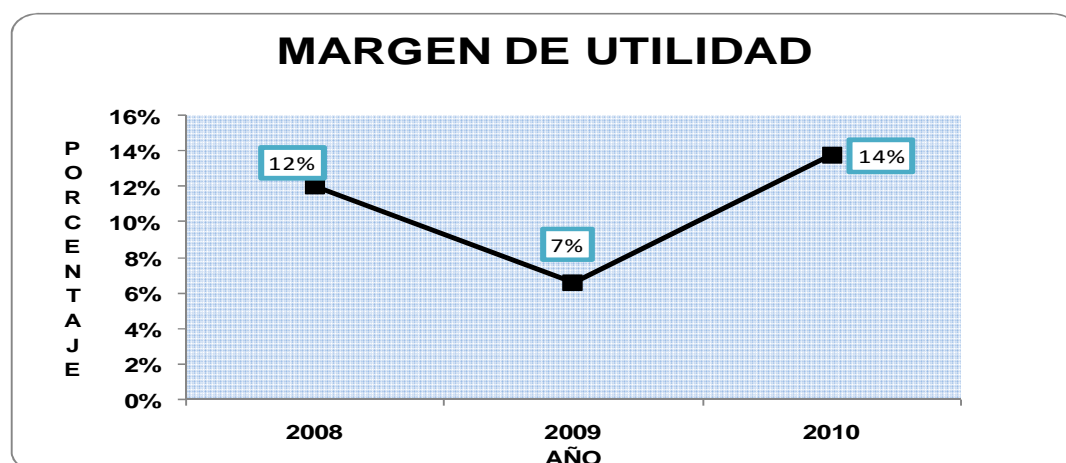
Análisis: La gráfica muestra que el margen de utilidad después de deducir los costos de venta y los gastos de operación para el año 2008 fue de 16 puntos, un margen aceptable para la entidad. Sin embargo se observa una disminución para el año 2009 de 8 puntos, esta reducción se debe al impacto de las crisis económica que provocó una disminución del poder adquisitivo, la cual ha llevado a las familias a moderar su consumo, hecho que se aplica también a los medicamentos por lo que tuvo su incidencia en las ventas de estos en dicho periodo; así mismo existe un aumento significativo de los costos de venta que se vieron afectados por los cambios de políticas de los laboratorios respecto a los gastos de importación que se absorberían por la entidad a partir de este año y el incremento en gastos de administración, los cuales varían en \$60,149.36 en relación al 2008 por aumentos en gastos por depreciación, sueldos, honorarios, alquiler y multas.

Para la proyección del año 2010 el margen de utilidad de operación incrementaría en 6 puntos respecto al 2009 y una reducción de 2 puntos en relación al 2008; el año 2010 presenta una mejora adecuada al incremento de las ventas y la disminución registrada en los gastos de administración.

TABLA 14

RAZONES DE RENTABILIDAD	2008	2009	2010
MARGEN DE UTILIDAD	12%	7%	14%
Utilidad Neta	\$ 277,474.76	\$ 186,141.35	\$ 419,525.95
Ventas Netas	\$ 2312,808.65	\$ 2828,750.49	\$ 3048,342.96

GRAFICA # 14

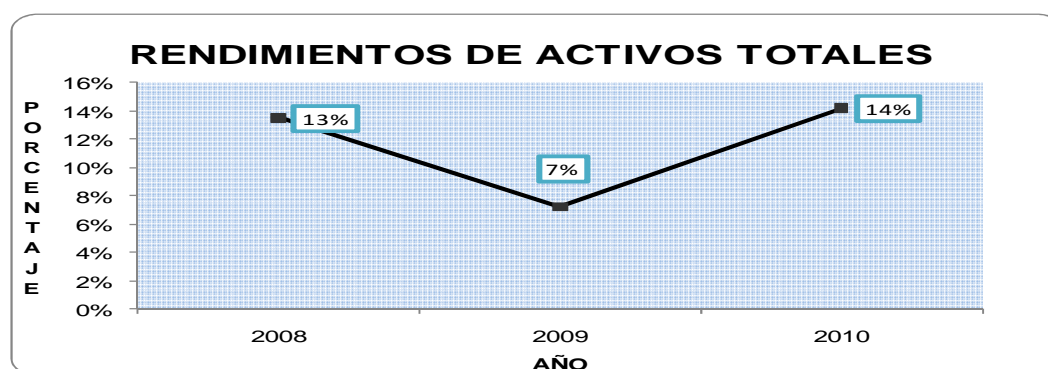


Análisis: Según se observa en la gráfica el margen de utilidad del 2008-2009 presenta una disminución de cinco puntos porcentuales los cuales son consecuentes con el impacto del aumento de los costos en este año así mismo la utilidad neta se ve influenciada a partir de este año por otros ingresos que obtuvo la entidad por reintegros de descuentos y bonificaciones por parte de los laboratorios. Para el año 2010 se refleja un aumento de siete puntos porcentuales con respecto al año 2009 lo que representa un incremento en las ventas y una nivelación en los costos de los productos y los gastos de operación lo que incidió directamente sobre la utilidad neta de este periodo. Sin embargo la utilidad que la empresa ha obtenido durante el periodo en estudio es aceptable ya que la tasa de crecimiento del sector se ha mantenido en promedio 7%.

TABLA 15

RAZONES DE RENTABILIDAD	2008	2009	2010
RENDIMIENTOS DE ACTIVOS TOTALES	13%	7%	14%
Utilidad Neta	\$ 277,474.76	\$ 186,141.35	\$ 419,525.95
Total Activo	\$ 2056,614.73	\$ 2575,803.41	\$ 2958,045.84

GRAFICA # 15 ROA

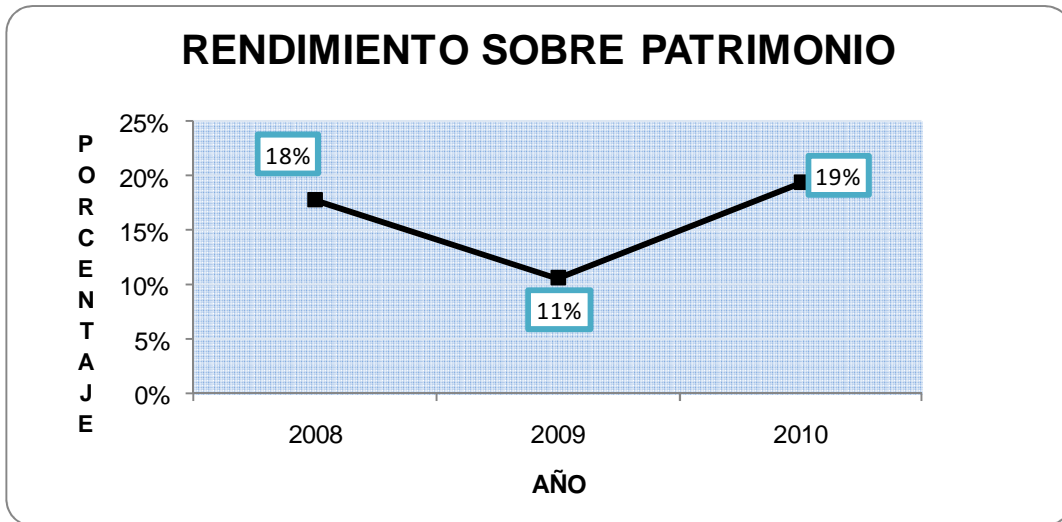


Análisis: La gráfica muestra que durante el periodo 2008 se obtuvo un rendimiento de trece puntos porcentuales en relación a los activos, los cuales han contribuido en la utilidad de la empresa, no así para el 2009 que disminuyó en seis puntos, debido a que las utilidades decrecieron en \$91,333.00 por el incremento en el costo de importación de los productos. Para la proyección del año 2010 refleja un aumento de siete puntos porcentuales en relación al 2009 ya que hay un alza en las utilidades de \$233,384.60 y disminución en los costos de ventas. La proyección para el 2010 se considera favorable ya que supera el rendimiento obtenido en los dos años anteriores.

TABLA 16

RAZONES DE RENTABILIDAD	2008	2009	2010
RENDIMIENTO SOBRE PATRIMONIO	18%	11%	19%
Utilida Neta	\$ 277,474.76	\$ 186,141.35	\$ 419,525.95
Patrimonio	\$ 1559,993.10	\$ 1746,134.45	\$ 2165,660.40

GRAFICA # 16 ROE



Análisis: La gráfica muestra que la empresa generó un rendimiento sobre el patrimonio por cada unidad monetaria para el año 2008 de 18 puntos porcentuales disminuyendo para el 2009 en 7 puntos debido al aumento en los costos de venta y gastos de operación; se espera recuperar la tendencia para el 2010 ya que el costo de ventas aumentaría en solo \$17,750.47 representando un 0.80% con relación al año 2009, lo anterior significa que la empresa ha estado obteniendo rentabilidad siendo beneficioso para la empresa y para los inversionistas por lo que se consideran aceptables los rendimientos obtenidos por la inversión de los accionistas.

2.6.- APLICACIÓN DE SUPUESTO PARA ELABORACIÓN DE PROPUESTA

A continuación se presentan los principales factores que inciden en la rentabilidad de la empresa, los cuales fueron identificados por medio del análisis financiero; si la empresa para los años 2009 y 2010 hubiese aplicado efectivamente las herramientas que existen para incrementar la rentabilidad como por ejemplo gestionar la disminución de los costos de ventas y los gastos operativos en porcentajes razonables al nivel de ingresos que reflejan los estados financieros, estos y otros factores se muestran a continuación, para demostrar el impacto que se tiene en la utilidades..

EXPLICACIÓN

En el costo de venta se aplicó un siete por ciento menos para los dos años los cuales pudieron mostrarse a través de las negociaciones con los proveedores y los gastos en que se incurre para poner la mercadería lista para la venta como lo son flete, honorarios por trámites aduanales y otros.

Los gastos de ventas para el año 2009 se pudieron haber aumentado en un siete por ciento por la razón de que la empresa está dedicada a la comercialización de productos farmacéuticos este porcentaje pudo haber sido utilizado en brindar capacitaciones e incentivos al personal con lo cual se puede generar mayores ingresos, por esta razón dichos gastos deben ser mayores a los de administración a los cuales se les disminuyó un nueve por ciento, el cual se encuentra inmerso en las cuentas de honorarios, salarios, aguinaldos, indemnizaciones y vacaciones que son los gastos que debieron disminuirse, de tal forma que si se hace un contrato definido para el personal se evitaría el incremento en dichas cuentas. Para la proyección del año 2010 se redujo un nueve por ciento los gastos de venta y se aumentó en la misma proporción los gastos de administración dando como resultado un incremento notable en las utilidades de los ejercicios mencionados.

