

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
ESCUELA DE ESTUDIOS DE POSTGRADO  
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA



**ANÁLISIS FINANCIERO DE RENTABILIDAD DE UNA EMPRESA DE MEDIOS DE  
COMUNICACIÓN PRIVADA QUE PRESTA SERVICIOS DE PUBLICIDAD EN  
GUATEMALA**



**AUTORA: LICENCIADA KATERYN PAOLA AGUSTÍN CHÁVEZ**

Guatemala, septiembre de 2020

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
ESCUELA DE ESTUDIOS DE POSTGRADO  
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA



**ANÁLISIS FINANCIERO DE RENTABILIDAD DE UNA EMPRESA DE MEDIOS DE  
COMUNICACIÓN PRIVADA QUE PRESTA SERVICIOS DE PUBLICIDAD EN  
GUATEMALA**

Plan de investigación para elaborar el Trabajo Profesional de Graduación para optar al Grado de Maestro en Artes, con base en el "Instructivo para Elaborar el Trabajo Profesional de Graduación para Optar al Grado Académico de Maestro en Artes", aprobado por la Honorable Junta Directiva de la Facultad de Ciencias Económicas, el 15 de octubre de 2015, según Numeral 7.8 Punto SÉPTIMO del Acta No. 26-2015 y ratificado por el Consejo Directivo del Sistema de Estudios de Postgrado de la Universidad de San Carlos de Guatemala, según Punto 4.2, sub-incisos 4.2.1 y 4.2.2 del Acta 14-2018 de fecha 14 de agosto de 2018.

DOCENTE: Dr. ALFREDO AUGUSTO PAZ SUBILLAGA

AUTORA: LICENCIADA KATERYN PAOLA AGUSTÍN CHÁVEZ

Guatemala, septiembre de 2020

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

HONORABLE JUNTA DIRECTIVA

Decano: Lic. Luis Antonio Suárez Roldán

Secretario: Lic. Carlos Roberto Cabrera Morales

Vocal Primero: Lic. Carlos Alberto Hernández Gálvez

Vocal Segundo: Dr. Byron Giovani Mejía Victorio

Vocal Tercero: Vacante

Vocal Cuarto: P.C. Marlon Geovani Aquino Abdalla

Vocal Quinto: P.C. Carlos Roberto Turcios Pérez

TERNA QUE PRACTICÓ LA EVALUACIÓN DEL TRABAJO PROFESIONAL DE  
GRADUACIÓN

Presidente: \_\_\_\_\_

Secretario: \_\_\_\_\_

Vocal I: \_\_\_\_\_



ACTA No. MAF-D-002-2020

De acuerdo al estado de emergencia nacional decretado por el Gobierno de la República de Guatemala y a las resoluciones del Consejo Superior Universitario, que obligaron a la suspensión de actividades académicas y administrativas presenciales en el campus central de la Universidad, ante tal situación la Escuela de Estudios de Postgrado de la Facultad de Ciencias Económicas, debió incorporar tecnología virtual para atender la demanda de necesidades del sector estudiantil, en esta oportunidad nos reunimos de forma virtual los infrascriptos miembros del Jurado Examinador, el **20 de septiembre de 2020**, a las **10:30** para practicar la PRESENTACIÓN DEL TRABAJO PROFESIONAL DE GRADUACIÓN de la Licenciada **Kateryn Paola Agustín Chávez**, carné No. **201215804**, estudiante de la Maestría en Administración Financiera de la Escuela de Estudios de Postgrado, como requisito para optar al grado de Maestro en Artes. El examen se realizó de acuerdo con el Instructivo para Elaborar el Trabajo Profesional de Graduación para optar al grado académico de Maestro en Artes, aprobado por la Junta Directiva de la Facultad de Ciencias Económicas, el 15 de octubre de 2015, según Numeral 7.8 Punto SÉPTIMO del Acta No. 26-2015 y ratificado por el Consejo Directivo del Sistema de Estudios de Postgrado -SEP- de la Universidad de San Carlos de Guatemala, según Punto 4.2, subincisos 4.2.1 y 4.2.2 del Acta 14-2018 de fecha 14 de agosto de 2018. Cada examinador evaluó de manera oral los elementos técnico-formales y de contenido científico profesional del informe final presentado por el sustentante, denominado **"ANÁLISIS FINANCIERO DE RENTABILIDAD DE UNA EMPRESA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN PRIVADA QUE PRESTA SERVICIOS DE PUBLICIDAD EN GUATEMALA"**, dejando constancia de lo actuado en las hojas de factores de evaluación proporcionadas por la Escuela. El examen fue **APROBADO** con una nota promedio de **71** puntos, obtenida de las calificaciones asignadas por cada integrante del jurado examinador. El Tribunal hace las siguientes recomendaciones: **Que el sustentante incorpore las enmiendas señaladas dentro de los 5 días hábiles.**

En fe de lo cual firmamos la presente acta en la Ciudad de Guatemala, a los 30 días del mes de septiembre del año dos mil veinte.



*[Signature]*  
MSc. Hugo Fernando Escobar Arredondo  
Coordinador

*[Signature]*  
Ph.D. Silvia Rocío Quirós Rabanalés  
Evaluador

*[Signature]*  
MSc. César Enrique Calderón Morrey  
Evaluador

*[Signature]*  
Kateryn Paola Agustín Chávez  
Postulante



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
ESCUELA DE ESTUDIOS DE POSTGRADO

## ADENDUM

El infrascrito Presidente del Jurado Examinador CERTIFICA que el estudiante Kateryn Paola Agustín Chávez, incorporó los cambios y enmiendas sugeridas por cada miembro examinador del Jurado.

Guatemala, 16 de octubre de 2020.

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke, positioned above a horizontal line.

MSc. Hugo Armando Mérida Pineda  
Coordinador

## **AGRADECIMIENTOS**

- A DIOS:** Por guiarme a lo largo de mi existencia, ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de debilidad y dificultad dándome sabiduría necesaria para enfrentarlas.
- A MIS PADRES:** Carlos Agustín y Susana Chávez, por ser el motor de mi vida, quienes siempre me han demostrado que todo se logra con esfuerzo y perseverancia, por ser los primeros en creer en mí y por siempre brindarme su apoyo tanto económico como moral a lo largo de mi vida.
- A MI FAMILIA** Por creer en mí, en especial a mi hermano Ronald Agustín, quien me ha dado su apoyo incondicional durante los momentos más difíciles de mi carrera.
- A MIS AMIGOS** Gracias por el apoyo brindado durante este tiempo, en especial a mi amiga Veralí Tercero, quien fue clave esencial para culminar con éxito la meta propuesta y a Oscar Pérez por haberme asesorado financieramente con el presente trabajo.
- A LA ESCUELA DE ESTUDIOS DE POSTGRADO:** Por desarrollarme como persona y profesional.
- A LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA:** Por abrirme sus puertas y ser la casa de estudios que me brindó todo el conocimiento que he adquirido en estos años.

# Contenido

<b>RESUMEN</b>	ii
<b>INTRODUCCIÓN</b>	ii
<b>1. ANTECEDENTES</b>	2
1.1. Reseña histórica de los medios de comunicación	2
1.2. El impacto del Internet en los medios de comunicación	3
1.3. Reseña histórica del análisis financiero	4
1.4. Reseña histórica de la rentabilidad	4
<b>2. MARCO TEÓRICO</b>	5
2.1. Comunicación	5
2.2. Medios de comunicación	5
2.3. Publicidad	7
2.4. Periodismo Digital	9
2.5. Análisis Financiero	10
2.6. Método de análisis a los Estados Financieros	15
2.7. Razones financieras	16
2.8. Rentabilidad	23
2.9. Valor Económico Agregado	25
2.10. Análisis Punto de Equilibrio Económico	29
<b>3. METODOLOGÍA</b>	34
3.1. Definición	35
3.2. Delimitación del problema	35
3.3. Objetivos	36
3.4. Diseño de la Investigación	37
3.5. Universo	37
3.6. Instrumentos de Medición	38
3.7. Técnicas de investigación	39
<b>4. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS</b>	41
4.1. Análisis de la Situación Actual de la Empresa	41
4.2. Herramientas, modelos y estrategias para el análisis de la empresa	49

<b>4.3 Resultados del Análisis de la Situación Financiera</b>	51
<b>CONCLUSIONES</b>	81
<b>RECOMENDACIONES</b>	83
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	85
<b>GLOSARIO</b>	87
<b>CARTA DE CONSENTIMIENTO</b>	89
<b>ANEXO</b>	90
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b>	93
<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b>	93



## RESUMEN

En los últimos años, el concepto de análisis de rentabilidad ha asumido un papel esencial para la eficiente toma de decisiones en cualquier empresa.

Es por ello, que el principal objetivo de esta investigación era determinar la rentabilidad de una empresa de medios de comunicación en Guatemala que presta servicios de publicidad.

Actualmente el principal problema de esta entidad radica en que la administración se enfoca más en aspectos de comercialización, descuidando la estructura financiera-contable, lo cual no le permite obtener un control y manejo eficiente de sus recursos, provocando complicaciones en el manejo de estos e impactando negativamente en la maximización de sus utilidades.

Para cumplir con el objetivo de la investigación, se hace uso del método científico, con la finalidad de cubrir todas las áreas relevantes del estudio; para ello, se elaboró un primer capítulo con información teórica que busca ser la referencia al lector sobre los principales conceptos que se llevan a cabo en el presente estudio para darle solución a la principal problemática de la entidad objeto de estudio.

Posterior a ello, se hizo uso de diversas herramientas financieras que contribuyeran a determinar y evaluar la gestión económica-financiera de la empresa en base a su rentabilidad y con ello poder dar a conocer los resultados obtenidos.

Dentro de sus principales resultados obtenidos, se encuentra que la compañía ha cumplido con las expectativas de rendimiento sobre el patrimonio esperado por sus accionistas y con el punto de equilibrio, se logró establecer que el producto menos rentable es la publicidad impresa y servicios de BTL, por lo que se le recomienda a la entidad realizar un análisis exhaustivo de las principales cuentas de gasto que afectan sus utilidades con la finalidad de disminuirlas, adicional a ello, desarrollar estrategias que ayuden a incrementar los ingresos y con ello poder maximizar la rentabilidad de la entidad.

## INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación han adquirido una gran importancia en una sociedad debido al poder que pueden llegar a tener y por la influencia que puede causar sobre una sociedad a través de sus contenidos.

Es por ello, que los medios de comunicación en Guatemala van más allá de solo servir como medios de información, entretenimiento y educación, para erigirse en productores de cultura y agentes de la acción política y económica.

Y en un futuro tan incierto, debido al creciente fenómeno de la globalización y a la inmediatez de la información digital, los medios de comunicación deben analizar las variables económicas y financieras que inciden en su rentabilidad y eficiencia.

Por tal razón, es efectivo considerar que una de las condiciones necesarias para mejorar el funcionamiento de cualquier compañía, lo constituye un “análisis de rentabilidad”, que representa una herramienta financiera muy poderosa para facilitar la toma de decisiones oportunas, motivando a la empresa a desarrollar y lograr una administración más eficiente.

El principal objetivo de este plan consiste en determinar la rentabilidad de una empresa de medios de comunicación privada dedicada a servicios de publicidad, esto a través de un análisis financiero de los estados financieros, a través del uso de las razones u otros métodos financieros aplicados.

El presente plan está dividido en cuatro capítulos para una mejor comprensión y esquematización:

El capítulo I, trata los aspectos generales de las empresas de medios de comunicación privadas dedicadas a prestar servicios de publicidad, como lo son su definición, historia y clasificación, un breve resumen de la reseña histórica del análisis financiero y rentabilidad.

El capítulo II, está conformado por el marco teórico, el cual se encuentra integrado en forma teórica por conceptos utilizados para fundamentar la investigación y propuesta tales como: los conceptos de medios de comunicación, principales formas de medios de comunicación, las principales funciones de los medios de comunicación, la publicidad y su clasificación; así como, los conceptos de análisis de los estados financieros, los diferentes métodos aplicables a los estados financieros, las razones financieras, el valor económico agregado (EVA) y por último el análisis del punto de equilibrio.

El capítulo III, contiene la metodología usada para la investigación identificando y delimitando el problema de la empresa, su objetivo general y específicos. A la vez, se explica en detalle el proceso realizado para resolver el problema de investigación.

El capítulo IV, presenta la situación actual de la empresa respecto a su rentabilidad, analizando e interpretando sus estados financieros a través de diferentes métodos financieros aplicados, tales como el método vertical u horizontal, la aplicación de las principales razones financieras, el método del Valor Económico Agregado y el punto de equilibrio, asimismo se hace referencia a la importancia de la aplicación de estos en la toma de decisiones.

Como parte final se presentan las conclusiones y recomendaciones, así como las referencias bibliográficas consultadas en la realización de la investigación.

## 1. ANTECEDENTES

Los antecedentes de la investigación para los medios de comunicación y análisis financiero se describen a continuación:

### 1.1. Reseña histórica de los medios de comunicación

El origen de los medios de comunicación se remonta a la comunicación oral, que fue la única durante milenios hasta la aparición de la escritura. Uno de los antecedentes más antiguos de los medios de comunicación fueron las actas públicas, éstas eran utilizadas en Roma con la finalidad de comunicar a la población los distintos acontecimientos de la ciudad.

En Guatemala a principios del siglo XX, los medios de comunicación eran censurados, por la falta de libertad de expresión que era cohibida por el gobierno; pero fue hasta el año de 1985, con la aprobación de la nueva Constitución, que los medios comenzaron a asumir un rol esencial en la vida política actual e iniciar una relativa apertura para la expresión sin miedo a la represión. Esto significó el inicio de una nueva era y el fortalecimiento de los medios de comunicación.

Durante los últimos 60 años, los medios de comunicación han llegado a ocupar un lugar central en la vida cotidiana de las personas en Guatemala. Y es que, la generalización de la radio, el crecimiento de los tirajes de los medios impresos, la expansión de la televisión, el establecimiento de los sistemas locales de cable y los medios de comunicación digitales, han permitido que las personas estén hoy sujetas a una amplia gama de información que pueden contribuir a modificar su entorno cultural, político, económico y/o social.

Actualmente en Guatemala, la televisión se considera como el principal medio de comunicación, que está conformada en su mayoría por los canales 3, 7, 11 y 13 que pertenecen al grupo Albavisión y por otra parte el canal 5, conocido como TV Maya; mientras que la radio se encuentra conformada por 8 emisoras AM de

coberturanacional, 70 departamental y 14 municipal, y en FM se registran 348 emisoras con cobertura departamental y 82 municipal.

Con lo que respecta a los periódicos como medio de comunicación surgen nuevos proyectos dedicados al periodismo que al día de hoy se encuentran en circulación, como: Nuestro Diario, Prensa Libre, Siglo Veintiuno, el Periódico, Plaza Pública, La Hora y revistas de madera moderna, como Crónica Guatemala y otras. Mientras que de los periódicos más antiguos sólo sobrevivió el Diario de Centro América.

## **1.2. El impacto del Internet en los medios de comunicación**

En la actualidad, los medios de comunicación digital se han convertido en una innovadora forma de percibir y mostrar al mundo información, ofreciendo interacción con las personas, sustituyendo a los medios de comunicación tradicionales como ha sido la prensa. Y es que el desarrollo del internet ha tenido un gran impacto en la prensa impresa, con tanta celeridad que han tenido la necesidad de ir incursionando en los formatos digitales. Hasta el momento, la estructura de internet ha permitido que nuevos proyectos periodísticos vean la luz, entre los cuales se puede mencionar a Plaza Pública, Soy502 y Nómada.

Para el año 2017, un estudio realizado en la región centroamericana reveló que Guatemala era el país con mayor número de usuarios en redes sociales; esto significa que el uso del internet ha aumentado significativamente y con ello han revolucionado la forma de trabajar de los medios de comunicación tradicionales, que actualmente migran a plataformas digitales.

Finalmente, el internet y la abundancia de medios de medios de comunicación digitales han colocado al receptor de la información en una situación intrincada: la de decidir qué información es falsa y cuáles verdadera. Y es que, en un país como Guatemala, con bajos indicadores de calidad educativa, las personas difícilmente logran hacer la diferencia de ello y como causa se origina la desinformación.

A este fenómeno se le ha denominado analfabetismo informático y constituye un desafío a largo plazo para la democratización de los medios y la consolidación de la ciudadanía comunicativa.

### **1.3. Reseña histórica del análisis financiero**

Varios estudios han indicado que el análisis financiero no tiene un origen exacto, aunque muchos de ellos han apuntado a que su origen se remonta a la revolución industrial, cuando por la alta demanda de diversos productos se buscaba proyectarse al futuro, evitar pérdidas y disminuir sus costos.

Es importante mencionar que la importancia de un análisis financiero de una empresa en los últimos años ha ido incrementando, debido a la evolución de los mercados financieros, que ha llevado a una situación que exige prestar una creciente atención a lo que se podría llamar la gestión del valor.

Sin embargo, no existe un método exacto ya que ha ido variando con el transcurso del tiempo, desde procedimientos elementales basados en la situación patrimonial hasta aquellos cada vez más sofisticados sobre la base de diferentes escenarios de proyecciones. En sus inicios, el análisis financiero se diferencia muy poco de las técnicas contables, siendo el beneficio la piedra angular de todo planteamiento.

Con el tiempo las técnicas de análisis financieros se han tornado más sofisticadas, introduciendo factores correctivos de la propia contabilidad y realizando provisiones sobre el futuro.

### **1.4. Reseña histórica de la rentabilidad**

El origen de la palabra rentabilidad nació de la necesidad de medir la eficiencia empresarial.

Varios autores afirman que los primeros análisis para evaluar la rentabilidad surgieron a inicios de los años 80, estos fueron: el análisis de descomposición de varianza y el análisis de persistencia. La primera herramienta se usó para poder demostrar la importancia que existía entre una industria con otra y las características propias de las empresas en la rentabilidad; mientras que la segunda fue utilizada para encontrar datos acerca de la trayectoria de la utilidad en el tiempo que se usarían para mostrar la sustentación y obtención de la rentabilidad empresarial.

## 2. MARCO TEÓRICO

El presente capítulo contiene la exposición y análisis de las teorías y enfoques teóricos y conceptuales utilizados para fundamentar la investigación sobre el análisis de rentabilidad financiera de una empresa de medios de comunicación que presta servicios de publicidad.

### 2.1. Comunicación

El concepto de comunicar proviene del vocablo latino *comunicare*, que significa compartir algo común. Su etimología llega a admitir que es un fenómeno que se realiza como parte fundamental de las relaciones sociales entre las personas.

“La comunicación se trata de un proceso dinámico, en el que necesariamente participan una fuente o emisor que envía un mensaje a través de un canal o medio a un potencial receptor que, a su vez, puede convertirse también en emisor.” (Santos, 2013, pág. 11)

Es importante recordar que en el proceso de comunicación intervienen tres elementos: El emisor, quien inicia la conversación o bien el que da a conocer el mensaje; el receptor, quien recibe el mensaje y debe decodificarlo; y por último el mensaje, que es la información que comparten los sujetos de la comunicación.

### 2.2. Medios de comunicación

Los medios de comunicación se definen como instrumentos utilizados por la sociedad para poder informar y comunicar de forma masiva a la población sobre acontecimientos políticos, económicos, sociales o culturales, que pueden ser a nivel local o al contexto mundial.

Según (Domínguez E. , 2012), afirma que entre los distintos medios de comunicación destacan los llamados medios de comunicación masiva, son aquellos que se envían por un emisor y se reciben de manera idéntica por varios grupos de receptores, teniendo así una gran audiencia; el mundo los conoce y reconoce como la televisión, la radio, el periódico, entre otros. (p. 11)

Los medios de comunicación masiva son utilizados en la publicidad, la mercadotecnia, la propaganda y muchas formas más de comunicación. Su principal objetivo es reducir el tiempo invertido en la comunicación, enviando un solo mensaje a toda la sociedad, si bien los mensajes tienen un público deseado, no quiere decir que este público será el único que lo reciba, añadiendo así más audiencia al mensaje.

### 2.2.1 Funciones de los medios de Comunicación

Los medios de comunicación influyen sobre la sociedad de manera considerable, ayudando a satisfacer las necesidades de la población.

**Tabla 1.**

*Principales Funciones de los Medios de Comunicación*

<b>Función</b>	<b>Descripción</b>
<b>Informar</b>	Recogen y entregan información de manera veraz y oportuna sobre los diversos acontecimientos mundiales y de distintos temas de interés.
<b>Educar</b>	Transmiten la cultura de las distintas comunidades; su pasado, presente y proyecciones futuras. Los avances tecnológicos han posibilitado la transmisión de programas educativos de manera más atractiva para la comunidad.
<b>Entrenar</b>	La sociedad demanda de los medios, la entretención y el esparcimiento. Así estos contribuyen a llenar espacios de tiempo para descansar y divertirse.
<b>Formar opinión</b>	Los distintos mensajes entregados por los medios de comunicación contienen la ideología de quienes elaboran la información promoviendo la formación de opinión entre los receptores.

Nota: La tabla detalla las funciones que tienen los medios de comunicación en una sociedad. Tomado de: *Medios de Comunicación Masiva* (p.12), por E. Domínguez, 2012, Red Tercer Milenio.



## **2.2.2 Clasificación de los medios de comunicación**

### **a. Medios audiovisuales**

Son los que pueden ser simultáneamente escuchados y vistos. Se basan en dispositivos tecnológicos que emiten imágenes y sonidos, con el fin de transmitir la información, como la televisión y el cine.(Domínguez, 2012, pág. 15)

### **b. Medios radiofónicos**

Se basa exclusivamente en información transmitida bajo formato sonoro. “La emisión radiofónica también resulta verdaderamente muy sencilla, ya que para lograr la emisión se requiere de pocas máquinas de sonido, micrófonos y pocas personas.” (Domínguez, 2012, pág. 15)

### **c. Medios impresos**

Está comprendido por revistas, periódicos, magazines, folletos y panfletos, todas las publicaciones que contengan una información a ser transmitida. “En la actualidad estos medios, por el elevado costo de producción y la intromisión de Internet, están en declinación en cuanto a que su público prefiere otros medios a la hora de informarse.” (Domínguez, 2012, pág. 16)

### **d. Medios digitales**

Surgidos en la década de 1980. Estas nuevas tecnologías han logrado expandirse con masividad, cada vez con mayor rapidez transmiten la información llegando a miles de personas a nivel mundial. Los medios digitales se pueden crear, visualizar, distribuir, modificar y preservar en dispositivos electrónicos digitales.(Domínguez, 2012, pág. 16)

## **2.3. Publicidad**

La publicidad es el uso de medios de producción audiovisuales, en diferentes medios de comunicación, para crear un mensaje de permanencia en la mente del consumidor.

Así mismo, es utilizada por las empresas para poder transmitir información, beneficios o promociones sobre un producto o servicio. Esto se hace, por lo general, a través de campañas publicitarias, que son un conjunto de anuncios en diferentes medios para llegar al segmento que se desea.

### **2.3.1 Importancia de la publicidad en los medios de comunicación**

La importancia radica porque la publicidad se difunde a través de los medios de comunicación, es la principal base de financiamiento de los medios de comunicación. Por ello, los medios de comunicación se debaten entre la necesidad de capturar audiencia para vendérsela a los anunciantes y la de agradar a dicha audiencia para que les siga siendo fiel y así poder obtener mayores resultados económicos.

Los medios y la publicidad tienen una relación de simbiosis que resulta ser beneficiosa e imprescindible para ambas, aunque a la larga, resulta ser perjudicial para la audiencia, ya que los contenidos de información, entretenimiento, entre otros se ven influidos de forma irremediable por los intereses de las grandes empresas anunciantes.

### **2.3.2 Estrategias Publicitarias**

En la actualidad, la publicidad cuenta con dos estrategias elementales para el impulso de las marcas que son el ATL (Above the line o por encima de la línea de promoción) y BTL (Below the line o bajo la línea de promoción).

#### **a. Above the line (ATL)**

Son aquellas estrategias publicitarias que no están dirigidas a un público objetivo en particular y tienen un gran alcance. Estos se pueden considerar como los medios tradicionales, es decir, aquellos a los que ya todos están acostumbrados a ver desde hace décadas, por ejemplo: la televisión, la radio y medios impresos.

#### **b. Below The Line (BTL)**

Consiste en emplear formas de comunicación no masivas dirigidas a un segmento específico empleando como armas principales la creatividad, la sorpresa o el sentido

de oportunidad, creando a su vez canales novedosos para comunicar el mensaje deseado, ya sea publicidad o información corporativa interna. (Galván, 2019, pág. 1).

El BTL se puede desarrollar utilizando publicidad exterior o cualquier otro medio creativo que se comunique de manera más directa con un público en concreto, por ejemplo: los patrocinios, marketing externo, u otros.

## 2.4. Periodismo Digital

Periodismo digital es un término nuevo para describir la tendencia del periodismo que tiene como espacio principal de desarrollo al internet. (Sáenz, 2013, pág. 6)

En la actualidad, el periodismo digital tiene mucho potencial en Guatemala, ya que es considerado competente por el número creciente de audiencia. Es por eso, que en los últimos años han surgido nuevos medios de comunicación digital como Nómada, Soy502, Crónicas, entre otras. Y es que el periodismo digital es un producto más interactivo con la audiencia, por lo que está revolucionando los conceptos básicos del periodismo impreso, inclusive a otros medios de comunicación que hoy en día están migrando a plataformas digitales.

**Figura 1**

*Evolución del Periodismo Digital*



Nota: Se detalla la secuencia sobre cómo ha evolucionado el Periodismo. Tomado de: Los Medios y la Transición Democrática en Centroamérica, por Gutiérrez, E., 2015.

## **2.5 Análisis Financiero**

El análisis financiero “es la utilización de los estados financieros para analizar la posición y el desempeño financiero de una compañía, así como para evaluar el desempeño financiero futuro”.(Wild, Subramanyam, & Halsey, 2013, pág. 12)

Se puede decir que es una herramienta fundamental que permite realizar una evaluación profunda de toda la información que se presenta en los estados financieros, con el fin de llegar a datos más precisos que aporten a una toma de decisiones más efectiva para el futuro de una compañía.

El análisis financiero aporta a la información contable presentada en los estados financieros otro tipo de información cuantitativa y cualitativa que complementa la contable, por eso es importante realizar un análisis financiero de una forma sistemática y periódica.

### **2.5.1 Usos del análisis financiero**

El análisis financiero puede ser para uso interno de la empresa o para el uso externo.