	2009	SUPUESTO	2010	SUPUESTO
VENTAS NETAS	\$ 2828,750.49	\$ 2828,750.49	\$ 3048,342.96	\$ 3048,342.96
MENOS:				
COSTO DE VENTAS	\$ 2208,206.25	\$ 2053,631.81	\$ 2225,956.72	\$ 2070,139.75
UTILIDAD BRUTA	\$ 620,544.24	\$ 775,118.68	\$ 822,386.24	\$ 978,203.21
MENOS:				
<u>GASTOS DE OPERACIÓN</u>	\$ 384,002.03	\$ 376,526.46	\$ 396,637.04	\$ 391,662.19
GASTOS DE VENTA	\$ 169,278.83	\$ 181,128.35	\$ 225,956.60	\$ 205,620.51
GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 214,723.20	\$ 195,398.11	\$ 170,680.44	\$ 186,041.68
MENOS:				
<u>GASTOS NO OPERACIONALES</u>				
GASTOS FINANCIEROS	\$ 13,274.12	\$ 13,274.12	\$ 12,282.28	\$ 12,282.28
UTILIDAD DE OPERACIÓN Y DE NO OPERACIÓN	\$ 223,268.09	\$ 385,318.10	\$ 413,466.92	\$ 574,258.74
MAS:				
INGRESOS POR OPERACIONES DISCONTINUAS	\$ 187.81	\$ 187.81	\$ -	\$ -
INTERESES GANADOS	\$ 187.81	\$ 187.81		
MAS:				
RESULTADOS EXTRAORDINARIOS ACREEDORES	\$ 39,395.32	\$ 39,395.32	\$ 145,989.56	\$ 145,989.56
INGRESOS EXTRAORDINARIOS	\$ -		\$ -	
OTROS INGRESOS	\$ 39,395.32	\$ 39,395.32	\$ 145,989.56	\$ 145,989.56
UTILIDAD ANTES DE RESERVAS E IMPTOS.	\$ 262,851.22	\$ 424,901.23	\$ 559,456.48	\$ 720,248.30
RESERVA LEGAL 7%	\$ -		\$ -	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 262,851.22	\$ 424,901.23	\$ 559,456.48	\$ 720,248.30
MAS GASTOS NO DEDUCIBLES	\$ 43,988.25	\$ 43,988.25	\$ 265.65	\$ 265.65
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 306,839.47	\$ 468,889.48	\$ 559,722.13	\$ 720,513.95
IMPUESTOS SOBRE LA RENTA	\$ 76,709.87	\$ 117,222.37	\$ 139,930.53	\$ 180,128.49
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 186,141.35	\$ 307,678.86	\$ 419,525.95	\$ 540,119.82

2.7.- FACTORES QUE INCIDEN EN LA RENTABILIDAD Y LA TOMA DE DECISIONES GERENCIALES DE DROGUERÍA, M&M S.A. DE C.V.

De acuerdo a los resultados obtenidos a través de la aplicación del instrumento utilizado en la investigación y la aplicación del análisis financiero a través del método horizontal y las razones; por medio del cual se conoció en detalle los factores que intervienen en el desarrollo adecuado de las actividades de la empresa entre los cuales se pueden mencionar los siguientes:

- La falta de manual de políticas, funciones y procedimientos escritos donde se determinen las actividades de cada departamento y las funciones de los empleados de la empresa, conlleva a la deficiencia en el desempeño de las labores y el cumplimiento de los objetivos de la entidad.
- La ausencia de personal especializado en el área financiera promueve una mala administración y proyección financiera.
- Debido a que no existen un marco legal que regule las relaciones entre productores y distribuidores en cuanto al establecimiento de precios de los medicamentos, el margen de ganancia de las empresas dedicadas a la distribución de estos productos no puede ser mayor a la que establecen los laboratorios, razón por la cual la rentabilidad se ve afectada, ya que los costos de los productos importados se vuelven demasiado elevados y la utilidad disminuye.
- De acuerdo a los resultados obtenidos de la aplicación de razones de liquidez a los estados financieros de la empresa, se observó que durante los tres periodos analizados del 2008-2010 esta no cuenta con la disponibilidad inmediata para cubrir los compromisos de corto plazo a medida que estos se vencen y dado el supuesto que existieran imprevistos, sin embargo la razón de solidez muestra que si es capaz de cubrir el total de sus pasivos con los activos; así mismo se determinó que se cuenta con un capital de trabajo que es consecuente con los incrementos en las cuentas por cobrar y

los inventarios. De lo anteriormente mencionado se deduce que los factores que inciden directamente sobre estos resultados son: que se han flexibilizado los plazos de cobros a los clientes y existe una disminución en la gestión de cobros y sana administración de la cartera, lo que imposibilita que se estén generando flujos de efectivo hacia la entidad, esto supondría una disminución en la rentabilidad y hasta pérdida del control de la misma.

- Las razones de eficiencia aplicadas muestran los días que la empresa tarda en recuperar las cuentas por cobrar, la realización de inventario y las cuentas por pagar, que en su conjunto forman las veces en que rota el efectivo durante el año lo cual sirve para comenzar nuevamente las operaciones que ésta desempeña. De acuerdo a las políticas establecidas para la recuperación de la cartera de cliente y la relación que esta guarda con el pago de proveedores, no se han cumplido durante el periodo estudiado, la tardanza en el cobro a los clientes a disminuido el ingreso liquido de efectivo a la entidad lo cual a su vez pone en riesgo la capacidad de pago de corto plazo de las deudas; los inventarios por su parte son fuente de ingresos esto siempre y cuando sean realizados en periodos mínimos, de lo contrario hace que no se obtengan beneficios a corto plazo; por otro lado los periodos de pago a proveedores son cumplidos en los periodos establecidos ya que si el pago es tardado la importación de la mercadería se retrasaría y por la falta de un seguimiento en el cumplimiento de estas políticas la empresa podría caer en insolvencia.
- Según los resultados obtenidos se observa que la empresa cuenta con capital propio para cubrir los pagos a sus acreedores, no obstante se muestra aumento en el 2009 y una disminución para el 2010 esto en relación al año 2008 esto significa que es poco el capital obtenido por acreedores y que la mayor fuente de financiamiento se produce con el activo; de igual manera la razón de cobertura muestra la misma tendencia para los años en estudio en cuanto a la capacidad de solventar los gastos financieros que se cancelan por el préstamo hipotecario adquirido en el 2008.

- Los resultados del análisis y aplicación de razones de rentabilidad demuestran que la empresa ha obtenido durante el periodo estudiado márgenes de ganancias brutas arriba del 25% y cuya disminución directa para el 2009 se dio por el incremento en los costos de los productos por cambios en las políticas de los laboratorios respecto a los gastos de la importación de los medicamentos, así como por la imposibilidad de la droguería de modificar los precios de los productos, razón por la cual a pesar de los incrementos registrados durante este año en las ventas dejó un margen mucho más bajo que el de los años 2008 y 2010; el margen de ganancia operativa decayó en el 2009 al 8% mientras que para los años 2008 y 2010 se mantuvo arriba del 16% demostrando que la falta de control de los gastos de operación son un factor de gran influencia que minimiza la obtención de una rentabilidad mayor a la alcanzada durante estos periodos y sobre los cuales la entidad debe de poner mucha atención.
- Según el análisis realizado a los estados financieros se detectó un incremento en el costo de ventas para los años 2008-2009, lo cual se debe a los costos incurridos por la importación de los productos y por la fijación de precio de ventas por parte de los laboratorios ya que estos determinan el margen de utilidad que estas obtendrán por la venta de los productos.
- Los gastos operativos son necesarios para el desarrollo de la actividad diaria de toda empresa, como se observó en el estudio los gastos de administración representan el porcentaje más alto del total de gastos, cuando por sentido común los gastos de venta son los que deberían de ser mayores, la causa de esta situación se debe a que los dueños de la empresa son los que ocupan los puestos gerenciales y de jefaturas los cuales a su vez no realizan estudios que les permita evaluar si los gastos en los que se incurren son necesarios o indispensables para la realización de sus actividades evidenciando una falta de control sobre estos.
- Se verificó que la empresa ha aumentado su volumen de ventas pero no así su rentabilidad la cual no es proporcional a lo invertido, esto se ve reflejado en los niveles de ganancia que presenta los estados de resultados de los años en estudio, este tipo de

situación no ha sido estudiada por la empresa debido a la falta de un análisis financiero aplicado a los resultados obtenidos.

- Como se observó en el estudio de la empresa, ésta no está aplicando una integración vertical la cual funciona estableciendo decisiones conjuntas de todas las áreas de la empresa.

2.8.- PROPUESTA PARA DROGUERÍA M & M, S.A. DE C.V.

De acuerdo a los factores detallados anteriormente se propone a la empresa realizar lo siguiente:

- Se sugiere a la gerencia elaborar y dar a conocer al personal administrativo y de ventas cada una de las responsabilidades establecidas de estos.
- Es necesario que se analice la opción de contratación de una persona calificada para desempeñar la función de analista financiero o administrador financiero, o en su caso capacitar al personal actual para que pueda desarrollar dichas funciones, de tal manera que cuando se tomen decisiones sean las más acertadas y congruentes con los objetivos de la empresa para obtener mayores beneficios.
- Se recomienda analizar las alternativas con cada uno de los proveedores, en relación a descuentos, bonificaciones y otorgamiento de líneas exclusivas de productos; asimismo realizando cotizaciones que minimicen los gastos en los que se incurre para poner la mercadería en bodegas y listas para la venta, como lo son transporte, honorarios por trámites aduanales y seguros. Porque según el estudio realizado se determinó que si el costo de ventas para el año 2009 y 2010 se hubiese reducido en un 0.07, las utilidades brutas de estas habrían sido de \$ 775,118.68 y \$ 978,203.21 respectivamente.

- Por tanto, la entidad debe administrar la circularización de entrada y salida de efectivo (cuanto más pueda demorar los pagos, menores serán los problemas que puedan causar el ciclo operativo).

Las medidas para reducir el ciclo de conversión del efectivo recomendadas son:

- Cobrando sus cuentas por cobrar con mayor rapidez, ofreciendo descuentos en efectivo por pronto pago e implementando gestiones de cobro constantes.
 - Rotar los inventarios tan pronto como sea posible, evitando el agotamiento de existencias que puedan afectar las operaciones.
 - Cancelar las cuentas por pagar tan tarde como sea posible, sin perder credibilidad crediticia pero aprovechando cualquier descuento por pronto pago.
-
- Es necesario realizar seguimientos de estos indicadores que permitan establecer políticas que ayuden a reducir el periodo de recuperabilidad de las cuentas por cobrar a clientes, algunas políticas que ayudarían en el proceso son: otorgar descuentos por pronto pago a aquellos clientes que pagan regularmente en los periodos establecidos. Brindar incentivos a los vendedores por los cobros que realicen a 30 días plazo. Considerar la alternativa de realizar factoraje con las facturas de aquellos clientes que en el mes sumen \$1,000 o más; por el lado del inventario rotarlo más de manera que no se mantenga ocioso y se convierta en efectivo a corto y mediano plazo por medio de las ventas realizadas eliminando aquellas líneas que no generen rentabilidad a la empresa.
 - Por tanto es necesario que se optimicen las ventas es decir emplear estrategias de ventas para ganar mercado como por ejemplo, reduciendo costos para ofrecer descuentos o bonificaciones a los clientes, contratando personal con conocimientos y personalidad que transmita buena imagen a la empresa como medida para generar mas ingresos y de esa forma expandir sus productos.
 - Tomar decisiones sobre las líneas de producto que no sean rentables por el hecho que éstos no tengan mayor movimiento en el mercado, debe plantearse su reemplazó con un

ítem que tenga potencial futuro de utilidades y de crecimiento así mismo identificar los gastos que corresponden al giro del negocio haciendo un presupuesto de estos para evitar en lo posible incurrir en gastos innecesarios o que no corresponden a las actividades propias del negocio; implementar un control de inventario para mantener en existencia las cantidades adecuadas de los distintos productos en las proporciones necesarias para la venta, pues, si las cantidades resultan demasiado reducidas, pueden perderse ventas, por el contrario, si el inventario es muy elevado resulta que el capital de trabajo estará inmovilizado surgiendo la necesidad de gastarlos de una u otra forma.