#### **a. Análisis para uso interno**

Las unidades orgánicas, así como los directivos y accionistas disponen de todos los datos de la empresa comprendidos en la contabilidad general y analítica, con esta data se elaboran las estrategias y se toman las decisiones.(Ricra, 2014, pág. 12)

#### **b. Análisis para uso externo**

Este tipo de análisis es para los competidores, clientes, proveedores, organismos reguladores, supervisores, etc. (Ricra, 2014, pág. 12)

## **2.5.2 Importancia del Análisis Financiero**

La importancia de realizar un análisis financiero radica en que evalúa la realidad de la situación y el comportamiento de una entidad a través del estudio detallado de los estados financieros, siendo su principal objetivo maximizar las utilidades.

La realización de un análisis financiero dentro de una empresa es importante porque proporciona información relevante para el proceso de toma de decisiones al interior de la empresa, como también, “influye en las decisiones por parte de los inversionistas externos que desean participar en la empresa, con una visión de largo plazo”. (Ricra, 2014, pág. 5)

## **2.5.3 El proceso del Análisis Financiero**

El proceso de análisis financiero debe ser flexible, utilizar diversas fuentes y aplicar diversas herramientas según los casos. “Otros importantes factores que se deben tener en cuenta son el tiempo disponible, el contexto en el que se desenvuelve la empresa objeto de estudio, los efectos estacionales y la disponibilidad de información, entre otras.”(Curruchiche, 2018, pág. 24)

El proceso del análisis financiero va dirigido a evaluar los estados financieros de una empresa, a través de diferentes herramientas como el análisis horizontal, vertical, indicadores o tendencias con la finalidad de brindar conclusiones que establezcan mejores estimaciones y predicciones posibles en un futuro.

Aunque el proceso de análisis debe ser flexible, puede establecerse un conjunto de prácticas aconsejables, que se sugieren a continuación: Identificación del objeto de análisis, recopilación de la información, evaluación de la fiabilidad y validez de la información obtenida, depuración de la información, familiarización con la empresa y el sector y por último la redacción del informe del análisis

## **2.5.4 Limitaciones del análisis financiero**

El análisis financiero es sumamente útil en cuanto a la toma de decisiones, no obstante; no está exento de ciertas limitaciones que afectan el resultado de las razones

financieras, ente las que se mencionan: efectos estacionales, la inflación o devaluación, el uso de diferentes prácticas contables, entre otras.

Una de las principales limitaciones “es que los indicadores se elaboran a partir de datos contables que a veces están expuestos a diferentes interpretaciones o incluso a manipulaciones; por lo cual el apego a los indicadores financieros promedio de la industria no establece con seguridad que la empresa funcione normalmente y que tenga una buena administración.” (Guajardo & Andrade, 2014, pág. 55)

La razón de esto radica en que es difícil generalizar si un resultado es bueno o malo. El análisis de indicadores financieros es una parte útil del proceso de conocer la realidad de las empresas; sin embargo, aisladamente considerados, no son respuestas suficientes para emitir juicios acerca de su desempeño.

### **2.5.5 Estados financieros**

Los estados financieros son informes que muestran de manera estructurada información económica y financiera de una entidad, tal como los bienes y las deudas que tiene, los resultados y las entradas y salidas de efectivo que ha tenido.

Los estados financieros proporcionan una fuente confiable de información financiera necesaria para realizar un análisis financiero porque indican cómo obtiene recursos una compañía, dónde y cómo se emplean esos recursos de inversión y qué tan eficazmente se utilizan esos recursos logrando rentabilidad.

Los estados financieros se preparan para presentar un informe periódico acerca de la situación del negocio, los progresos de la administración y los resultados obtenidos durante el período que se estudia. Constituyen una combinación de hechos registrados, convenciones contables y juicios personales. (Ortiz , 2015, pág. 30)

Se consideran básicos, dentro de los estados financieros, el balance de situación financiera, el estado de resultados, estado de cambios en el patrimonio, estado de flujos de efectivo y las notas a los estados financieros.

### **a. Balance de Situación Financiera**

El balance de situación general “es un informe que muestra la situación financiera de una empresa a una fecha determinada”. (Robles, 2012, pág. 25)

El balance de situación general se divide en tres partes: Activo, pasivo y patrimonio neto o capital contable. El activo representa los bienes y derechos de la empresa, el pasivo representa las obligaciones totales de la empresa, en el corto o el largo plazo y por último el patrimonio representan la participación de los propietarios en el negocio, y resulta de restar, del total del activo, el pasivo con terceros.

Lo fundamental en el balance de situación general o financiera es que la suma del activo debe ser igual a la suma del patrimonio neto y el pasivo, a la que se le llama ecuación patrimonial.

### **b. Estado de Resultados**

También llamado Estado de Ganancias y Pérdidas, “es un estado dinámico porque presenta los resultados financieros obtenidos por un ente económico en un periodo determinado después de haber deducido de los ingresos, los costos de productos vendidos, gastos de operación, gastos financieros e impuestos”.(Ricra, 2014, pág. 15)

Los principales objetivos del Estado de Resultados son evaluar los logros alcanzados y los esfuerzos desarrollados por la entidad durante el período en que se presenta, evaluándola rentabilidad de la empresa.

### **c. Estado de cambios en el patrimonio**

El estado de cambios en el patrimonio “es un documento contable que pone de manifiesto las variaciones experimentadas por el patrimonio neto de la empresa. La información obtenida en este estado debe servir para comprender en qué medida los recursos propios o neto patrimonial de la empresa se ha incrementado o disminuido a lo largo del periodo por hechos contables distintos de los incorporados en el cálculo de la cuenta de resultados.” (Otal & Serrano, 2005, pág. 12)

Es un estado financiero que “informa las variaciones en las cuentas del patrimonio originadas por las transacciones comerciales que realiza la compañía entre el principio y el final de un periodo contable.” (Ricra, 2014, pág. 15)

La elaboración de este estado es esencial porque establece la variación en el superávit ganado de un período a otro, distinguiendo entre las utilidades que permanecen en la compañía y las que han sido distribuidas a los accionistas o utilizadas para otros fines como donaciones, fundaciones, etc.

#### **d. Estado de Flujos de Efectivo**

Es un estado financiero básico que informa sobre las variaciones y movimientos de efectivo y sus equivalentes en un período determinado.

El estado de flujo de efectivo “es un estado que muestra las fuentes y aplicaciones del efectivo de la entidad durante un período, las cuales se clasifican en actividades de operación, inversión y de financiamiento.”(Normas Internacionales de Contabilidad, 2018, págs. 4-5)

Se puede decir, que el estado de flujos de efectivo detalla actividad por actividad como se partió del efectivo al inicio del año y como se llegó al saldo al final del año, por ello siempre cuadra con el rubro de efectivo del Estado de Situación Financiera.

Para realizar el flujo de efectivo existen dos métodos: El método directo, expone las principales clases de entrada y salida en efectivo; y el método indirecto, este parte del resultado del ejercicio y a través de ciertos procedimientos se convierte el resultado devengado en resultado percibido.

#### **e. Notas a los Estados Financieros**

Las notas a los estados financieros “ilustran sobre las principales políticas y prácticas contables y clasifican todos los rubros que se considere que necesitan explicaciones adicionales; además va acompañado del estado de ganancias y pérdidas.” (Ortiz , 2015, pág. 55)



Las notas son aclaraciones o explicaciones de hechos o situaciones, cuantificables o no, que forman parte integrante de los estados financieros, los cuales se leen juntamente con ellas para su correcta interpretación.

## **2.6 Método de análisis a los Estados Financieros**

Los métodos de análisis se consideran como procedimientos utilizados para obtener información comparativa del estado interno de los estados financieros. Estos métodos son el análisis vertical y análisis horizontal.

### **2.6.1 Análisis Horizontal**

Es un procedimiento que consiste en “comparar estados financieros homogéneos en dos o más periodos consecutivos, para determinar los aumentos y disminuciones o variaciones de las cuentas, de un periodo a otro”. (Bastidas, 2018, pág. 19)

Su importancia radica porque analiza el crecimiento o disminución de cada cuenta o grupo de cuentas de un estado financiero; sirve de base para el análisis mediante fuentes y usos del efectivo o capital de trabajo además muestra los resultados de una gestión porque las decisiones se ven reflejadas en los cambios de las cuentas.

El análisis horizontal se debe centrar en los cambios extraordinarios o más significativos, en cuya determinación es fundamental tener en cuenta tanto las variaciones absolutas.

Para determinar la variación absoluta, se procede a determinar la diferencia restando el valor del año dos y el valor del año uno.

**Fórmula:**      Periodo 2 – Periodo 1

Para determinar la variación relativa de un periodo respecto a otro, se debe aplicar una regla de tres.

**Fórmula:** 
$$\frac{(\text{Valor final} - 1)}{\text{Valor inicial}} * 100$$

### **2.6.2 Análisis Vertical**

Este tipo de análisis consiste en “determinar la participación de cada una de las cuentas de los estados financieros con referencia sobre el total de activos o total patrimonio para el balance general o sobre el total de ventas para el estado de resultados”.(Ricra, 2014, pág. 19)

El aspecto más importante del análisis vertical es la interpretación de los porcentajes. Las cifras absolutas no muestran la importancia de cada rubro en la composición del respectivo estado financiero y su significado en la estructura de la empresa. Por el contrario, el porcentaje que cada cuenta representa sobre una cifra base nos dice mucho de su importancia como tal, de las políticas de la empresa, del tipo de empresa, de la estructura financiera, de los márgenes de rentabilidad, etc.

El método consiste en tomar un solo estado financiero y relacionar cada una de sus cuentas con un total determinado dentro del mismo estado, aunque también puede relacionarse cada una de sus subcuentas. Por ejemplo, cuando se calcula qué porcentaje representa una cuenta del activo, el 100% será el total del activo o cuando se calcula qué porcentaje representa una cuenta del pasivo y patrimonio, el 100% será el total del pasivo y patrimonio.

### **2.7 Razones financieras**

Uno de los instrumentos más usados y de gran utilidad para realizar un análisis financiero a una entidad es el uso de las razones financieras; estas pueden medir en un alto grado la eficacia y comportamiento de la empresa y además son comparables con las de la competencia y, por lo tanto, constituyen una herramienta vital para la toma de decisiones.

(Wild, Subramanyam, & Halsey, 2013) afirman que:

Las razones, interpretadas en la forma apropiada, identifican las áreas que requieren una investigación más profunda. El análisis de una razón revela relaciones importantes y bases de comparación al descubrir condiciones y tendencias difíciles de detectar

mediante una inspección de los componentes individuales que constituyen la razón. Aun así, al igual que otras herramientas de análisis, las razones usualmente son más útiles cuando están orientadas a futuro. Esto quiere decir que a menudo se ajustan los factores que afectan a una razón con respecto a su tendencia y magnitud futuras probables. (p. 30)

Las razones financieras se clasifican en razones de liquidez, actividad, solvencia y rentabilidad.

### **2.7.1 Razones de liquidez**

Estos indicadores surgen por la necesidad de medir la capacidad que tienen las entidades para cancelar sus obligaciones de corto plazo. (Ricra, 2014, pág. 31)

Además, sirven para establecer la facilidad o dificultad que presenta una empresa para pagar sus pasivos corrientes con el producto de convertir a efectivo sus activos corrientes, en menos de un año.

#### **a. Razón circulante o índice de liquidez**

Este indicador evalúa la capacidad de la entidad para determinar qué proporción de sus obligaciones a corto plazo son cubiertas por la disponibilidad de la empresa también a corto plazo. El rango estándar es entre 1.4 a 1.8. Si el resultado es mayor a 1, la empresa tiene una muy buena capacidad para hacer frente a sus obligaciones a corto plazo. Si es menor a 1 significa que la empresa no tiene activos suficientes para cubrir sus obligaciones con sus acreedores. (Ricra, 2014, pág. 31)

La fórmula se expresa de la siguiente manera:

$$\text{Liquidez corriente} = \frac{\text{Activos circulantes}}{\text{Pasivos circulantes}}$$

### **b. Prueba del ácido (razón rápida)**

Es un indicador más exigente porque “mide la proporción entre los activos de mayor liquidez frente a sus obligaciones a corto plazo. No toma en cuenta los inventarios o existencias porque no se pueden fácilmente convertir en efectivo.” (Ricra, 2014, pág. 29)

Se representa con la siguiente fórmula:

$$\text{Prueba ácida} = \frac{\text{Activo Circulante} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivo Circulante}}$$

### **c. Índice de solvencia**

Este índice “mide la relación que existe entre el total de los activos reales, es decir el total de los activos fijos y circulantes deduciéndole los gastos de depreciación y amortización y aquellas partidas compensatorias de elementos del activo, con relación a las deudas totales, es decir los recursos ajenos o total del pasivo.” (Ricra, 2014, pág. 30)

Este indicador mide la cantidad monetaria (entre bienes y derechos) con los que cuenta una empresa para respaldar cada valor monetario que posee de deuda.

La fórmula se expresa a continuación:

$$\text{Índice de solvencia} = \frac{\text{Activo Total}}{\text{Pasivo Total}}$$

### **2.7.2 Razones de actividad**

Evalúa la eficiencia con la cual una empresa utiliza sus activos, según la velocidad de recuperación de los valores aplicados en ella, aquí se pretende dar un sentido dinámico al análisis de la aplicación de los recursos mediante la comparación entre cuentas de balance (estáticas) y cuentas de resultado (dinámicas). (Ortiz, 2015, pág. 156)

### a. Período promedio de cobro

Indica el número de días que se demora una entidad para que las cuentas por cobrar comerciales se conviertan en efectivo. (Ortiz , 2015, pág. 157)

Mientras menor sea el número de días, significa que más rápido se está cobrando las cuentas al crédito a los clientes.

$$\text{Período promedio de cobro} = \frac{\text{Cuentas por cobrar} \times 365 \text{ días}}{\text{Ventas}}$$

### b. Período promedio de pago

Esta razón indica el número de veces que financian los proveedores a la empresa y los días que ésta tarda en liquidar el adeudo.(Ortiz , 2015, pág. 157)

$$\text{Período promedio de pago} = \frac{\text{Cuentas por pagar}}{\text{Compras anuales} / 365}$$

### c. Rotación de activos totales

Mide la eficiencia relativa con la que una entidad emplea su inversión en activos totales o bienes de capital para generar utilidades.

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

En general cuanto más alto sea la rotación de activos totales de la empresa, más eficiente se habrán usado sus activos. “Esta medida es tal vez una de las de mayor interés para la administración, ya que indica si las operaciones de la empresa han sido eficientes financieramente”.(Gitman, 2013, pág. 51)

### 2.7.3 Razones de endeudamiento

Los indicadores de endeudamiento tienen por objeto “medir en qué grado y de qué forma participan los acreedores dentro del financiamiento de la empresa”.(Ortiz , 2015, pág. 186)

Estas razones muestran la participación de los acreedores y los socios respecto de los recursos de la empresa.

#### a. Apalancamiento financiero

Esta ratio indica “el porcentaje de los recursos de la empresa que son financiados por terceros (deuda), es decir, relaciona la proporción que representa los pasivos del total de activos”.(Ricra, 2014, pág. 34)

$$\text{Apalancamiento financiero} = \frac{\text{Pasivos totales}}{\text{Activos totales}}$$

De la expresión anterior se deduce que si el cociente es alto significa que la empresa está empleando más deuda para financiar sus activos y así obtener utilidades. Si este cociente es reducido implica que la empresa se vale menos del financiamiento de terceros para producir y generar beneficios.

#### b. Endeudamiento Financiero

Este indicador “evalúa el porcentaje que representan las obligaciones financieras de corto plazo con respecto a las ventas del período.” (Ortiz , 2015, pág. 192)

$$\text{Endeudamiento financiero} = \frac{\text{Obligaciones financieras}}{\text{Ventas netas}}$$

#### c. Impacto de carga financiera

El resultado indica el porcentaje que representa a los gastos financieros en relación con las ventas o ingresos de operación correspondiente al mismo período que se realizar la evaluación.(Ortiz , 2015, pág. 192)

$$\text{Impacto carga financiera} = \frac{\text{Gastos financieros}}{\text{Ventas netas}}$$

#### **d. Cobertura de Intereses**

Indicador que establece la relación entre las utilidades operaciones de la entidad y sus gastos financieros, los cuales tienen relación directa con el nivel de endeudamiento. (Ortiz , 2015, pág. 193)

Es decir, que se establece la incidencia que tienen los gastos financieros sobre las utilidades de la entidad.

$$\text{Cobertura de intereses} = \frac{\text{Utilidad de operación}}{\text{Intereses pagados}}$$

#### **e. Concentración del endeudamiento en el corto plazo**

Establece que porcentaje del total de pasivos con terceros tiene vencimiento corriente, es decir, a menos de un año.(Ortiz , 2015, pág. 194)

$$\text{Endeudamiento a corto plazo} = \frac{\text{Pasivos corrientes}}{\text{Pasivo Total}}$$

#### **f. Indicadores de Leverage**

Es otra forma de evaluar el nivel de endeudamiento de una entidad. “Estos comparan el financiamiento originario de terceros con los recursos de los accionistas, socios o dueños de la empresa, con el fin de establecer cuál de las dos partes está corriendo el mayor riesgo. Así, si los accionistas contribuyen apenas con una pequeña parte del financiamiento total, los riesgos de la empresa recaen principalmente sobre los acreedores.”(Ortiz , 2015, pág. 197)

Entre más altos sean los índices es mejor, siempre y cuando la incidencia sobre las utilidades sea positiva, es decir, que los activos financiados con deuda produzca rentabilidad superior a la tasa de interés que se paga por la financiación.

$$\text{Leverage} = \frac{\text{Total pasivo}}{\text{Patrimonio}}$$

#### **2.7.4 Razones de rentabilidad**

Denominados también de rendimiento o lucratividad, sirven para medir la efectividad de la administración de la empresa para controlar los costos y gastos, y de esta manera convertir las ventas en utilidades.

Desde el punto de vista del inversionista, lo más importante de analizar “con la aplicación de estos indicadores es la manera como se produce el retorno de los valores invertidos en la empresa, rentabilidad del patrimonio y rentabilidad del activo total”.(Ortiz , 2015, pág. 175)

##### **a. Margen Bruto de Utilidades**

El margen de utilidad bruta mide el porcentaje que queda de cada unidad monetaria de ventas después de que la empresa pagó sus bienes. Cuanto más alto es el margen de utilidad bruta, mejor ya que es menor el costo relativo de la mercancía vendida.(Lawrence & Zutter, 2012, pág. 74)

Por lo tanto, este indicador determinará la salud financiera de la entidad, indicando el porcentaje de los fondos que quedan después de eliminar los costos de los productos vendidos a partir de las cifras de los ingresos.

$$\text{Margen bruto de utilidades} = \frac{\text{Utilidad bruta}}{\text{Ventas Netas}}$$

##### **b. Margen Operacional de Utilidades**

Mide el porcentaje que queda de cada unidad monetaria de ventas después de que se dedujeron todos los costos y gastos, excluyendo los intereses, impuestos y dividendos de acciones preferentes. Representa las “utilidades puras” ganadas por cada unidad monetaria de venta. La utilidad operativa es “pura” porque mide solo la utilidad ganada



en las operaciones e ignora los intereses, los impuestos y los dividendos de acciones preferentes.(Lawrence & Zutter, 2012, pág. 75)

Este indicador debe compararse con el costo ponderado de capital a la hora de evaluar la verdadera rentabilidad de la empresa.

$$\text{Margen operacional de utilidades} = \frac{\text{Utilidad operacional}}{\text{Ventas Netas}}$$

### c. Margen Neto de Utilidad

El margen neto de utilidad “mide el porcentaje que queda de cada unidad monetaria de ventas después de que se dedujeron todos los costos y gastos, incluyendo intereses, impuestos y dividendos de acciones preferentes. Cuanto más alto es el margen de utilidad neta de la empresa, mejor.”(Lawrence & Zutter, 2012, pág. 75)

Es la relación que existe entre la utilidad neta y la totalidad de las ventas. Mide el rendimiento de los ingresos operacionales.

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

## 2.8 Rentabilidad

La rentabilidad “es la remuneración que una empresa en sentido amplio de la palabra es capaz de dar a los distintos elementos puestos a su disposición para desarrollar su actividad económica. Es la capacidad de la empresa para generar beneficios que redundan en futuras inversiones, inferiores deudas, más producción, más ventas, más beneficios, mayor crecimiento.”(Llanes, 2012, pág. 52)

Por lo que la rentabilidad de una entidad dependerá de un margen adecuadamente calculado y de los diferentes elementos económicos y financieros puestos a disposición de la empresa para el desarrollo de su actividad. La rentabilidad se puede dividir en rentabilidad financiera y rentabilidad económica.

### a. Rentabilidad Económica

“Ésta hace referencia a un beneficio promedio de la empresa por la totalidad de las inversiones realizadas. Se representa en porcentaje.”(Llanes, 2012, pág. 52)

La rentabilidad económica compara el resultado que hemos obtenido entre el desarrollo de la actividad de la empresa con las inversiones que hemos realizado para obtener dicho resultado, juzgando el grado de eficacia de los recursos utilizados.

Para calcular la rentabilidad económica de una empresa y conocer el rendimiento conseguido por cada unidad monetaria invertida se utiliza el indicador de rentabilidad de los activos (ROA); “se calcula dividiendo los beneficios antes de impuesto e intereses entre el total de activos de la entidad en una fecha dada”.(Llanes, 2012, pág. 52)

$$\text{Rendimiento del patrimonio} = \frac{\text{Beneficio Neto}}{\text{Activo total}}$$

Para aumentar la rentabilidad económica, cada empresa tendrá que adoptar la mejor estrategia para su negocio. Una manera de aumentar la rentabilidad económica es aumentando los precios de venta y reduciendo los costos.

### b. Rentabilidad Financiera

Ésta hace referencia al beneficio que se lleva cada uno de los socios de una empresa, es decir, el beneficio de haber hecho el esfuerzo de invertir en esa empresa.

Este indicador “mide la capacidad que posee la empresa de generar ingresos a partir de sus fondos. Por ello, es una medida más cercana a los accionistas y propietarios que la rentabilidad económica”.(Llanes, 2012, pág. 53)

El indicador para calcular la rentabilidad económica es la razón sobre capital, conocido comúnmente como ROE, éste mide la capacidad de generar utilidades con el capital aportado y representa la porción de utilidades que permitirá recuperar los recursos aportados.

Esta ratio muestra “que porcentaje de las ganancias de la empresa pasa a los propietarios, en otras palabras, cuánto rindió el aporte de cada accionista”. (Ponce , Morejón, Salazar , & Baque, 2019, pág. 58)

Se calcula a partir de las utilidades después del impuesto dividido entre el total del patrimonio.

$$\text{Rendimiento del patrimonio} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Patrimonio}}$$

Un ratio alto significa que los accionistas “están consiguiendo mayores beneficios por cada unidad monetaria invertida. Si el resultado fuese negativo esto implicaría que la rentabilidad de los socios es baja”. (Ricra, 2014, pág. 36)

## **2.9 Valor Económico Agregado**

Es una medida del desempeño de un negocio. Es un tipo de ganancia económica que es igual a la ganancia operativa neta después de impuestos de una compañía menos un cargo monetario de costo de capital.(Almanza, 2016, pág. 11)

Al Valor Económico Agregado también se le conoce como EVA, éste es “la medición y recompensa del desempeño de una compañía que sirve para poder crear valor, por lo que sus rendimientos sobre el capital invertido deben ser mayores que sus costos de capital.” (Lawrence & Zutter, 2012, pág. 370)

Para calcular el EVA se usa la siguiente fórmula:

$$\text{EVA} = \text{UAIDI} - (\text{Valor contable del activo} \times \text{Costo del Capital})$$

Cuando el EVA es positivo, indica que las utilidades operativas después de impuestos cubren el costo del financiamiento; pero si el EVA es negativo significa que existe una destrucción de valor y se ha deteriorado la posición de los accionistas.

### **2.9.1 Ventajas y desventajas del uso del EVA**

Es importante reconocer que el uso adecuado del EVA ofrece una gran diversidad de ventajas y algunos posibles inconvenientes que surgen al momento de aplicar este método financiero.

Según Lawrence & Zutter (2012), afirman que “las principales ventajas y desventajas son las siguientes:

#### **a. Ventajas**

- Se logra que los responsables de la administración adquieran conciencia de las decisiones para crear y destruir valor, y en consecuencia se adopte la cultura de creación de valor.
- Permite mejorar la calidad de las decisiones impactando en el desempeño del negocio debido a que los gerentes tienen conocimientos más profundos sobre el costo de capital.
- Provee una medición para la creación de riqueza que alinea las metas de las gerencias de las divisiones o plantas con las metas de la compañía.
- Permite determinar si las inversiones de capital están generando un rendimiento mayor a su costo.
- Permite identificar a los generadores de valor en la empresa.
- Los ejecutivos que son compensados en función del EVA toman acciones consistentes con la generación del valor.

- Combina el desempeño operativo con el desempeño financiero en un reporte integrado que permite tomar decisiones adecuadas.

### **b. Desventajas**

- No es comparable cuando existen diferencias en los tamaños de las plantas o divisiones.

- Es un cálculo que depende de los métodos de la contabilidad financiera para la realización de los ingresos y el reconocimiento de los gastos.

- Sobre enfatiza la necesidad de generar resultados inmediatos. Se debe tener en cuenta que el EVA como indicador de la gestión realizada por la gerencia, muestra que si se crea valor la gestión es buena, si se destruye es mala.” (p. 372)

## **2.9.2 Componentes del EVA**

Para calcular el EVA es necesario determinar la utilidad antes de intereses y después de impuestos (UAIDI), el valor contable del activo y el costo de capital.