- Se sugiere implementar políticas para la compra y venta de los productos en las cuales la empresa pueda establecer los precios de venta con un margen de rentabilidad que sea beneficiosa para esta y no perjudique tanto a sus clientes y al consumidor final quienes son los que proporcionan la ganancia a lo largo del proceso de distribución de los productos. Medir de forma presupuestaria los gastos que se realicen y sean necesarios para el desarrollo y beneficio de la entidad.
- Se propone a la empresa disminuir los costos o establecer convenios con los laboratorios-productores para obtener mejores resultados.
- Para tener un mejor control sobre los gastos que son necesarios para el desarrollo de las actividades de la empresa, es necesario que la gerencia desempeñe un papel más protagónico en el establecimiento del rumbo que debe de tomar la entidad en el logro de sus objetivos, por lo que la gerencia debe de ser más eficiente en el uso de los recursos de la sociedad localizándose en generar ingresos y no en el consumo desmedido de los recursos. Para el año 2009 si a los gastos de venta se les aumentara un 0.07 por ciento y a los de administración se disminuyera en un 0.09 por ciento la utilidad de operación hubiese sido de \$ 385,318.10 y la del ejercicio de \$ 307,678.86 reflejando una diferencia de \$ 121,537.51 con respecto a la utilidad real obtenida en ese año. Así mismo para la proyección del 2010 los gastos de venta y administración se disminuyeran y aumentarían en 0.09 respectivamente, al final del periodo la utilidad alcanzaría \$ 540,119.82 con una

diferencia de \$ 120,593.87 a la real. Por lo cual la utilización de presupuestos es una buena herramienta para el control de estos rubros y así obtener mayores beneficios.

- Es necesario que las decisiones que fijan el rumbo económico financiero de la empresa formen parte de una integración conjunta del análisis de cada una de las áreas que la conforman, estas se sitúan a nivel corporativo en la cual es necesario establecer relación más propositiva con los laboratorios-productores e identificar las circunstancias bajo las cuales dichos límites y relaciones deberían cambiar para aumentar y proteger la ventaja competitiva de la empresas de este sector.

BIBLIOGRAFÍA

Abraham Perdomo Moreno. Análisis e Interpretación de Estados Financieros.

César A. León Valdés. Temas de Clases. Libros Gratis. Análisis Financiero Integral. (Citado el 10 de Agosto de 2010 8:16 pm). Disponible en Google- <http://www.temasdeclase.com>

Contabilidad: La base para las decisiones gerenciales.

Decreto Legislativo # 38 del 15 de diciembre de 1983, publicado en el diario oficial 234 tomo 231 de fecha 16 de diciembre de 1983; Reforma (24) Decreto Legislativo 36 del 27 de mayo de 2009, publicado en el diario oficial 102, Tomo 383 de fecha 4 de junio de 2009.- Constitución de la Republica de El Salvador.

Decreto Legislativo # 2266 del 28 de agosto de 1958 publicado en diario oficial 168 tomo 180 de fecha 10 de septiembre de 1958; Reforma (11), Decreto Legislativo 233 del 23 de abril de 1992 publicado en el diario oficial 84 tomo 315 de fecha 11 de mayo de 1992.- Ley del Consejo Superior de Salud Publica y de las Juntas de Vigilancia de Las Profesiones Medica, Odontológica y Farmacéutica

Decreto Legislativo # 776 del 31 de agosto de 2005 publicado en diario oficial 166 tomo 368 de fecha 08 de septiembre de 2005; Reforma (1), Decreto Legislativo 1017 del 30 de marzo de 2006 publicado en el diario oficial 88 tomo 371 de fecha 16 de mayo de 2006.- Ley de Protección al Consumidor.

Decreto Legislativo # 955 del 25 de abril de 1988 publicado en el diario oficial 86 tomo 299 de fecha 11 de mayo de 1988; Reforma (10) Decreto Legislativo 561 del 06 de marzo de 2008, publicado en el diario oficial de fecha 25 de abril de 2008.- Código de Salud.

Decreto Legislativo # 134 del 18 de diciembre de 1991 publicado en diario oficial 242 tomo 313 de fecha 21 de diciembre de 1991; Reforma (18) Decreto Legislativo 236 del 17 de diciembre de 2009, publicado en el diario oficial 239, Tomo 385 de fecha 21 de diciembre de 2009.- Ley de Impuesto Sobre la Renta.

Decreto Legislativo # 230 de fecha 14 de diciembre de 2000, publicado en diario oficial 241 tomo 349 de fecha 22 de diciembre de 2000; Reforma (17), Decreto Legislativo 440 del 12 de agosto de 2010 publicado en el diario oficial 149 tomo 388 de fecha 13 de agosto de 2010.- Código Tributario.

Decreto Legislativo # 271 del 15 de febrero de 1973 publicado en diario oficial 44 tomo 238 de fecha 5 de marzo de 1973; Reforma (8) Decreto Legislativo 642 del 12 de junio de 2008, publicado en el diario oficial 120, Tomo 379 de fecha 27 de junio de 2008.- Ley de Registro de Comercio.

Decreto Legislativo # 296 del 24 de julio de 1992 publicado en diario oficial 143 tomo 316 de fecha 31 de julio de 1992; Reforma (15) Decreto Legislativo 224 del 12 de diciembre de 2009, publicado en el diario oficial 237, Tomo 385 de fecha 21 de diciembre de 2009.- Ley de Impuesto a la transferencia de bienes muebles y a la prestación de servicios.

Decreto Legislativo # 671 del 08 de mayo de 1970 publicado en diario oficial 140 tomo 228 de fecha 31 de julio de 1970; Reforma (30) Decreto Legislativo 381 del 10 de junio de 2010, publicado en el diario oficial 119, Tomo 387 de fecha 25 de junio de 2010.- Código de Comercio.

Decreto Legislativo # 825 del 21 de enero de 2000 publicado en diario oficial 40 tomo 346 de fecha 25 de febrero de 2000; Sin reformas.- Ley de la Superintendencia de obligaciones Mercantiles.

Decreto Legislativo sin numero de fecha 30 de junio de 1927, publicado en diario oficial 161 tomo 103 de fecha 19 de julio de 1927; Reforma (14), Decreto Legislativo 373 del 19 de noviembre de 1992 publicado en el diario oficial 220 tomo 317 de fecha 30 de noviembre de 1992.- Ley de Farmacias.

Estupiñán Gaitan, Rodrigo; Análisis Financiero y de Gestión.

Herrera Carvajal y Asociados, CIA.LTDA. Análisis Financiero. (Citado el 09 de Agosto de 2010 a las 6:20pm). Disponible en Google. <http://www.safi-software.com.ec>

J.F.WESTON E.F.BRIGHAM FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN FINANCIERA; Quinta edición, nueva editorial México, D.F. 1984.

JOVEL JOVEL, Roberto Carlos. Año 2008. Guía Básica para Elaborar Trabajos de Investigación. Editorial e Imprenta Universitaria. San Salvador El Salvador.

Manuel de Jesús Fornos. Administración Financiera I, Ediciones contables 2008. San salvador El Salvador.

Ricardo A. Fornero - Profesor de Finanzas de la Universidad Nacional de Cuyo. El Prisma, Economía Y Finanzas para Investigadores y Profesionales. #34 Bases Para El Análisis Financiero. (Citado el 10 de Agosto a las 5:03pm). Disponible en Google. <http://elprisma.com>

Vásquez Ruiz, Julia Karina Elizabeth, Año 2007, Diseño de un manual sobre análisis financiero, para la toma de decisiones en la empresa comercial de productos farmacéuticos, del Departamento de Santa Ana. Trabajo de graduación para optar al grado de Licenciada en Administración de Empresas.

ANEXOS

ÍNDICE

ANEXOS

A- Metodología

1.- METODOLOGÍA

1.1.-Tipo de investigación

1.2.-Unidades de análisis

1.3.-Recolección de información

1.4.-Procesamiento de la información

1.5.-Análisis de los resultados

1.6.-Diagnostico

B- TABULACION DE DATOS

C- DIAGNOSTICO

D- CUESTIONARIO

E- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

A. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Tipo de Investigación

La necesidad del conocimiento de los principales indicadores económicos y financieros, así como su interpretación, son imprescindibles para que las empresas puedan introducirse en el mercado competitivo, por lo que se hizo necesario profundizar y aplicar consecuente el análisis financiero como base esencial para el proceso de toma de decisiones financieras. Por lo que el trabajo investigativo, que se llevo a cabo implicó el desarrollo del método de tipo descriptivo analítico, que permitió hacer el estudio de la importancia del análisis financiero como herramienta en la detección de factores que inciden en la rentabilidad y toma de decisiones dentro de la empresa.

Objetivos de la investigación

Objetivo General

Analizar los factores que están incidiendo en la rentabilidad de Droguería M&M, S.A. C.V. en los periodos comprendidos 2008-2010, utilizando como herramienta el análisis financiero a través de ratios y presentar los resultados a la gerencia para la toma de decisiones.

Objetivos Específicos

Establecer un marco de referencia de antecedentes y generalidades sobre el análisis de estados financieros.

Elaborar un análisis a través de las razones financieras y el método horizontal para determinar las variaciones significativas en los resultados de la empresa.

Identificar los gastos en que incurre la empresa y establecer hasta qué punto son necesarios para el desempeño de las actividades y el impacto en los resultados.

Presentar un análisis financiero que sea de utilidad para la gerencia de la empresa en la toma de decisiones.

Unidades de Análisis

El área de investigación objeto de estudio se enfocó en el sector comercio de las empresas dedicadas a la compra, venta y distribución de productos farmacéuticos perteneciente al municipio de San Salvador; dentro de las cuales se tomo una muestra, que permitió obtener información generalizada de la aplicación del análisis financiero en la detección de factores que inciden en la rentabilidad y toma de decisiones de estas, la información recopilada fue la que proporciono el personal del departamento de contabilidad de cada organización.

El área anterior representa la unidad de importancia para la investigación, debido a que ésta proporciona la información necesaria a los funcionarios encargados para la toma de decisiones gerenciales.

Universo y muestra

La determinación de la muestra se efectuó de forma aleatoria simple a través del método de Selección sistemática de elementos muestrales de las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos situadas en el municipio de San Salvador y que pertenecen al sector comercio.

Además se empleo la técnica de muestreo estadístico, debido a que se utilizó la formula estadística para poblaciones finitas; ya que se conoce la cantidad de empresas pertenecientes a este sector de distribución de productos farmacéuticos del municipio de San Salvador.

Contando para ello con un universo de 70 empresas, según el archivo proporcionado por la Dirección General de Estadísticas y Censos.