### **a. Utilidad antes de intereses y después de impuestos (UAIDI)**

Es la utilidad operativa después de impuestos disponible para los tenedores de deuda y de acciones, es decir, las alcanzadas en el desarrollo de la actividad principal del negocio y se le descuentan los impuestos, se excluyen las no operacionales, por no provenir del desarrollo del objeto social. (Cardona, 2012, pág. 79)

La fórmula para determinar este factor es la siguiente:

$$\text{UAIDI} = \text{Utilidad Neta} + (\text{Gastos Financieros} - \text{Utilidad o Pérdida Extraordinaria})$$

### **b. Valor Contable del Activo**

Es el total del activo de acuerdo con el balance de situación menos las depreciaciones, amortizaciones y la financiación automática. Esta última es considerada la financiación sin costo explícito que aportan los proveedores, la seguridad social y los impuestos, es

decir que no es un préstamo propiamente dicho, pero le da a la empresa un período de crédito como consecuencia de sus actividades. (Cardona, 2012, pág. 81)

La fórmula para determinar el valor contable del activo es:

$$\text{Valor contable del Activo} = \text{Activo} - (\text{Depreciaciones} + \text{Amortizaciones} + \text{Financiación})$$

### **c. Costo de Capital**

El Costo de Capital es la tasa mínima de rentabilidad que deben proveer las inversiones de la empresa para mantener, por lo menos igual, el valor de las acciones de la organización en el mercado de capitales. (Cabrejos, 2013, pág. 167)

Es decir que cuando las empresas necesitan obtener financiamiento interno o externo para llevar a cabo sus operaciones o inversiones a corto, mediano y largo plazo. Dicho financiamiento tiene un costo, aunque sea proporcionado por acreedores, entidades de crédito o por los accionistas; al costo del financiamiento de la empresa se le denomina Costo de Capital.

#### **2.9.3 Estrategias para incrementar el EVA**

Existen diversas estrategias que ayudan a incrementar el Valor Económico Agregado de una empresa.

(Almanza, 2016) afirma que “existen cinco estrategias que se pueden implementar en una compañía con la única finalidad de incrementar el valor económico agregado y estas son:

- a. Aumentar el rendimiento o eficacia de los activos sin invertir más o aumentar la rotación de los activos fijos y circulantes para generar más ingresos sin necesidad de aumentar las inversiones.
- b. Reducir la carga fiscal mediante una planificación fiscal y tomar decisiones que maximicen deducciones fiscales.
- c. Aumentar las inversiones en activos que rindan por encima del costo del pasivo.

d. Reducir los activos, manteniendo las utilidades antes de intereses y después de impuestos, para que se pueda disminuir la financiación total.

e. Reducir el costo promedio de capital para que sea menor la deducción que se hace al UAIDI por concepto de costo financiero. Es importante recordar que para utilizar esta estrategia se dependerá de los tipos de intereses en el mercado, así como la capacidad de negociación de la empresa ante las entidades de crédito y del riesgo financiero que represente para sus financiadores.” (p.15)

## **2.10 Análisis Punto de Equilibrio Económico**

El punto de equilibrio es una herramienta financiera que permite determinar el momento en el cual las ventas cubrirán exactamente los costos, expresándose en valores, porcentaje y unidades, además muestra “la magnitud de las utilidades y pérdidas de la empresa cuando las ventas exceden o caen por debajo de este punto, de tal forma que este viene a ser un punto de referencia a partir del cual un incremento en los volúmenes de venta generará utilidades, pero también un decremento ocasionará pérdidas”.(Córdova, 2014, pág. 183)

El punto de equilibrio económico representa aquel nivel de ventas que puede ser expresado en unidades físicas o monetarias, que iguala a los costos totales; es decir el costo variable inherente a ese nivel de actividad, más los costos fijos.

Realizar un análisis del punto de equilibrio es esencial para determinar el apalancamiento operativo que puede tener una empresa en un momento determinado, resultando conveniente en la toma de decisiones a corto plazo, cuya efectividad depende de la calidad de la información utilizada.

Para calcular el punto de equilibrio es necesario tener perfectamente determinado el comportamiento de los costos fijos y variables.

### **2.10.1 Elementos del punto de equilibrio**

#### **a. Ingresos de operación**

Son los ingresos que la empresa percibe como consecuencia del giro para el que la empresa fue constituida. (Ruiz, 2013, pág. 20)

#### **b. Margen de contribución**

Es la diferencia entre el precio de venta menos los costos variables. Es considerado también como el exceso de ingresos con respecto a los costos variables. (Lawrence & Zutter, 2012, pág. 649)

#### **c. Costos fijos**

Los costos fijos son aquellos costos que no aumentan ni disminuyen con los cambios en las ventas de la compañía. Su variación es inversamente proporcional a los cambios en el volumen de producción o de actividad. Se caracterizan por ser fijos en total, pero variables por unidad. (Lawrence & Zutter, 2012, pág. 455)

#### **d. Costos variables**

Los costos variables son aquellos que varían en forma directamente proporcional a los cambios en el nivel de actividad o volumen de producción, es decir su variación, aumento o disminución, es directamente proporcional a la producción. (Lawrence & Zutter, 2012, pág. 456).

Se caracterizan por ser fijos por unidad y variables a nivel total.

### **2.10.2 Formas para calcular el Punto de Equilibrio Económico**

El punto de equilibrio se puede calcular por unidades vendidas y unidades monetarias, ambas se pueden representar a través del método gráfico. A continuación, se detalla cada una:



### a. Punto de Equilibrio Económico por unidades vendidas

Este cálculo del punto de equilibrio permite establecer las unidades físicas que necesita vender la empresa para igualar sus ingresos a los costos. (Lawrence & Zutter, 2012, pág. 457)

Por lo que la fórmula del punto de equilibrio económico en unidades físicas queda de la siguiente forma:

$$Q = \frac{CFT}{PVU - CVU}$$

En donde el denominador de la ecuación representa la contribución marginal unitaria, que es el margen que contribuye para cubrir los costos fijos, después de haber restado los costos variables al precio de venta.

### b. Punto de Equilibrio Económico por ventas en valores monetarios

Este cálculo del punto de equilibrio permite establecer la cantidad de ventas en valores monetarios que iguala todos los costos. (Lawrence & Zutter, 2012, pág. 457)

La fórmula queda de la siguiente forma:

$$V = \frac{CFT}{1 - \frac{CVT}{V}}$$

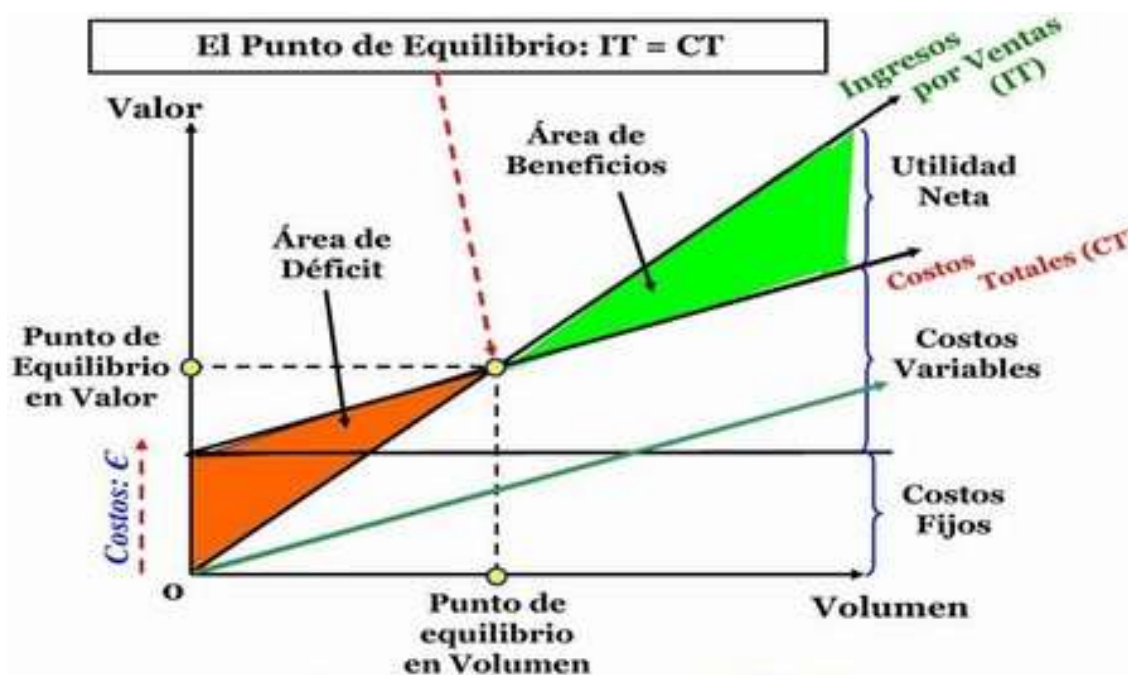
### c. Método gráfico

El punto de equilibrio puede representarse y calcularse en forma gráfica; en el eje de las "x", se ubican las ventas en unidades, y en el eje de las "y", las unidades monetarias, (costos e ingresos). El punto de intersección de las dos rectas, (ingresos totales y costos totales), determina el punto de equilibrio. (Lawrence & Zutter, 2012, pág. 458)

Es importante indicar que el área por debajo del punto de equilibrio es el área de pérdidas, mientras que el área posterior o por arriba del punto de equilibrio es el área de utilidades.

**Figura 2**

*Método Gráfico del Punto de Equilibrio*



Nota: Se indica que el punto de equilibrio se establece en el momento que las ventas y el costo se entrecruzan. Tomado de: El Punto de Equilibrio del negocio y su importancia estratégica, por Moreno, M. (2015)

### 2.10.3 Punto de Equilibrio Económico más utilidad deseada

En este caso, la utilidad deseada pasa a comportarse como una suma fija de ganancias, cuyo logro implicará un mayor esfuerzo de ventas. (Dumraf, 2015, pág. 530)

En la fórmula del punto de equilibrio, la utilidad deseada se adiciona al costo fijo como si fuera un mayor costo fijo para cubrir y entonces lo único que se debe hacer es que a la fórmula original del punto de equilibrio económico se le debe adicionar a los costos fijos originales la suma de dinero que quiere obtenerse como utilidad.

En este caso para sacar el punto de equilibrio de unidades a vender, la fórmula queda de la siguiente forma:

$$Q = \frac{\text{CFT} + \text{Utilidad deseada}}{\text{PVU} - \text{CVU}}$$

Y para unidades monetarias, la fórmula es:

$$V = \frac{\text{CFT} + \text{Utilidad deseada}}{1 - \frac{\text{CVT}}{V}}$$

En síntesis, cada uno de los conceptos básicos desglosados anteriormente ayudarán a que se realice una mejor interpretación de los resultados que se desean obtener y es aquí, donde el conocimiento científico de cada uno de estos elementos es esencial para la resolución sobre el problema a investigar.

De esta manera, los medios de comunicación tienen como función principal mantener informada a la población de lo acontecido a sus alrededores, a través de sus diversos diferentes medios como lo son la televisión, prensa, radio y medios digitales. Y la relación de la publicidad y los medios de comunicación surge porque la publicidad es la principal fuente de ingresos de los medios, y es aquí donde la publicidad encuentra la mejor estrategia que existe para poder impulsar la marca de una empresa.

Con lo que respecta al análisis financiero, se determina que la importancia de realizarlo radica en que evalúa la situación actual de una empresa, y para realizarlo es necesario realizar un análisis horizontal y vertical a los estados financieros básicos, que se consideran como procedimientos usados para obtener la información comparativa del estado interno de cada estado financiero analizado. Así mismo, para realizar un análisis de los estados financieros, es necesario el uso de los indicadores financieros, que son herramientas usadas para medir el grado de eficacia y comportamiento de una empresa. Y es que, para determinar la rentabilidad, adicional a lo mencionado anteriormente, es necesario el uso del valor económico agregado (EVA), que es una medida para evaluar el desempeño de una empresa.

### 3. METODOLOGÍA

Para el desarrollo de la investigación se utilizó el método científico descriptivo-analítico, tiene como finalidad solucionar la problemática presente en la empresa Nueva Era, S.A., a través de una descripción de resultados y análisis correspondientes para determinar y evaluar la gestión económica-financiera de la empresa, en base a su rentabilidad.

Para realizar el estudio financiero de la empresa Nueva Era, S. A, se necesitó recopilar los estados financieros desglosados para poder evaluar sus activos, pasivos, ingresos, gastos, compras y ventas; de los cuales se obtuvieron datos como el resultado final de cada año analizado, el crecimiento de las ventas en relación con los gastos entre otros, que ayudaron a determinar la situación actual de la empresa.

Luego con los datos obtenidos del balance de situación general de los últimos tres años más el estado de resultados integral, se procedió a aplicar el método de análisis de las razones financieras, en donde se analizaron las razones de liquidez, de actividad, de deuda y las de rentabilidad.

Así mismo, se evaluó el Valor Económico Agregado (EVA) con la finalidad de obtener la rentabilidad real de la situación financiera de la compañía.

Por último, se realizó el análisis del punto de equilibrio a las ventas y gastos del digital e impreso, para determinar cuál era el producto más rentable y ver si era viable continuar con la distribución de ejemplares impresos y servicios de BTL; con los resultados obtenidos se realiza un diagnóstico con posibles estrategias para aumentar la rentabilidad y en función de ello la Gerencia General pueda tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas previamente formulados para el mejoramiento de la empresa.

Para finalizar, la investigación se elaboró conclusiones y recomendaciones en base a los resultados obtenidos que puedan ser de utilidad para administración de la entidad.

### **3.1. Definición**

Se conoce la rentabilidad de la empresa Nueva Era, S.A. con base a la aplicación, análisis e interpretación de los indicadores financieros sobre los estados financieros; y con la aplicación del análisis del punto de equilibrio en donde se conoce cuál de los productos es el más rentable.

Al realizar el análisis financiero de rentabilidad, surge la necesidad de utilizar técnicas y herramientas para desarrollar y analizar la situación financiera de la empresa; este análisis servirá a los directivos y junta de accionistas como herramienta para la toma de decisiones que se traducirá en la obtención de la maximización de los rendimientos al igual que la creación de valor para la empresa.

#### **3.1.1. Punto de Vista**

La investigación se realizó desde el enfoque financiero económico y administrativo.

### **3.2 Delimitación del problema**

El presente análisis financiero de rentabilidad se realiza con información obtenida de los estados financieros al 31 de diciembre de los periodos 2017, 2018 y 2019 de una empresa de medios de comunicación privada de Guatemala.

#### **3.2.1 Unidad de Análisis**

Nueva Era, S.A., actualmente es una empresa constituida de acuerdo con las leyes de la República de Guatemala a partir del año 2,015.

Su principal actividad es transmitir información y entretenimiento de calidad a nivel nacional al creciente número de lectores guatemaltecos que buscan informarse en noticias políticas, urbanas y comunitarias de Guatemala e internacionales, siendo su principal objetivo posicionarse en el mercado como uno de los principales medios de comunicación que ofrece servicios de publicidad a distintas empresas en Guatemala.

Por lo que el principal objetivo de este análisis financiero es determinar la rentabilidad que ha obtenido durante los últimos tres años en que ha estado en funcionamiento.

### **3.2.2 Período Histórico**

El análisis financiero de rentabilidad se elaboró con las cifras actualizadas de los últimos Estados Financieros comprendidos del año 2017 al 2019, con el fin de obtener la comparación del rendimiento financiero de la entidad.

### **3.2.3 Ámbito Geográfico**

El desarrollo de la investigación se llevará a cabo en la Ciudad de Guatemala, Departamento de Guatemala.

## **3.3 Objetivos**

Los objetivos generales y específicos planteados para el desarrollo del análisis de rentabilidad de la Empresa Nueva Era, S.A., son los siguientes:

### **3.3.1 Objetivo General**

Realizar un análisis financiero para determinar la rentabilidad de una empresa de medios de comunicación privada que presta servicios de publicidad.

### **3.3.2 Objetivos Específicos**

1. Determinar la situación financiera con la orientación de las razones financieras.
2. Establecer si la empresa ha creado valor durante los últimos tres años y conocer la rentabilidad financiera con respecto a los ingresos y gastos anuales.
3. Evaluar la rentabilidad por cada servicio que ofrece la empresa.

### **3.4 Diseño de la Investigación**

Para la realización de la investigación se utilizó el tipo no experimental-transaccional descriptivos de tipo correlacional causales debido al alcance, por lo que se observó y analizó las utilidades de la operación de la empresa Nueva Era, S.A., al igual que los rubros de los estados financieros a través de indicadores financieros para dar respuesta a los objetivos de la investigación.

#### **3.4.1 Enfoque**

El enfoque de la investigación es de carácter cuantitativo debido a que recopilan datos numéricos, cifras y porcentajes obtenidos de la aplicación de análisis de indicadores financieros como rentabilidad, liquidez, endeudamiento, actividad y eficiencia.

#### **3.4.2 Alcance**

El alcance de la investigación es correlacional debido a que se busca conocer la relación o grado de asociación que existe en los rendimientos obtenidos en los últimos tres años, al igual que se busca analizar los rubros de los estados financieros aplicando un análisis de indicadores financieros como el análisis de rentabilidad, liquidez, endeudamiento, actividad y eficiencia, así como el análisis del EVA y punto de equilibrio.

### **3.5 Universo**

En Guatemala están constituidos y autorizados según la Cámara de Medios de Comunicación respecto a la actividad económica de medios de comunicación, 287 empresas, que se dedican a la prestación de servicios de publicidad.

#### **3.5.1 Tamaño de la muestra**

Para el cálculo del tamaño de la muestra de los movimientos de los Estados financieros se utilizó la fórmula estadística para estimación del estudio de los elementos estimados, una probabilidad para el nivel de confianza de 0.95 (95% de confianza) y una precisión del 10%, asignándose la consideración de máxima varianza para mayor seguridad en los resultados.

Entonces la fórmula recomendable fue la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 pq}{d^2}$$

En donde n es el tamaño mínimo de la muestra con los niveles de precisión y confianza seleccionados. “Z” es el parámetro estadístico de la distribución normal, en el caso de seleccionar un nivel de confianza del 95% el valor estadístico de “Z” para el cálculo de los intervalos de confianza es de 1.96. Los valores “p q” se consideran como los valores que resultan en el cálculo de la varianza para variables de medición de proporción; en el caso de máxima varianza p asume el valor de 0.5 y q de 0.5. Finalmente, d es el nivel de precisión seleccionado, en este caso el nivel seleccionado fue de 10% (d=0.10), que corresponde al nivel máximo de error aceptable.

$$n = \frac{(1.96)^2 * (0.5)(0.5)}{(0.1)^2} = 96.04$$

Significa que el tamaño de muestra mínimo para alcanzar un nivel de confianza en los resultados del 95% y un grado de precisión del 10%.

### **3.6 Instrumentos de Medición**

Al realizar el proceso de investigación, se incurrió en la utilización de diversos métodos, técnicas e instrumentos que apoyó en el desarrollo, procesos, estructura y ejecución de resultados del análisis de Estados Financieros los cuales son los siguientes:

#### **3.6.1 Método**

El método de investigación que se aplicó para el desarrollo de esta investigación es el método científico con enfoque cuantitativo para la planeación de la investigación y conocer los procesos, manejando la observación y los métodos estadístico, inductivos-deductivos en el análisis de razones financieras.

El análisis del estudio será orientado a las siguientes fases: indagatoria, demostrativa, expositiva y explicativa.



- a. Fase Indagatoria: Esta fase comprende el examen que se realizó en los documentos que contienen información acerca del tema investigado.
- b. Fase Demostrativa: A través de la comprobación de los resultados con base a la comparación de los procesos de análisis, síntesis, abstracción, comparación.
- c. Fase Expositiva: Se desarrolló a través del trabajo de investigación presentado en el informe.

Y según la aplicación de los resultados: Es de tipo descriptivo- analítico, ya que se tenía como finalidad dar solución la problemática presente en la empresa Nueva Era, S.A., a través de una descripción de resultados.

Según su orientación en el tiempo: Es de carácter y corte transversal, ya que se analizó una parte de todo un proceso contable de los períodos correspondiente a los años del 2017 al 2019.

### **3.7 Técnicas de investigación**

Las técnicas de investigación son las herramientas e instrumentos utilizados por el investigador para recopilar u obtener datos con el propósito de obtener las pruebas necesarias para realizar la investigación.

Dentro de este caso particular, se usaron dos tipos de técnicas, por lo que se necesitó involucrar textos, documentos administrativos, trabajos de grado, enciclopedias, diccionarios, libros e investigaciones en red, así como fichajes.

Las técnicas de investigación documental y de campo para la presente investigación, se refieren a lo siguiente:

#### **3.7.1 Técnicas de Investigación Documental**

Esta técnica se basaba en la recopilación de antecedentes a través de documentos de cualquier índole y de diversos autores, la cual será útil para poder fundamentar y complementar la investigación. Los materiales de consulta fueron:

**a. Fichajes de información bibliográfica:** incluye libros, leyes, ensayos, diccionarios y tesis principalmente de fuentes de consulta para la presente investigación.

**b. Fichas de información electrónica:** derivado al libre acceso del Internet, se consultaron fuentes validando que sean fidedignas y de buena reputación.

### 3.7.2 Técnicas de Investigación de Campo

Esta técnica se empleó directamente en el medio donde se presenta dicho problema, las herramientas de apoyo usadas fueron:

- a. Fichaje:** Se utilizó la técnica del fichaje, la cual fue aplicada al momento de realizar el marco teórico para registrar las fuentes encontradas facilitando a que la investigación fuera un proceso más ordenado y ágil.
- b. Revisión de documentos:** Comprende la revisión de los estados financieros auditados, el manual de instrucciones contables, que sirve de base para elaborar los estados financieros, los cuales servirán como base para realizar el análisis de situación de rentabilidad financiera.
- c. Observación:** Luego de la recolección de datos se realizó un análisis de los datos recopilados a través de la observación utilizando cálculos matemáticos tomando como base las fórmulas de indicadores financieros para determinar el comportamiento y análisis de los resultados.
- d. Entrevista:** Se realizó entrevistas al departamento de finanzas, contabilidad y ventas. De la información obtenida se realizó un resumen de los puntos importantes.
- e. Cuadros estadísticos:** Se utilizaron para presentar de forma gráfica los resultados obtenidos de la investigación y facilitar la comprensión e interpretación de la información.

La recopilación de información histórica de la empresa fue proporcionada con el historial del comportamiento administrativo-financiero, de la entidad observando el análisis detallado de los años que quedaron comparados, para adquirir los resultados deseados.

## **4. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

En este capítulo se exponen los resultados obtenidos de la investigación relacionados con el análisis de situación financiera respecto a la rentabilidad de la Empresa Nueva Era, S.A., a través del análisis de sus estados financieros comprendidos en los periodos del 2017 al 2019, siendo estos la base principal para extraer los valores de las cuentas y realizar el análisis vertical y horizontal, a la vez poder realizar otros análisis como los indicadores financieros, punto de equilibrio y EVA, a fin de evaluar la rentabilidad que presenta la empresa durante los años analizados.

Los estados financieros han sido preparados, en todos sus aspectos materiales, de acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera para Pequeñas y Medianas Entidades –NIIF para Pymes-, emitida por la Junta de Normas Internacionales de Contabilidad –IASB –, las Norma Internacional de Contabilidad -NIC 1-7-, así mismo conforme a los manuales y políticas de control interno de la entidad.

A continuación, se muestra el análisis financiero de los estados financieros de la situación actual de la empresa.

### **4.1 Análisis de la Situación Actual de la Empresa**

Nueva Era, S.A. es una empresa de medios de comunicación privada organizada de acuerdo a las leyes de la República de Guatemala a partir del 8 de octubre del año 2,015; su principal actividad la constituye el planeamiento y ejecución de todo tipo de negocios relacionados a las comunicaciones, prensa, expresión del pensamiento, informaciones, informática, redes lógicas y físicas, transmisión y recepción del conocimiento, impresión, edición y distribución de periódicos diarios y en general cualquier publicación de propaganda.

El período fiscal de la compañía comprende doce meses del 1 de enero al 31 de diciembre; su domicilio y principal asiento de negocios es el departamento de Guatemala, con sede en la ciudad de Guatemala.

Cuenta con una estructura organizacional que tiene por finalidad coordinar las funciones y relaciones entre cada departamento para alcanzar las metas fijadas en la planificación de las tareas.

A pesar que es un proyecto en pleno auge, la empresa ha ido aumentando su posicionamiento dentro de la industria a la que pertenece, siendo algo muy significativo para la misma, por lo cual es necesario evaluar su rentabilidad durante los últimos años con el fin de establecer estrategias que vayan enfocadas a la mejora continua para que continúe siendo competitiva dentro del mercado, razón por la cual se realizó una entrevista al gerente financiero y contador general para evaluar cada detalle de los procesos operativos y gastos financieros.

Para llegar al punto mencionado anteriormente es necesario conocer la situación financiera actual que ha tenido en los últimos los tres años a estudiar, conforme a los estados financieros detallados a continuación:

#### **4.1.1 Análisis del Balance de Situación Financiera**

El balance de situación financiera muestra la estructura financiera de la entidad que se evalúa, en el cual se podrá observar el comportamiento y con ello realizar un análisis de los rubros más esenciales del activo, pasivo y por último el rubro del patrimonio representado por los accionistas y las utilidades no distribuidos.

A continuación, se presenta el Estado de Situación Financiera, elaborado con base en la información proporcionada por la entidad, de los años 2017, 2018 y 2019.

**Tabla 2***Balances de Situación General**Del 01 al 31 de diciembre de cada año**(Cifras expresadas en Quetzales)*

Descripción	Año 2,019	Año 2,018	Año 2,017
<b><u>Activo</u></b>			
<b><u>Activo Corriente</u></b>			
Efectivo	10,058,717	9,935,359	5,711,942
Cuentas por cobrar	9,324,476	6,391,052	5,692,326
Otras cuentas por cobrar	1,921,721	859,035	587,332
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>21,304,915</b>	<b>17,185,445</b>	<b>11,991,599</b>
<b><u>Activo No Corriente</u></b>			
Activos fijos (Neto)	3,136,611	4,268,113	5,432,146
<b>Total Activo No Corriente</b>	<b>3,136,611</b>	<b>4,268,113</b>	<b>5,432,146</b>
<b>Total de Activo</b>	<b>Q. 24,441,526</b>	<b>21,453,558</b>	<b>17,423,746</b>
<b><u>Pasivo y Patrimonio de los Accionistas</u></b>			
<b><u>Pasivo Corriente</u></b>			
Cuentas por pagar	988,295	840,183	1,035,178
Otras cuentas por pagar	1,164,280	902,802	1,708,974
Prestaciones Laborales	357,748	430,078	515,238
<b>Total Pasivo Corriente</b>	<b>2,510,322</b>	<b>2,173,062</b>	<b>3,259,390</b>
<b><u>Pasivo No Corriente</u></b>			
Cuentas Relacionadas	16,077,060	14,606,072	10,692,270
Provisión para Indemnizaciones	744,634	827,398	726,942
<b>Total Pasivo No Corriente</b>	<b>16,821,693</b>	<b>15,433,469</b>	<b>11,419,212</b>
<b>Total de Pasivo</b>	<b>Q. 19,332,015</b>	<b>17,606,531</b>	<b>14,678,602</b>
<b><u>Patrimonio de los Accionistas</u></b>			
Capital Suscrito y Pagado	5,000	5,000	5,000
Utilidades no Distribuidas	4,849,285	3,649,925	2,603,137
Reserva Legal	255,225	192,101	137,007
<b>Total de Patrimonio</b>	<b>5,109,510</b>	<b>3,847,026</b>	<b>2,745,144</b>
<b>Total Pasivo y Patrimonio</b>	<b>Q. 24,441,526</b>	<b>21,453,558</b>	<b>17,423,746</b>

**Nota:** La información presentada fue proporcionada por la empresa Nueva Era, S.A. Elaboración propia.

Como se puede observar en la tabla número dos, la estructura financiera de la empresa Nueva Era, S.A., demuestra que la mayor parte del activo corriente durante los tres años está representado por el rubro de efectivo, esto significa que la empresa posee una buena liquidez financiera. Este rubro incluye el efectivo y saldos en cuentas bancarias en moneda nacional y moneda extranjera cuyo valor en libros se aproxima a su valor razonable.