La fórmula para determinar el tamaño de la muestra fue la siguiente:

$$n = \frac{(Z)^2 PQN}{Z^2PQ+(N-1)e^2}$$

Dónde:

n. tamaño de la muestra o número de elemento de la muestra

N: población = 70

Z²: nivel de confianza requerido para generalizar la consistencia 66% = 0.95

P: proporción de éxito = 0.50

E: margen de error utilizado en la investigación de 9% = 0.09

Q: probabilidad de fracaso = 0.50

Se ha empleado el 66% de confianza = 0.95

PROCEDIMIENTO:

$$n = \frac{(Z)^2 PQN}{Z^2PQ+(N-1)e^2}$$

Sustituyendo:

$$n = \frac{(0.95)^2 (0.50) (0.50) (70)}{(0.95)^2 (0.50) (0.50) + (70-1)(0.09)^2}$$

$$n = \frac{(0.9025) (0.25) (70)}{(0.9025)(0.25) + (69) (0.0081)}$$

$$n = \frac{15.79}{(0.2256) + (0.5589)}$$

$$n = \frac{15.79}{0.7845}$$

$$n = 20.13 \approx 20 \text{ empresas}$$

Recolección de Información

Esta investigación se realizó de dos formas: investigación bibliográfica y de campo, en la primera se utilizó la documentación que existe en los libros de textos, boletines y páginas de internet relacionados con el tema; para la recolección de este tipo de información se visitó las bibliotecas de algunas universidades del departamento de San Salvador, para la segunda el instrumento a utilizado fue el cuestionario; los cuales se diseñó de tal forma que proporcionara los elementos necesarios que contribuyeran para el buen desarrollo del estudio sobre los factores internos y externos que inciden en la rentabilidad de las empresas, estos fueron dirigidos al departamento de contabilidad y se validaron con la ayuda de los profesionales encargados de dicha área.

Procesamiento de la Información

En vista de que este trabajo de investigación está sustentado en la obtención, recopilación y análisis de información bibliográfica y de campo el procesamiento de esta fue:

Información bibliográfica: después de haber obtenido y analizado la información necesaria se extrajeron las ideas principales para sustentar la investigación, esta se plasmo en hojas de Word y Excel.

Información de campo: la base y punto de partida de esta investigación fue el cuestionario que se paso a las empresas del sector en estudio, los resultados obtenidos se procesaron haciendo uso de Excel, para elaborar la tabulación y gráficas; así como también el análisis e interpretación los cuales se plasmaron en hojas de Word que resumió la información brindada por los sujetos en estudio para poder realizar el análisis correspondiente.

Análisis de los Resultados

Para realizar el análisis e interpretación de los datos se utilizó como herramientas para el estudio las razones financieras (razones de liquidez, actividad, rentabilidad y endeudamiento) los datos obtenidos de la aplicación de estos ratios se compararon por año para establecer los motivos de las variaciones tanto positivas como negativas en la situación financiera de la empresa, lo que permitió sintetizar y concluir sobre la problemática planteada de rentabilidad de la entidad, derivándose de ello las alternativas y propuestas de solución. Así mismo los datos de cada uno

de los ratios se tabularon y graficaron de forma comparativa para una mejor comprensión de las cifras.

Diagnostico

En este numeral contiene una breve descripción sobre la forma en la que se analizó la información proporcionada por los cuestionarios.

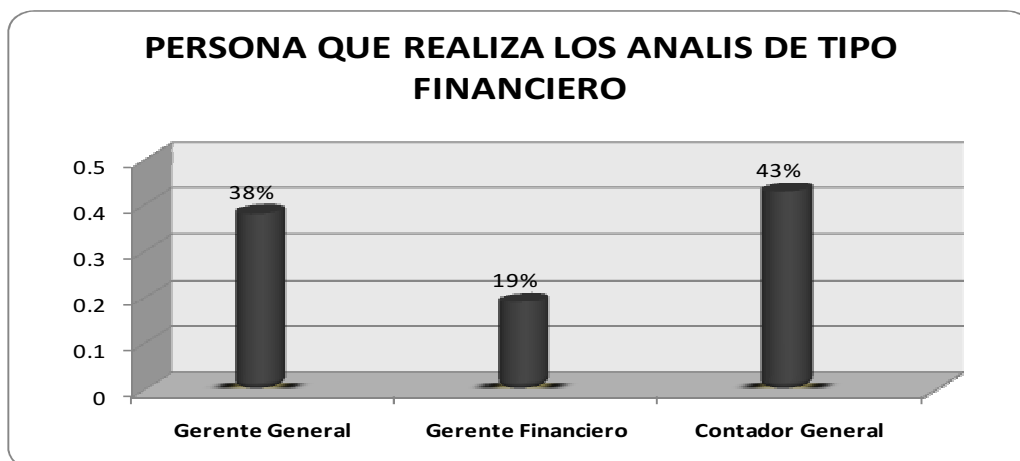
Después de realizadas las encuestas se analizaron e interpretaron los resultados obtenidos por cada una de las preguntas y a la vez se realizó un resumen de las variables mediante una interrelación que tenían estrecha vinculación entre estas. La interpretación de la información obtenida permitió mostrar las debilidades o fortalezas que las empresas tienen al hacer uso de esta herramienta financiera para la toma de decisiones; estos análisis sirvieron para completar y concluir sobre los resultados que se detectaron al no aplicar las herramientas financieras.

Análisis e interpretación de datos (diagnóstico)

El análisis de los datos obtenidos se realizó mediante una interrelación de las diferentes preguntas o variables que tienen una forma más estrecha de vinculación una con la otra, para poder determinar la homogeneidad o heterogeneidad de las respuestas obtenidas de las variables de estudio, las respuestas son presentadas de forma porcentual y la interpretación de la información permitirá mostrar la aplicación que las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos hacen del análisis financiero como herramienta en la detección de factores que inciden en la rentabilidad y toma de decisiones de estas.

1. ¿Quién realiza en la empresa los análisis de tipo financiero?

1	PERSONA QUE REALIZA ANALISIS DE TIPO FINANCIERO	
Gerente General	8	38%
Gerente Financiero	4	19%
Contador General	9	43%
Total	21	100%

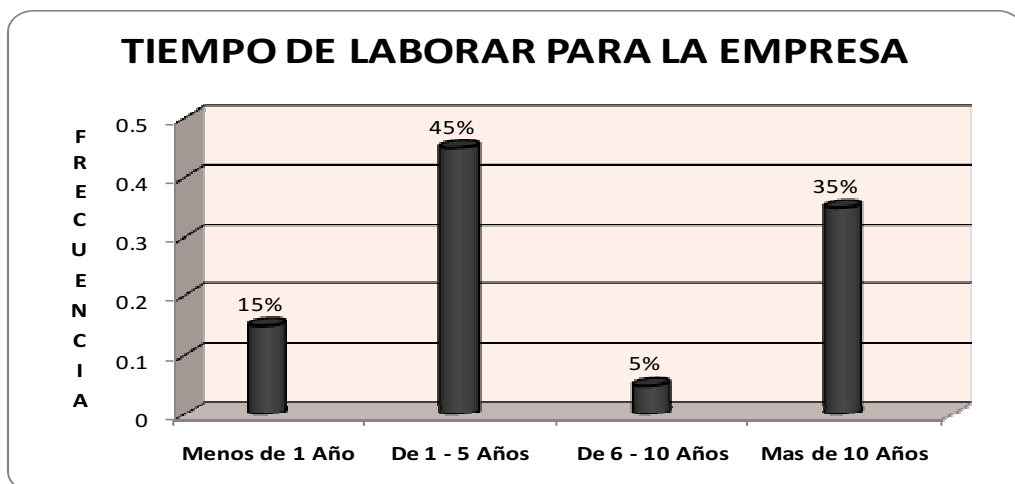


Análisis: De acuerdo a los resultados obtenidos en las empresas del sector comercial de productos farmacéuticos, si existe una persona encargada o responsable de realizar análisis de tipo financiero entre los que sobresalen el gerente general con un 38% y el contador general con un 43%. Así mismo se observa en las droguerías encuestadas que las que se encuentran con

una organización mejor estructurada son las que poseen gerente financiero para desarrollar dicha función, por lo que del 100% de las encuestadas solo en un 19% son las que cuentan con dicho especialista.

2. ¿Cuánto tiempo tiene de laborar en la empresa el funcionario que elabora los análisis?

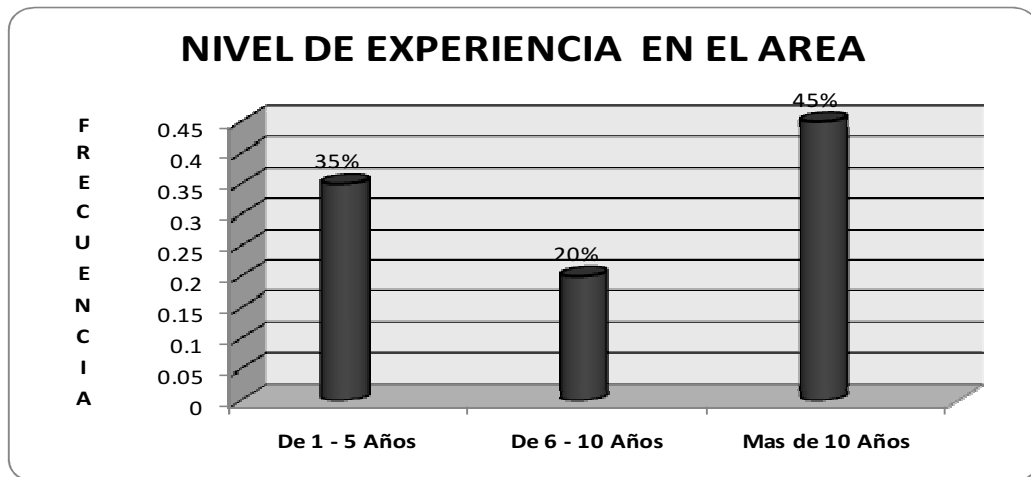
2	TIEMPO DE LABORAR PARA LA EMPRESA	
Menos de 1 Año	3	15%
De 1 - 5 Años	9	45%
De 6 - 10 Años	1	5%
Mas de 10 Años	7	35%
Total	20	100%



Análisis: Como lo muestran los resultados, del 100% de las encuestas los funcionarios que se encargan de la elaboración de los análisis de tipo financiero tienen de laborar para estas empresas un 35% más de 10 años, el 15% menos de un año, el 45% de 1 a 5 años y 5% de 6 a 10 años. Cabe mencionar que de acuerdo a la observación de las respuestas en las encuestas podríamos atribuir que los contadores se encuentran en el rango de 1 a 5 años y el gerente general en el rango de más de 10 años.

3. ¿Cuál es el nivel de experiencia en el área?