Las cuentas por cobrar incluyen el valor de la transacción a su costo inicial menos los pagos correspondientes. Durante los tres períodos, las cuentas por cobrar comerciales han incrementado, lo que significa que la cartera ha tenido un nivel lento de rotación propiciado por la falta de aplicación a la política de cobros y la efectiva gestión de cobro a los clientes a pesar de que la política de crédito para los clientes es de 60 días. La Compañía contabiliza la provisión para cuentas incobrables de acuerdo con el porcentaje límite establecido por la Ley del Impuesto Sobre la Renta (3%) para cubrir saldos que pudieran ser de dudosa recuperación.

En cuanto al activo no corriente, se reflejan los activos fijos, que es el valor neto de los bienes y derechos, es decir el costo del activo menos su depreciación acumulada. Los activos fijos están registrados al costo de adquisición. Las reparaciones y mejoras importantes que prolongan la vida útil original de los bienes se capitalizan.

Las depreciaciones son registradas bajo el método de línea recta con base a los años estimados de vida útil de los bienes, utilizando los porcentajes que se detallan a continuación:

- Mobiliario y equipo 20%
- Maquinaria y equipo 20%
- Equipo de computación 33.33%
- Equipo de comunicación 20%.

Los gastos de organización e instalación y otros activos de Nueva Era, S. A., se amortizan por el método de línea recta a razón del 20% anual.

En el rubro del pasivo y patrimonio de los accionistas, se puede observar que la mayor parte está representada por otras cuentas por pagar, el cual está integrado por impuestos a pagar; el restante del rubro se distribuye entre anticipos de clientes y otras cuentas minoritarias.

Las cuentas por pagar están integradas por los proveedores, la Administración indica que la política de pago es de 90 días porque la mayoría de sus proveedores son del exterior.

Con respecto a las prestaciones laborales, se han mantenido constantes en los tres años evaluados y está integrado por las cuentas del Bono 14 y Aguinaldo.

El pasivo no corriente está integrado en su mayoría por las cuentas entre relacionadas, con respecto a esto la Administración nos indicó que el saldo era por servicios de impresión, alquiler, arrendamiento de mobiliario y equipo, que es considerado como un capital de trabajo. Con respecto a la provisión de indemnizaciones, la compañía aplica indemnización universal a los colaboradores, esta política establece que se le paga el 100% del tiempo laborado, no importando la causa de la terminación de los servicios, por lo cual se registra una provisión del 8.33% respecto a los sueldos pagados durante el año.

El capital autorizado, suscrito y pagado al 31 de diciembre de 2019 es de Q 5,000, representado por 5,000 acciones comunes con valor nominal de Q 1.00 cada una.

De acuerdo con el Código de Comercio de la República de Guatemala, la reserva legal se debe incrementar con el 5% de las utilidades netas de cada ejercicio y no puede ser distribuida entre los accionistas.

En cuanto a las utilidades retenidas están representada por un valor absoluto de Q.4,849,285; evidenciándose un incremento lo cual es favorable para la economía de la empresa obteniendo un nivel de rentabilidad, solvencia y liquidez considerable.

#### 4.1.2 Análisis del Estado de Resultados Integral

En base en la información recopilada, se presenta el Estado de Resultados Integral, en el cual se presenta la información de las ventas, así como los gastos derivados de las mismas, los gastos administrativos, además de la información de la utilidad obtenida al final de cada uno de los años objeto de estudio.

**Tabla 3**

*Estados de Resultados Integrales*

*Del 01 al 31 de diciembre de cada año*

*(Cifras expresadas en Quetzales)*

Descripción	Año 2,019	Año 2,018	Año 2,017
Ingresos por Ventas	19,114,117	20,899,640	18,911,003
Costo de Ventas	(2,220,647)	(2,219,878)	(2,300,000)
<b>Utilidad Bruta en Ventas</b>	<b>16,893,470</b>	<b>18,679,762</b>	<b>16,611,003</b>
Gastos de Operación	(15,193,300)	(17,170,143)	(13,522,390)
<b>Utilidad en Operación</b>	<b>1,700,170</b>	<b>1,509,618</b>	<b>3,088,613</b>
Otros gastos e ingresos financieros	(8,169)	(20,713)	(88,016)
<b>Utilidad antes del Impuesto Sobre la Renta</b>	<b>1,692,002</b>	<b>1,488,906</b>	<b>3,000,597</b>
Impuesto sobre la Renta	(429,518)	(387,023)	(769,375)
<b>Utilidad después del Impuesto Sobre la Renta</b>	<b>1,262,484</b>	<b>1,101,883</b>	<b>2,231,222</b>
Reserva Legal	(63,124)	(55,094)	(111,561)
<b>Utilidad neta del año</b>	<b>1,199,360</b>	<b>1,046,789</b>	<b>2,119,661</b>

**Nota:** La información presentada fue proporcionada por la empresa Nueva Era, S.A. Elaboración propia.

La tabla número tres, muestra el estado de resultados de la empresa, como se puede observar los ingresos para el año 2019 ascienden a Q.19,114,117; para el 2018 a Q20,899,640 y para el año 2017 a Q18,911,003.



Los ingresos están divididos en publicidad digital y publicidad impresa y BTL. Por lo que cuando se realice una publicación de un bien o servicio de una marca en la plataforma digital de noticias de la empresa se estará clasificando como un ingreso del producto digital, mientras que, la publicidad que se encuentre inmersa dentro del ejemplar impreso se constituirá como un ingreso del producto impreso, al igual que los servicios prestados de BTL.

El costo de ventas está integrado por el servicio de impresión de los ejemplares.

En los gastos de operación se incluyen todos los gastos necesarios para el buen funcionamiento de la empresa, en donde el rubro que tiene un mayor impacto significativo, es el pago de sueldos y salarios, así como la recolección y distribución de los ejemplares impresos. Es importante hacer notar que, en este rubro se reflejan los gastos por depreciación y amortización.

La empresa objeto de investigación tiene ventas anuales mayores a los Q 150,000, es por ello que se encuentra inscrita en el Régimen Sobre Utilidades de Actividades Lucrativas. Para los periodos que se tomaron como análisis corresponde aplicar una tasa del Impuesto Sobre la Renta del 25% sobre la renta imponible determinada a partir de la utilidad contable.

Adicional, tiene la política de aplicar el 5% de reserva legal después de la utilidad después de los impuestos.

### **4.1.3 Análisis del Flujo de Efectivo**

El análisis del flujo de efectivo proporciona un resumen de los flujos de efectivo operativos, de inversión y de financiamiento, conciliando los cambios en el efectivo de la empresa durante los periodos del 2017 al 2019.

A continuación, se presenta un análisis del estado de flujos de efectivo con el objetivo de observar el comportamiento de la liquidez de la entidad de los años 2019, 2018 y 2017.

**Tabla 4***Análisis de los Flujos de Efectivo**Del 01 al 31 de diciembre de cada año**(Cifras expresadas en Quetzales)*

<b>Descripción</b>	<b>Año 2,019</b>	<b>Año 2,018</b>	<b>Año 2,017</b>
<b>Flujos de Efectivo por Actividades de Operación</b>			
Utilidad Neta del Año	<b>1,199,360</b>	<b>1,046,789</b>	<b>2,119,661</b>
Ajustes por:			
Prestaciones Laborales	721,981	842,969	771,904
Indemnizaciones	400,329	406,288	364,165
Depreciaciones	173,489	245,910	305,705
Amortizaciones	1,106,585	1,067,846	195,572
Reserva Legal	63,124	55,094	111,561
Reserva para cuentas incobrables	89,899	79,464	45,945
	<u>2,555,407</u>	<u>2,697,571</u>	<u>1,794,852</u>
Movimientos en el capital de trabajo:			
Clientes	(1,937,370)	(524,405)	(1,254,206)
Otras Cuentas por Cobrar	(2,163,641)	(441,858)	1,936,303
Gastos Pagados por Anticipado	14,432	(56,899)	(17,326)
Proveedores y Acreedores	148,113	(194,994)	256,647
Otras cuentas por pagar	261,478	(806,172)	630,336
Cuentas por Pagar Relacionadas	1,470,988	3,913,802	3,954,000
Pago Prestaciones Laborales	(844,309)	(968,129)	(766,885)
Pago Indemnizaciones	(468,094)	(340,832)	(188,589)
	<u>(3,518,403)</u>	<u>580,511</u>	<u>4,750,280</u>
Efecto Neto de Efectivo utilizado en Actividades de Operación	<b>236,364</b>	<b>4,324,871</b>	<b>8,664,793</b>
<b>Flujos de Efectivo por Actividades de Inversión</b>			
Adquisición de activos	(100,112)	(141,990)	(64,536)
Investigación y desarrollo	(12,893)	-	(4,383,686)
Baja neta de activos	-	40,536	46,615
Efecto neto de efectivo utilizado en actividades de inversión.	<b>(113,005)</b>	<b>(101,454)</b>	<b>(4,401,607)</b>
<b>Flujos de Efectivo por Actividades de Financiamiento</b>			
Amortizaciones de préstamos	-	-	(660,901)
Efectivo neto de efectivo utilizado por las actividad de financiamiento	-	-	<b>(660,901)</b>
Aumento neto del activo	123,359	4,223,417	3,602,285
Efectivo al inicio del Año	9,935,359	5,711,942	2,109,657
<b>Efectivo al final del Año</b>	<b><u>10,058,717</u></b>	<b><u>9,935,358</u></b>	<b><u>5,711,942</u></b>

**Nota:** La información presentada fue proporcionada por la empresa Nueva Era, S.A. Elaboración propia.

En la tabla número cuatro detalla el resultado del análisis del estado de flujos de efectivo confirma los resultados del análisis estructural realizado anteriormente de un

aumento del rubro de efectivo con respecto a las otras cuentas de activos corrientes, en vista de que se aprecia que en los últimos tres años el aumento neto de efectivo ha variado positivamente de Q 5 millones en el año 2,017 a Q 7 millones en el año 2,018 y ha incrementado a Q 9 millones en el año 2,019.

Este aumento neto de efectivo de solamente Q2 millones, en el último año, es una clara evidencia de la capacidad que tiene la empresa de generar efectivo proveniente de las actividades de operación. Por otra parte, las erogaciones de efectivo durante los tres años analizados se componen por las cuentas por pagar y otras cuentas por pagar.

## **4.2 Herramientas, modelos y estrategias para el análisis de la empresa**

Para poder tener una mejor comprensión del problema en estudio de la investigación y dar respuesta a los objetivos planteados, se diseñaron estrategias de análisis financiero para evaluar la rentabilidad financiera utilizando herramientas como los indicadores financieros aplicados a los estados de resultados y balances generales, observando la participación, importancia y variaciones a través del análisis vertical y horizontal.

Para el efecto se diseñan estrategias para mejorar la eficiencia de la administración en las cuentas de activo, pasivo, ventas y gastos de operación; con estas estrategias se pretende alcanzar el objetivo general, que pretende mostrar la forma de analizar la rentabilidad de una empresa de medios de comunicación privada, generado por el análisis económico, financiero, así como la aplicación de otros análisis.

A continuación, se detalla el proceso y desarrollo de la estrategia utilizada.

### **4.2.1 Análisis de datos cualitativos**

La recolección de datos cualitativos se obtuvo a través de entrevistas realizadas al departamento de contabilidad, al gerente financiero y al departamento de ventas con preguntas estratégicas para determinar el nivel de conocimiento que poseen para determinar el punto de equilibrio de las ventas, el conocimiento de rentabilidad, la aplicación de las políticas y procedimientos administrativos, comprensión de las razones financieras, todo ello para evaluar el correcto manejo de la rentabilidad por parte de la administración.

En dicha entrevista se confirmó que en ambos departamentos tiene un nivel bajo en conocimiento del punto de equilibrio, las políticas y procedimientos administrativos y que no poseen un modelo para analizar la rentabilidad financiera (ver anexo 1, 2 y3), sirviendo de base para dar respuesta a los objetivos de la investigación y para analizar posibles estrategias que ayuden a los colaboradores a mejorar las debilidades encontradas.

#### **4.2.2 Análisis de la estructura de los estados financieros**

Los datos para la elaboración de los estados de resultados y balance general de los años 2017, 2018 y 2019 fueron entregados por el contador general de la empresa, quien los extrajo del sistema contable usado; toda esta información obtenida fue vaciada en Excel, en donde se clasificaron y tabularon todos los rubros y se organizaron para poder manejar la información de forma más simplificada y sencilla de entender.