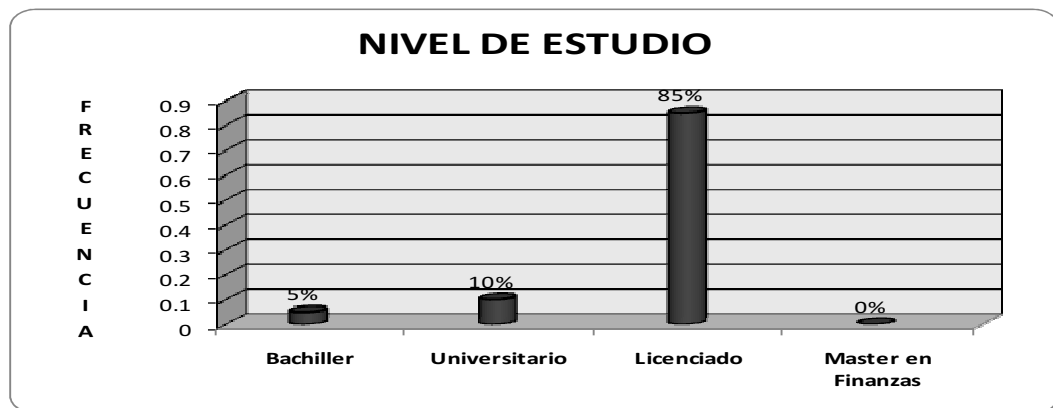
3	NIVEL DE EXPERIENCIA EN EL AREA	
De 1 - 5 Años	7	35%
De 6 - 10 Años	4	20%
Mas de 10 Años	9	45%
Total	20	100%



Análisis: Los datos mostrados en la grafica reflejan que del 100% de los encuestados, el 45% el funcionario que prepara los informes de tipo financieros posee más de 10 años de experiencia en el área, de esto se puede concluir según lo observado en las encuestas, que el gerente tanto general como financiero se encuentran en este rango y los contadores se representan en un porcentaje del 35% y 20% para los que poseen de 1 a 5 años y de 6 a 10 años de experiencia en el área.

4.- ¿Cuál es el nivel de estudios?

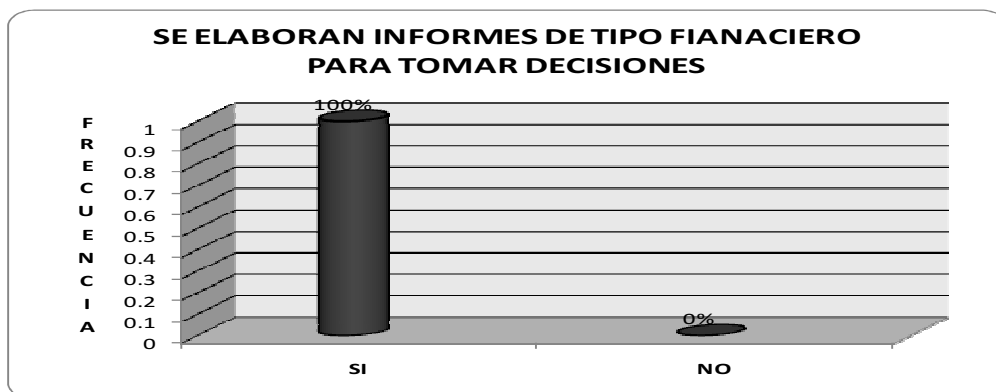
4	NIVEL DE ESTUDIO	
Bachiller	1	5%
Universitario	2	10%
Licenciado	17	85%
Master en Finanzas	0	0%
Total	20	100%



Análisis: De acuerdo a los datos que se observan en la gráfica, del 100% de los encuestados el 85% posee un grado de licenciatura y el 10% poseen nivel universitario; lo cual indica que las empresas por el tipo de información que se maneja y que debe analizarse emplean a personas con un nivel académico adecuado para responder a dichas necesidades de información, ya que solo el 5% de la población encuestada es bachiller.

5.- ¿Se elaboran informes de tipo financiero para la toma de decisiones?

5	SE ELABORAN INFORMES DE TIPO FINANCIERO PARA TOMAR DECISIONES	
SI	20	100%
NO	0	0%
Total	20	100%



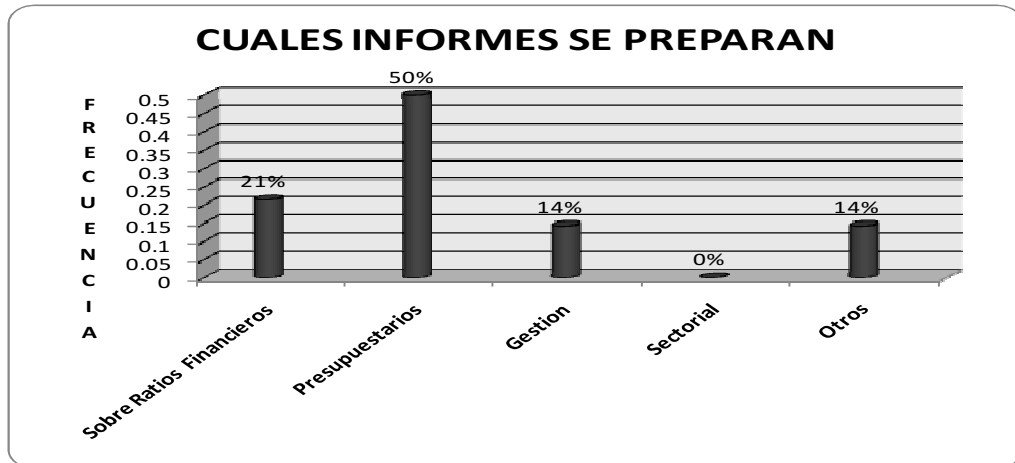
Análisis: Como se aprecia en la gráfica, el total de encuestados es decir el 100% respondió que si se elaboran informes de tipo financieros dentro de la empresa, lo cual demuestra que las herramientas son de mucha utilidad para la toma de decisiones en empresas dedicadas al rubro farmacéutico y contribuyen en su desarrollo, evaluación y mejorar su desempeño.

6.- ¿Si su respuesta anterior es no, señale los motivos por los cuales no son preparados este tipo de informe?

Explicación: debido a que el 100% de los encuestados respondieron que si elaboraban informes de tipo financiero esta pregunta no fue contestada por los encuestados.

7.- ¿Si su respuesta fue si señale los informes que se preparan?

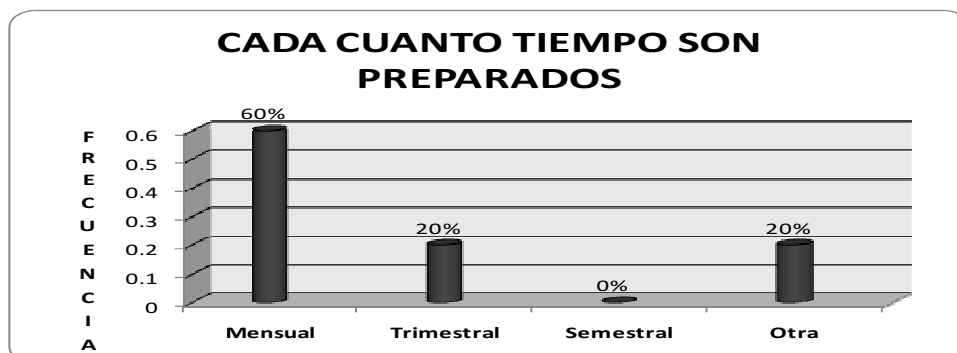
7	CUALES INFORMES SE PREPARAN	
Sobre Ratios Financieros	6	21%
Presupuestarios	14	50%
Gestion	4	14%
Sectorial	0	0%
Otros	4	14%
Total	28	100%



Análisis: Por lo que se observa en la gráfica, del 100% de los encuestados un 50% de la población utiliza informes de tipo presupuestario, debido a que la mayoría de este tipo de empresas trabajan en base a proyección de ventas mensuales; dejando en un segundo lugar a aquellas droguería con el 21% que utilizan informes sobre ratios financieros, los cuales muestran una situación más generalizada de las actividades de la empresa, y de allí determinar si es o no rentable y así poder tomar decisiones acertadas. El 14% de la población prepara informes de gestión y el otro 14% otros tipos de informes.

8.- ¿Cada cuánto tiempo se preparan estos informes?

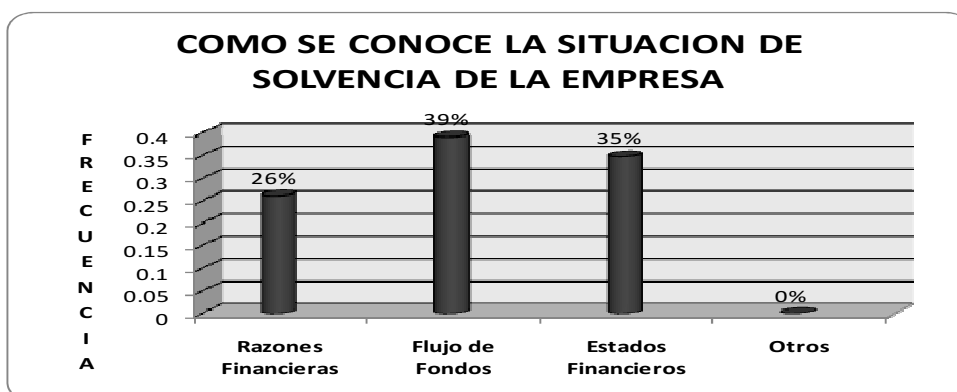
8	CADA CUANTO TIEMPO SON PREPARADOS	
Mensual	12	60%
Trimestral	4	20%
Semestral	0	0%
Otra	4	20%
Total	20	100%



Análisis: Consecutivo a la pregunta anterior, se observa que los informes en su mayoría presupuestarios son preparados de forma mensual para hacer comparación y proyecciones de ventas ya que del 100% de los encuestados el 60% los prepara mensualmente y un 20% trimestralmente al igual que en otro periodo.

9.- ¿De qué forma se conoce la situación de solvencia de la empresa?

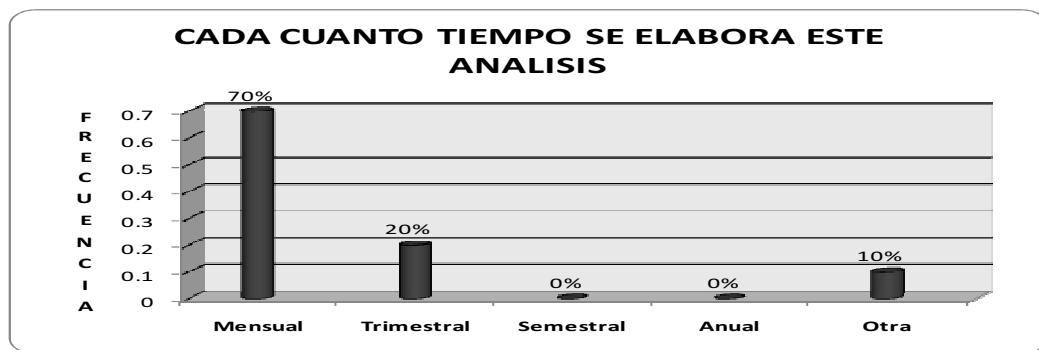
9	COMO SE CONOCE LA SITUACION DE SOLVENCIA DE LA EMPRESA	
Razones Financieras	6	26%
Flujo de Fondos	9	39%
Estados Financieros	8	35%
Otros	0	0%
Total	23	100%



Análisis: Del 100% de los encuestados, se observa que el 39% de estos realizan un análisis de flujo de fondos para conocer la situación de solvencia de la empresa; el 35% utiliza los estados financieros y solo el 26% aplica razones financieras para conocer su solvencia.

10.- ¿Cada cuánto tiempo se elabora este análisis?

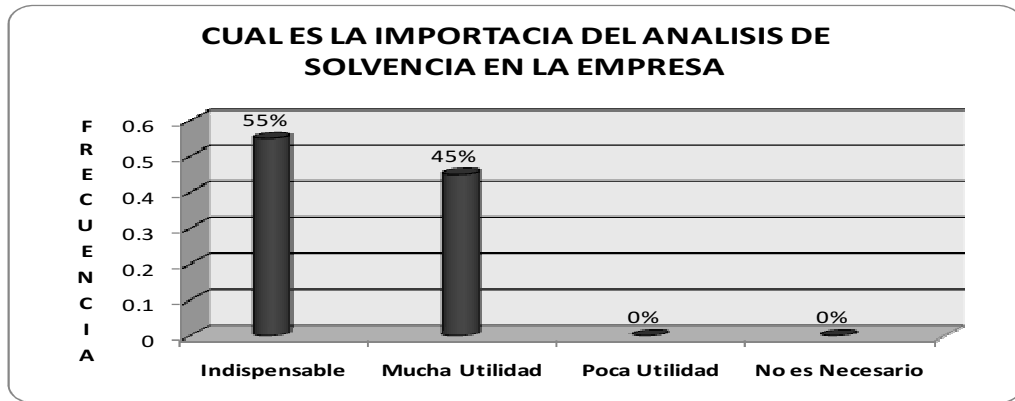
10	CADA CUANTO TIEMPO SE ELABORA ESTE ANALISIS	
Mensual	14	70%
Trimestral	4	20%
Semestral	0	0%
Anual	0	0%
Otra	2	10%
Total	20	100%



Análisis: De acuerdo a los datos obtenidos, se observa que del 100% de los encuestados el 70% realiza cada mes un análisis de su situación de solvencia y solo el 20% lo realiza trimestral y en otro periodo solo el 10%. En este último caso el periodo de elaboración se reduce a diario.

11.- ¿Cuál es la importancia que la empresa le asigna al análisis de solvencia para la toma de decisiones?

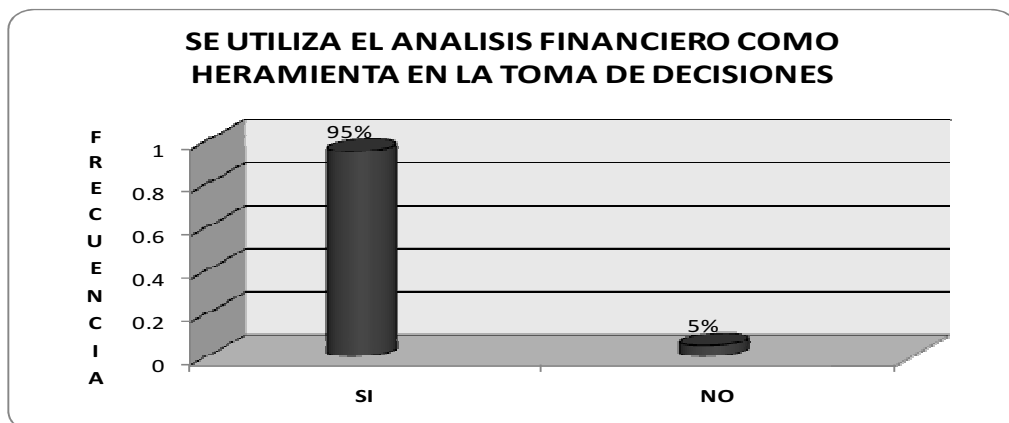
11	CUAL ES LA IMPORTANCIA DEL ANALISIS DE SOLVENCIA EN LA EMPRESA	
Indispensable	11	55%
Mucha Utilidad	9	45%
Poca Utilidad	0	0%
No es Necesario	0	0%
Total	20	100%



Análisis: La gráfica nos muestra que del 100% de los encuestados un 55% atribuye una importancia indispensable al análisis de solvencia ya que les permite conocer si pueden solventar sus deudas inmediatas o disponer de fondos para comprar mercadería; de igual forma un 45 % de los encuestados dicen que el análisis de solvencia es de mucha utilidad.

12.- ¿Se utiliza el análisis de los estados financieros como herramienta en la toma de decisiones?

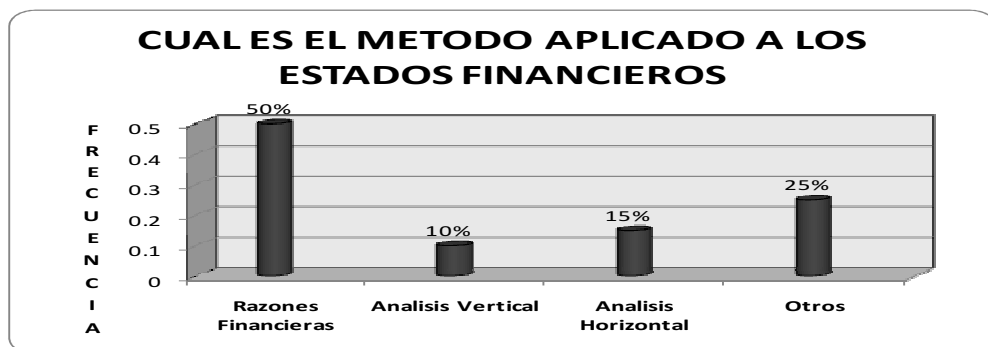
SE UTILIZA EL ANALISIS FINANCIERO COMO HERAMIENTA EN LA TOMA DE DECISIONES	
SI	19 95%
NO	1 5%
Total	20 100%



Análisis: La gráfica muestra que del 100% de los encuestados el 95% utiliza como herramienta el análisis financiero y solo el 5% no lo utiliza; sin embargo si se verifica la secuencia de las respuestas obtenidas en el cuestionario las empresas utilizan como herramienta financiera en su mayoría los presupuestos y no utilizando un análisis financiero como tal por lo que se puede decir que se recurre a herramientas financieras que requieren de una menor cantidad de información y que se enfocan a la solvencia y los niveles de ventas.

13.- ¿Cuál de los siguientes métodos de análisis es aplicado a los estados financieros?

13	CUAL ES EL METODO APLICADO A LOS ESTADOS FINANCIEROS	
Razones Financieras	10	50%
Análisis Vertical	2	10%
Análisis Horizontal	3	15%
Otros	5	25%
Total	20	100%



Análisis: Los resultados obtenidos muestran que del 100% de los encuestados el 50% utiliza método de razones financieras aplicado a los estados financieros y un 25% otro tipo de método, seguido del 15% el análisis horizontal, y solo el 10% el análisis vertical; sin embargo cabe mencionar que el 50% de los encuestados manifestaron utilizar el informe presupuestario para la toma de decisiones gerenciales, por lo cual se puede concluir que si las empresas utilizan dichos informes no pueden utilizar razones financieras como factor para la determinación de la rentabilidad de las empresas.

14.- ¿Son consecuentes los niveles de rentabilidad obtenidos con los objetivos y estrategias establecidas?

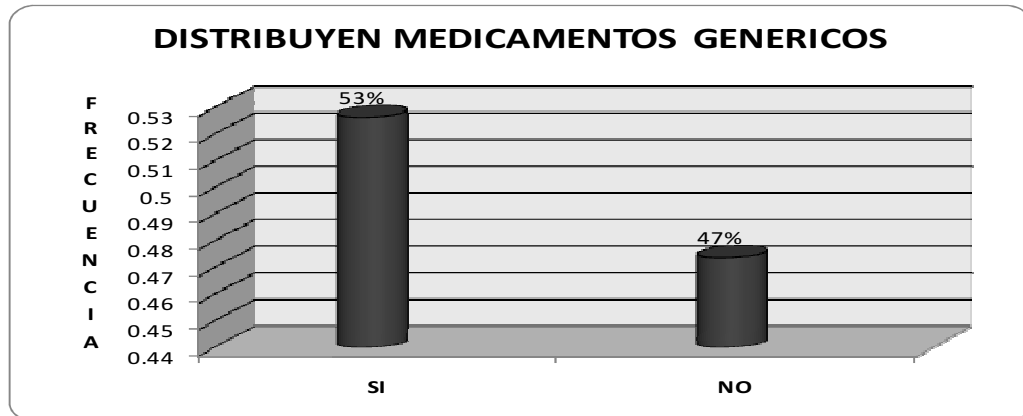
SON CONSECUENTES LOS NIVELES DE RENTABILIDAD CON LOS OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS ESTABLECIDAS		
14		
SI	20	100%
NO	0	0%
Total	20	100%



Análisis: El 100% de los encuestados afirma que los niveles de rentabilidad de sus empresas son consecuentes con los objetivos y estrategias establecidas.

15.- ¿Distribuye la empresa medicamentos genéricos?

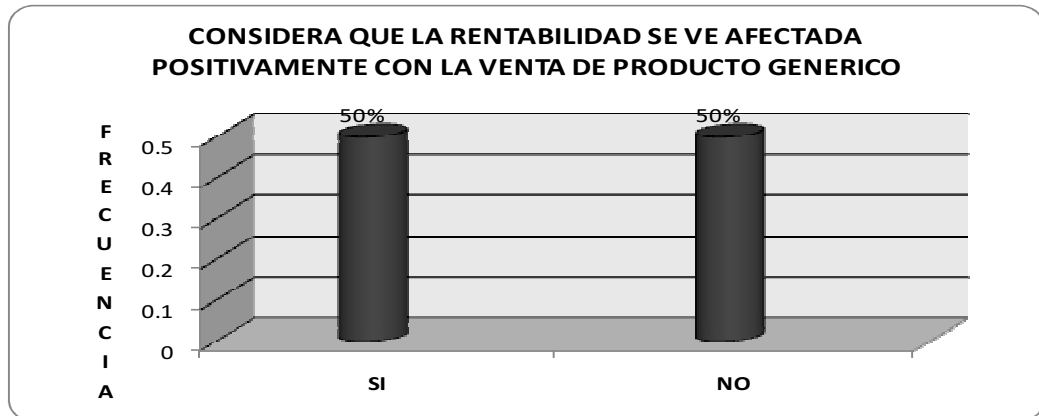
DISTRIBUYEN MEDICAMENTOS GENERICOS		
15		
SI	10	53%
NO	9	47%
Total	19	100%



Análisis: De acuerdo a los datos obtenidos, del 100% de los encuestados el 47% no venden productos genéricos es decir, se dedica a distribuir únicamente líneas de productos traídos del exterior o elaborados en el país y el 53% si los comercializa por lo que se puede concluir que la mayoría de las empresas si consideran importante el vender medicamentos genéricos.

16.- ¿Considera usted que la rentabilidad de la empresa se ve afectada positivamente por factores como la venta de productos genéricos de menor costo?

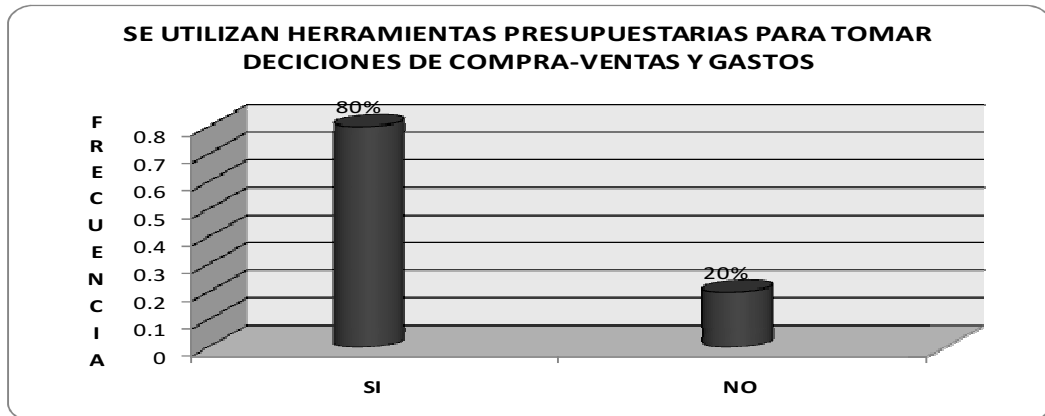
CONSIDERA QUE LA RENTABILIDAD SE VE AFECTADA POSITIVAMENTE CON LA VENTA DE PRODUCTO GENERICO		
16		
SI	9	50%
NO	9	50%
Total	18	100%



Análisis: Los resultados mostrados en la gráfica guardan relación con la pregunta anterior ya que de acuerdo a los datos mostrados del 100% de los encuestados el 50% dicen que su rentabilidad no se ve afectada positivamente con la venta de productos genéricos esto debido a que en el mercado nacional los consumidores se ven obligados a consumir este tipo de productos por ser de menor costo sin importar su calidad, sin embargo el otro 50% restante si se ve beneficiado ya que se dedican de igual forma a distribuirlos aunque su ganancia no sea mayor que la de los productos de mejor calidad elaborados en el exterior y en el interior del país.

17.- ¿Se utilizan herramientas de tipo presupuestarios para la toma de decisiones respecto a las compras- ventas y gastos de la empresa?

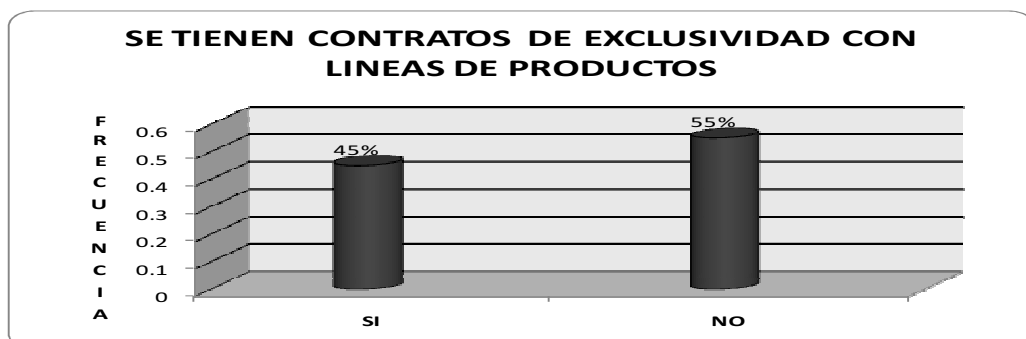
	SE UTILIZAN HERRAMIENTAS PRESUPUESTARIAS PARA TOMAR DECISIONES DE COMPRA-VENTAS Y GASTOS	
17		
SI	16	80%
NO	4	20%
Total	20	100%



Análisis: Como ya se había mencionado antes, del 100% de los encuestados el 80% de estos utiliza herramientas presupuestarias para tomar decisiones respecto a las compras-ventas y gastos de su negocio ya que por el tipo de empresa se enfocan más en los análisis relacionados con esto rubros y solo un 20% no los utiliza; por lo que se puede concluir que en su mayoría si utilizan las herramientas presupuestarias.

18.- ¿Se tienen contratos de exclusividad en líneas de productos?

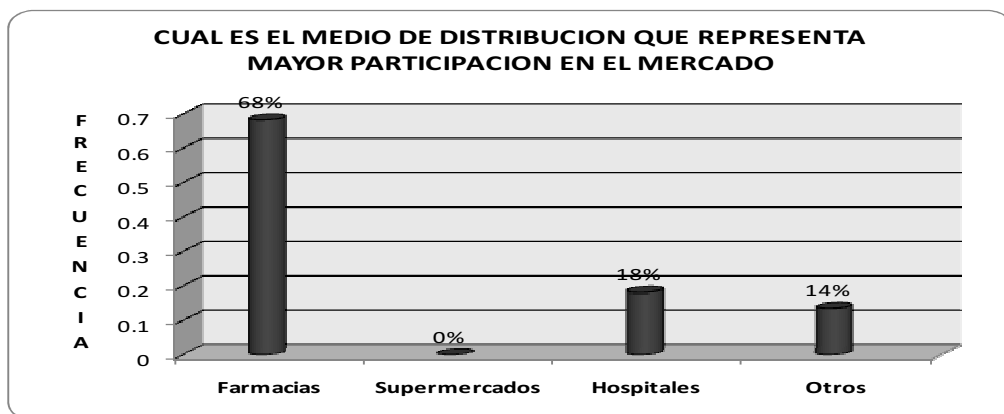
18	SE TIENEN CONTRATOS DE EXCLUSIVIDAD CON LINEAS DE PRODUCTOS	
SI	9	45%
NO	11	55%
Total	20	100%



Análisis: La grafica muestra que del 100% de los encuestados el 55% no distribuye líneas de producto de forma exclusiva únicamente el 45% si lo hace; de acuerdo a los comentarios esto se debe a que los laboratorios son los que deciden a que distribuidor proporcionarles sus productos de acuerdo al posicionamiento de estos distribuidos en el mercado nacional por lo que existen en el mercado varios distribuidores comercializando las mismas líneas de un mismo laboratorio-productor.

19.- Como comercializadores de productos farmacéuticos ¿cuál de los siguientes canales de distribución les representa un mayor porcentaje de participación en el mercado?

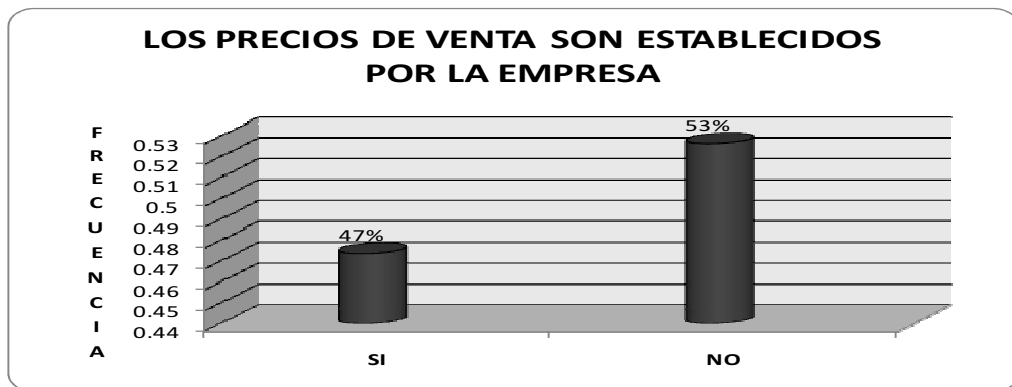
19	CUAL ES EL MEDIO DE DISTRIBUCION QUE REPRESENTA MAYOR PARTICIPACION EN EL MERCADO	
Farmacias	15	68%
Supermercados	0	0%
Hospitales	4	18%
Otros	3	14%
Total	22	100%



Análisis: Los datos obtenidos reflejan que del 100% de los encuestados el canal que las droguerías utilizan para distribuir sus productos son las farmacias con el 68% dejando con 18% los que distribuyen a los hospitales y solo el 14% a otros; esto debido a que es más fácil realizar convenio con las cadenas de farmacias que con los hospitales o médicos particulares, ya que para abastecer hospitales es necesario en su mayoría participar en licitaciones o recurrir en contratación de visitantes médicos.

20.-¿Los precios de venta son establecidos por la empresa?

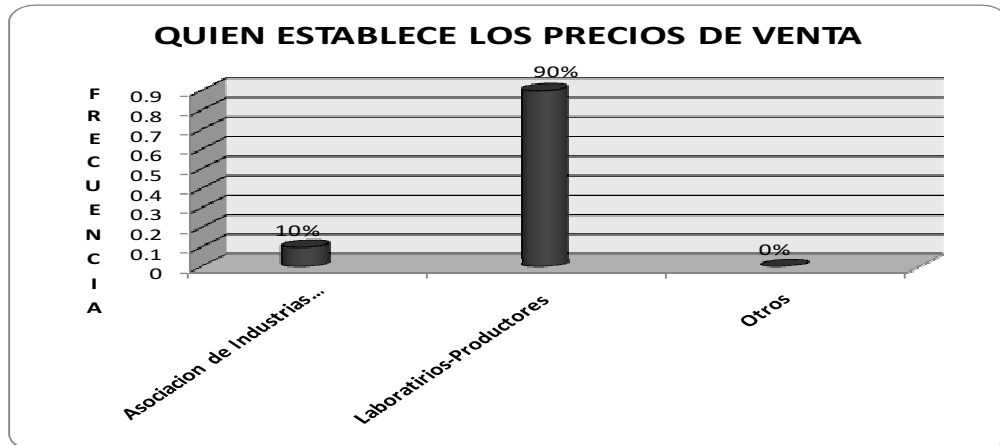
20	LOS PRECIOS DE VENTA SON ESTABLECIDOS POR LA EMPRESA	
SI	9	47%
NO	10	53%
Total	19	100%



Análisis: Una de las características importantes observada en las droguerías es que no son estas las que establecen sus precios de venta ya que del 100% de los encuestados el 53% responde que no son ellos quienes los establecen y un 47% si; esto puede atribuirse a que de igual forma son productores.

21.- ¿Si su respuesta es no quien establece los precios en la empresa?

21	QUIEN ESTABLECE LOS PRECIOS DE VENTA	
Asociacion de Industrias Quimico	1	10%
Laboratirios-Productores	9	90%
Otros	0	0%
Total	10	100%



Análisis: De acuerdo a los datos obtenidos del 100% de los encuestados el 90% responde que son los laboratorios-productores los que sugieren los precios de ventas, de acuerdo a las observaciones realizadas en el estudio los laboratorios sugieren precios como: el precio de farmacias sin y con IVA y de igual forma el precio público con y sin IVA así mismo se conoce que estos establecen tablas de bonificaciones y descuentos de productos de forma mensual o trimestral.

Diagnostico

La realización de un análisis financiero conlleva la aplicación de una o varias herramientas que permitan estudiar aquellas variables que demuestran el cumplimiento de los objetivos, metas y proyecciones establecidas, esto a su vez incrementan la responsabilidad y exige una formación profesional de aquellos que realizan esta labor. Con los datos obtenidos se comprobó que estas empresas designan la responsabilidad de elaborar análisis de tipo financiero a aquellos con un grado de licenciatura y con experiencia de más de 5 años, la persona que se encarga de elabora estos informes en las droguería son en el 43% el contador general de estas, los cuales tienen de laborar para estas compañías entre 1 y 5 años.

El análisis de los estados financieros, es la distinción y separación de los elementos que forman la estructura de una empresa y consecuentemente su comparación con el todo del que forman parte; a través de este se puede conocer el comportamiento de dichos elementos en el transcurso del tiempo. Con la investigación se determinó que en el sector comercio de productos farmacéuticos si se elaboran informes de tipo financiero para la toma de decisiones, sin embargo se aplican herramientas financieras de forma más superficiales que técnicas las cuales son aplicadas principalmente en la preparación de informes presupuestarios de ventas, compras y gastos los cuales no llegan a cumplir con los requisitos necesarios para realizar un proceso presupuestario integro, estos se vuelven limitantes para determinar la rentabilidad que se está obteniendo con los recursos invertidos y observar una perspectiva más amplia de sus negocios; esto informes presupuestarios por la naturaleza del giro de estas empresas son preparados de forma mensual para hacer conclusiones y tomar decisiones sobre las metas de ventas, necesidades de compras y los gastos en los que se incurren. Cabe mencionar que un 95% de los encuestados dijo realizar análisis financiero para la toma de decisiones utilizando como método la aplicación de razones financieras y coinciden en que su rentabilidad es consecuente con los objetivos y estrategias establecidas. Sin embargo al igual que la empresa en estudio un 5% no lo utiliza ya que consideran que únicamente midiendo el comportamiento de las ventas pueden determinar la rentabilidad que están obteniendo.

Los factores de solvencia y rentabilidad están interrelacionados. Una empresa que no puede pagar sus deudas con oportunidad puede experimentar dificultades para obtener crédito; y la falta este puede, a su vez, llevarla a una disminución en la rentabilidad del negocio y con el tiempo, puede verse forzada a entrar en proceso de quiebra. Así mismo, una compañía que es menos rentable que sus competidores probablemente se encontrará en desventaja para obtener nuevos créditos o incrementar el capital de los accionistas. En la investigación se determinó que las empresas del sector realizan análisis de solvencias con periodos de preparación de un mes los cuales consideran indispensables para el desarrollo y desempeño de sus actividades, sin embargo existe una confusión con el termino de "liquidez" el cual es tener el efectivo necesario en el momento oportuno que nos permita hacer el pago de los compromisos anteriormente contraídos, pero para tener liquidez se necesita tener solvencia previamente.

En empresas dedicadas a la distribución de productos farmacéuticos se observa tres factores que inciden directamente sobre el desarrollo de su actividad y consecuentemente afectan la posición financiera de estas; como lo son la exclusividad sobre líneas de laboratorios, el establecimiento de precios de venta y el mercado sobre el cual comercializan sus productos. En la investigación se determinó que un 45% de las droguerías si manejan líneas exclusivas de laboratorios, así mismo expresan que estos establecen los precios en los que las droguerías deben vender sus productos, el cual lleva inmerso el porcentaje de utilidad sobre la venta que estas tendrán sobre estos. También se comprobó que las droguerías tienen un nivel más alto de participación en el mercado de farmacias obteniendo menor participación en el medio institucional que es cubierto por los laboratorios locales a través de licitaciones públicas o laboratorios extranjeros productores de medicamentos genéricos con "marca".

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAS DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE CONTADURÍA PÚBLICA

CUESTIONARIO PARA SER CONTESTADOS POR EL CONTADOR DE LA EMPRESA.

El presente cuestionario tiene como finalidad recopilar información referente a la utilización de herramientas como el análisis financiero para detectar los factores que inciden en la rentabilidad de las empresas distribuidoras de medicamentos.

INDICACIONES: A continuación se le presenta una serie de preguntas donde se le solicita marcar objetivamente con una X la (s) respuesta (as) que considere conveniente (s).

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

1. ¿Quién realiza en la empresa los análisis de tipo financiero?

- a) Gerente General ()
- b) Gerente Financiero ()
- c) Contador General ()

2. ¿Cuánto tiempo tiene de laborar en la empresa el funcionario que elabora los análisis?

- a) Menos de un año ()
- b) 1-5 años ()
- c) 6-10 años ()
- d) Más de 10 años ()

3. ¿Cuál es el nivel de experiencia en el área
- a) 1-5 años ()
 - b) 6-10 años ()
 - c) Más de 10 años ()
4. ¿Cuál es el nivel de estudios?
- a) Bachiller ()
 - b) Universitario ()
 - c) Licenciado ()
 - d) Máster en finanzas ()

II. PREGUNTAS

5. ¿Se elaboran informes de tipo financiero para la toma de decisiones?
- Si () No ()
6. ¿Si su respuesta anterior es no, señale los motivos por los cuales no son preparados este tipo de informe?
- a) Falta de tiempo ()
 - b) No son necesarios ()
 - c) No se posee información para elaborarlos ()
 - d) Falta de conocimiento para elaborarlos ()

7. ¿Si su respuesta fue si señale los informes que se preparan?

- a) Informes sobre Ratios Financieros ()
- b) Informes Presupuestarios ()
- c) Informes de gestión ()
- d) Informe Sectorial ()
- e) Otros ()

8. ¿Cada cuánto tiempo se preparan estos informes?

- a) Mensual ()
- b) Trimestral ()
- c) Semestral ()
- d) Otra ()

9. ¿De qué forma se conoce la situación de solvencia de la empresa?

- a) Razones Financieras ()
- b) Flujo de Fondos ()
- c) Solamente con los Estados Financieros ()
- d) Otros ()

10. ¿Cada cuánto tiempo se elabora este análisis?

- a) Mensuales ()
- b) Trimestrales ()
- c) Semestrales ()
- d) Anual ()

11. ¿Cuál es la importancia que la empresa le asigna al análisis de solvencia para la toma de decisiones?

- a) Indispensable ()
- b) Mucha utilidad ()
- c) Poca utilidad ()
- d) No es necesario ()

12. ¿Se utiliza el análisis de los estados financieros como herramienta en la toma de decisiones?

Si () No ()

13. ¿Cuál de los siguientes métodos de análisis es aplicado a los estados financieros?

- a) Razones Financieras ()
- b) Método de Análisis vertical ()
- c) Método de Análisis Horizontal ()
- d) Otros ()

14. ¿Son consecuentes los niveles de rentabilidad obtenidos con los objetivos y estrategias establecidas?

Si () No ()

15. ¿Distribuye la empresa medicamentos genéricos?

Si () No ()

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- De acuerdo al entorno económico en que se desarrollan en estas empresas sus márgenes de maniobra se ven reducidos debido a la dependencia que tiene con los laboratorios-productores en cuanto a la asignación de los porcentajes de utilidad sobre las ventas y al trabajo en conjunto que deben de realizar con los diversos agentes que participan en el mercado farmacéutico, principalmente la visita médica y la fuerza de venta, para obtener una participación adecuada en el mercado. Una mayor participación o preferencia en el medio de fármacos incrementaría la rentabilidad de la empresa la cual puede ser medida a través de la aplicación de análisis financiero que a su vez serviría de guía para la elaboración de estrategias para incrementar o mantener estos niveles.
- Según el análisis realizado a los estados financieros se detectó un incremento en el costo de ventas para los años 2008-2009, lo cual se debe a los costos incurridos por la importación de los productos y por la fijación de precio de ventas por parte de los laboratorios ya que estos determinan en margen de utilidad que estas obtendrán por la venta de los productos.
- Los gastos operativos son necesarios para el desarrollo de la actividad diaria de toda empresa, como se observó en el estudio los gastos de administración representan el porcentaje mas alto del total de gastos cuando por sentido común los gastos de venta son los que deberían de ser mayores, la causa de esta situación se debe a que los dueños de la empresa son los que ocupan los puestos gerenciales y de jefaturas los cuales a su vez no realizan estudios que les permita evaluar si los gastos en los que se incurren son necesarios

o indispensables para la realización de sus actividades evidenciando una falta de control sobre estos.

- Se verificó que la empresa ha aumentado su volumen de ventas pero no así su rentabilidad la cual no es proporcional a lo invertido, esto se ve reflejado en los niveles de ganancia que presenta los estados de resultados de los años en estudio, este tipo de situación no ha sido estudiada por la empresa debido a la falta de un análisis financiero aplicado a los resultados obtenidos.
- De acuerdo a las políticas establecidas por la empresa para la recuperación de la carteras de cliente y la relación que esta guarda con el pago de proveedores, como se observó en el análisis de este indicador; no se han cumplido durante el periodo estudiado, la tardanza en el cobro a los clientes a disminuido el ingreso líquido de efectivo a la empresa lo cual a su vez pone en riesgo la capacidad de pago de corto plazo de las deudas de la empresa. Por otro lado los periodos de pago a proveedores son cumplidos en los periodos establecidos ya que si el pago es tardado la importación de la mercadería se retrasaría y por la falta de un seguimiento en el cumplimiento de estas políticas la empresa podría caer en insolvencia.
- Como se observó en el estudio de la empresa, ésta no esta aplicando una integración vertical la cual funciona estableciendo decisiones conjuntas de todas las áreas de la empresa.

Recomendaciones

- Actualmente no existe un marco legal que regule las relaciones de las droguerías y los laboratorios en cuanto al establecimiento de precios y asignación de porcentajes de rentabilidad sobre las ventas de estas deben ampararse en documentaciones legales como lo contratos y trabajar conjuntamente con la visita médica y la fuerza de venta para obtener a través de la participación en el mercado mayores utilidades.
- Implementar políticas para la compra y venta de los productos en las cuales la empresa pueda establecer los precios de venta con un margen de rentabilidad que sea beneficiosa para esta y no perjudique tanto a sus clientes y al consumidor final quienes son los que proporcionan la ganancia a lo largo del proceso de distribución de los productos. Medir de forma presupuestaria los gastos que se realicen y sean necesarios para el desarrollo y beneficio de la entidad.
- Para tener un mejor control sobre los gastos que son necesarios para el desarrollo de las actividades de la empresa, es necesario que la gerencia desempeñe un papel mas protagónico en el establecimiento del rumbo que debe de tomar la entidad en el logro de sus objetivos, por lo que la gerencia debe de ser mas eficiente en el uso de los recursos de la sociedad localizándose en generar ingresos y no en el consumo desmedido de los recursos. La utilización de presupuestos son una buena herramienta para el control de estos rubros.
- Disminuir los costos o establecer convenios con los laboratorios-productores para obtener mejores resultados.

- Realizar seguimientos de estos indicadores que permitan establecer políticas que ayuden a reducir el periodo de recuperabilidad de las cuentas por cobrar a clientes, algunas políticas que ayudarían en el proceso son: Otorgar descuentos por pronto pago a aquellos clientes que pagan regularmente en los periodos establecidos. Brindar incentivos a los vendedores por los cobros que realicen a 30 días plazo. Considerar la alternativa de realizar factoraje con las facturas de aquellos clientes que en el mes sumen \$1,000 o más.
- Las decisiones que fijan el rumbo económico financiero de toda empresa son formadas de una integración conjunta del análisis de cada una de las áreas que la conforman, estas decisiones se sitúan a nivel corporativo en la cual es necesario establecer relación mas propositiva con los laboratorios-productores e identificar las circunstancias bajo las cuales dichos limites y relaciones deberían cambiar para aumentar y proteger la ventaja competitiva de la empresas de este sector.