Al ejecutar la técnica de análisis vertical y horizontal sobre los estados financieros se aprecia los rubros de cuenta más importantes, identificando las variaciones significativas en el comportamiento financiero de la entidad durante los tres años. En donde se pudo detectar alertas tempranas sobre problemas potenciales que se consideran debilidades de la Administración, con lo que se puede medir el efecto al momento de la implementación de nuevas estrategias, en los activos, pasivos e ingresos como el aumento de las ventas donde se estudió los productos rentables y los no rentables.

#### **4.2.3 Cálculo e interpretación de razones financieras**

Luego de estructurar los estados financieros, se aplicaron las razones financieras a los diferentes rubros de los estados de resultados y balances generales, a través de hojas de trabajo donde se detallan las diferentes formas de analizar la liquidez, actividad, endeudamiento, rentabilidad económica, rentabilidad financiera y efectividad de la gerencia para administrar los activos.

Después de realizar los cálculos de las razones e indicadores financieros se realizó un análisis e interpretación de los resultados a través del análisis de variables

correlacionales, en donde se establecen estrategias que ayuden a mejorar la rentabilidad enfocándolas a las principales áreas de los activos y pasivos corrientes y no corrientes; esta información sirvió de base para alcanzar el primer objetivo específico.

#### **4.2.4 Determinación de la Rentabilidad Financiera**

Después de determinar las razones financieras se calcula la rentabilidad de la empresa, utilizando la fórmula del Valor Económico Agregado, el cual determina si la empresa creó valor durante los años evaluados.

Actualmente la empresa no posee el conocimiento de cómo emplear este indicador por lo que se desarrolló y estructuró estrategias para el mejoramiento de su rentabilidad proponiendo aumentar las ventas y disminución de gastos de operación para lograr el crecimiento de utilidades antes de impuesto, depreciaciones e intereses, más conocido como el UAIDI. Esta información nos ayuda a brindar respuesta al segundo objetivo.

#### **4.2.5 Cálculo de punto de equilibrio**

Con base a la información proporcionada de los productos vendidos y gastos relacionados a cada uno, se logró determinar el punto de equilibrio para el producto impreso y el producto digital.

La estrategia fue estructurar y dar a conocer el punto de equilibrio por cada producto de la entidad e identificar cuál de ellos era el más rentable y cuál de ellos necesitaba incrementar sus ventas o reducir sus gastos para que fuera productivo, ya que al no tener claro cuál es el producto menos rentable se puede afectar negativamente la rentabilidad de toda la empresa, por lo que el desarrollo de esta información nos sirvió para alcanzar el tercer objetivo específico.

### **4.3 Resultados del Análisis de la Situación Financiera**

Se presentan los resultados del estudio y análisis financiero de rentabilidad de la Empresa Nueva Era, S.A. analizando los resultados de los años 2017, 2018 y 2019, reflejados en los estados financieros que sirvieron de base para realizar el análisis horizontal, análisis vertical, determinar las razones financieras de liquidez, actividad,

endeudamiento, de rentabilidad, entre otras. Además, se determinó el punto de equilibrio enfocado a los productos de venta de la entidad.

Así mismo, se utilizó la información recabada de las entrevistas realizadas al personal involucrado en mejorar las utilidades de la empresa para evaluar de forma cualitativa la eficiencia y relación de la dirección con los resultados numéricos y financieros.

#### **4.3.1 Análisis de resultado cualitativos (entrevistas)**

Se realizó entrevistas al departamento de ventas, de contabilidad y al gerente del área financiera, de los cuales se obtuvieron los datos necesarios para observar las debilidades que afectan la rentabilidad de la empresa.

Los entrevistados contestaron las preguntas objetivamente con la finalidad de obtener la maximización de resultados para determinar las debilidades y estrategias futuras a implementar para alcanzar mejores resultados administrativamente y teniendo el conocimiento adecuado de los procedimientos a seguir.

##### **a. Entrevista departamento financiera**

En la empresa el gerente financiero es el encargado de administrar de forma eficiente todos los recursos que tiene la empresa para obtener beneficios económicos positivos, teniendo así una rentabilidad considerable.

La rentabilidad es el mejor indicador para saber que la empresa está operando de manera eficiente y así conocer el comportamiento de la misma en el sector de la demanda del mercado, sabiendo también que se podría analizar a la empresa en la calidad del producto y su aceptación de los clientes. Según el gerente financiero, indica que la empresa posee una rentabilidad en constante crecimiento, por lo que se le preguntó si sabía del algún modelo de rentabilidad, pero indicó que desconoce de un método financiero para verificar si la empresa está o no creando valor para el accionista en un determinado periodo.

Para obtener una mejor rentabilidad, la empresa debería de aprovechar al máximo los recursos que posee con una mejor organización, un mayor control de los procedimientos, conocimiento de las políticas, con la finalidad de alcanzar los objetivos trazados por la administración. Por lo que la estrategia en este caso sería de capacitar al personal para que mejore sus conocimientos y que pueda ejecutar sus tareas eficientemente dando un plus a su trabajo, el cual se traduce en la maximización de la rentabilidad y en el cumplimiento de los objetivos.

#### **b. Entrevista departamento de ventas**

El departamento de ventas no posee metas por producto, más bien, establece una meta general y esto afecta en consecuencia a los resultados del producto impreso, ya que los productos más rentables de la empresa son los servicios de publicidad digital.

Por eso sería necesario definir metas de ventas por producto, esto facilitaría a cuantificar y comparar los resultados obtenidos, lo cual sería esencial para las futuras decisiones que puede tomar la administración.

#### **c. Entrevista departamento de contabilidad**

El departamento contable tiene conocimiento de la aplicación de los indicadores financieros, el problema que se observa es que generalmente se manejan independientemente de los reportes entregados a la Junta Directiva, y en los últimos dos años no se ha podido presentar los resultados obtenidos, ya que el día a día no ha dejado que el personal pueda realizar el análisis de los estados financieros con el uso de los indicadores.

Es necesario que el departamento contable elaboré el análisis de los indicadores financieros, por ser esenciales al evaluar la situación financiera de la empresa y por su importancia al momento que la administración tome decisiones, inclusive puede establecer si la empresa posee una buena liquidez o un buen rendimiento y eficiencia operativa; adicional a todo ello, se deberían de considerar como parte esencial de los

estados financieros y deberían ser entregados a la Junta Directiva junto a los estados financieros.

### **4.3.2 Análisis de resultados de los estados financieros**

Se presentan los resultados obtenidos del análisis financiero de la rentabilidad en la empresa objeto de estudio, que se dedica a publicidad y comunicación dentro de la ciudad de Guatemala.

Para el efecto se utilizan el análisis estructural, análisis horizontal y análisis vertical, sobre la base de los estados financieros siguientes: Balances de situación general y estados de resultados integral correspondientes al periodo del 2017, 2018 y 2019.

#### **4.3.2.1 Análisis vertical del balance de situación financiera**

A continuación, se presenta el análisis vertical del estado de situación financiera durante los tres años evaluados.

Para el efecto cada cuenta de activo se dividirá entre el activo total; y para las cuentas de pasivo y capital cada cuenta se dividirá entre la suma del pasivo y patrimonio, esto nos ayuda a determinar el peso proporcional (en porcentaje) que tiene cada cuenta dentro del estado financiero analizado para entender mejor la estructura financiera de la empresa.



**Tabla 5**

*Análisis Vertical de los balances de situación general de Nueva Era, S.A.*

*Del 01 al 31 de diciembre de cada año*

*(Cifras expresadas en Quetzales)*

Descripción	Año 2,019	%	Año 2,018	%	Año 2,017	%
<b>Activo</b>						
<b>Activo Corriente</b>						
Efectivo	10,058,717	41%	9,935,359	46%	5,711,942	33%
Cuentas por cobrar	9,324,476	38%	6,391,052	30%	5,692,326	33%
Otras cuentas por cobrar	1,921,721	8%	859,035	4%	587,332	3%
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>21,304,915</b>	<b>87%</b>	<b>17,185,445</b>	<b>80%</b>	<b>11,991,599</b>	<b>69%</b>
<b>Activo No Corriente</b>						
Activos fijos (Neto)	3,136,611	13%	4,268,113	20%	5,432,146	31%
<b>Total Activo No Corriente</b>	<b>3,136,611</b>	<b>13%</b>	<b>4,268,113</b>	<b>20%</b>	<b>5,432,146</b>	<b>31%</b>
<b>Total de Activo</b>	<b>Q. 24,441,526</b>	<b>100%</b>	<b>21,453,558</b>	<b>100%</b>	<b>17,423,746</b>	<b>100%</b>
<b>Pasivo y Patrimonio de los Accionistas</b>						
<b>Pasivo Corriente</b>						
Cuentas por pagar	988,295	4%	840,183	4%	1,035,178	6%
Otras cuentas por pagar	1,164,280	5%	902,802	4%	1,708,974	10%
Prestaciones Laborales	357,748	1%	430,078	2%	515,238	3%
<b>Total Pasivo Corriente</b>	<b>2,510,322</b>	<b>10%</b>	<b>2,173,062</b>	<b>10%</b>	<b>3,259,390</b>	<b>19%</b>
<b>Pasivo No Corriente</b>						
Cuentas por Pagar Relacionadas	16,077,060	66%	14,606,072	68%	10,692,270	61%
Provisión para Indemnizaciones	744,634	3%	827,398	4%	726,942	4%
<b>Total Pasivo No Corriente</b>	<b>16,821,693</b>	<b>69%</b>	<b>15,433,469</b>	<b>72%</b>	<b>11,419,212</b>	<b>66%</b>
<b>Total de Pasivo</b>	<b>Q. 19,332,015</b>	<b>79%</b>	<b>17,606,531</b>	<b>82%</b>	<b>14,678,602</b>	<b>84%</b>
<b>Patrimonio de los Accionistas</b>						
Capital Suscrito y Pagado	5,000	0%	5,000	0%	5,000	0%
Utilidades no Distribuidas	4,849,285	20%	3,649,925	17%	2,603,137	15%
Reserva Legal	255,225	1%	192,101	1%	137,007	1%
<b>Total de Patrimonio</b>	<b>5,109,510</b>	<b>21%</b>	<b>3,847,026</b>	<b>18%</b>	<b>2,745,144</b>	<b>16%</b>
<b>Total Pasivo y Patrimonio</b>	<b>Q. 24,441,526</b>	<b>100%</b>	<b>21,453,558</b>	<b>100%</b>	<b>17,423,746</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Elaboración propia con base a la información proporcionada por la empresa. Elaboración propia.

De acuerdo a la tabla número cinco, se puede observar que la empresa muestra un fortalecimiento en la estructura del activo corriente. En tanto a las cuentas que lo integran, se observa que el efectivo representa el 41% del total del rubro de Activos, y esto es favorable para la empresa pues demuestra que tiene una buena liquidez para cubrir sus obligaciones. Con respecto a las cuentas por cobrar comerciales, se observa

que no ha tenido cambios significativos durante los años observados ya que el año 2,017 representaba un 33% y en el 2,019 representa un 38%.

El activo no corriente representa el 13% del total del activo, su variación en los últimos años ha sido significativa ya que en el año 2017 representaba un 31% y en el 2018 era de un 20%, su disminución de año con año se debe a que la entidad amortiza anualmente un millón de quetzales en concepto de investigación y desarrollo.

En el rubro del pasivo y patrimonio de los accionistas, las cuentas del pasivo corriente representan un 10%. Este está integrado por las cuentas por pagar con un 4% en el año 2019, el cual ha ido decreciendo, ya que en el 2017 representaba un 6%, pero a pesar del cambio la variación se ha mantenido constante, lo que significa que se ha mantenido el período de pago a los proveedores. Con respecto a las otras cuentas por pagar no son tan relevantes ya que actualmente solo representan un 5% del total, no ha tenido variación significativa con el año 2018, el cual era de un 4%. Con respecto a las prestaciones laborales, han ido disminuyendo el 1% cada año, esto se debe a que se han contratado nuevos colaboradores con un menor salario. El pasivo no corriente está representado por la cuenta entre relacionados, que actualmente ha ido incrementando su saldo año con año, y representa el 66% del total. La provisión de indemnizaciones ha disminuido en el último año del 4% al 3%, esto significa que existe un alto grado de rotación del personal en los últimos dos años.

En cuanto a la cuenta del patrimonio representa un 21% en el año 2019, un 18% en el año 2018 y un 16% en el año 2017. La utilidad del periodo representa un 20% en el año 2019, en el año 2018 un 17% y en el año 2017 un 15%, lo cual representa que en los últimos años las utilidades de cada periodo han ido incrementando, lo que se traduce en mayores ganancias para los accionistas.

#### **4.3.2.2 Análisis horizontal del balance de situación financiera**

Para establecer en que cantidades y porcentajes han variado cada una de las cuentas que componen el Balance de Situación financiera, en el siguiente cuadro se presenta el análisis horizontal, comparando el año 2019 con el 2018 y el año 2018 con el 2017.

Tabla 6

Análisis horizontal de los balances de situación general de Nueva Era, S.A.

Del 01 al 31 de diciembre de cada año

(Cifras expresadas en Quetzales)

Descripción	Año 2,019	Año 2,018	Variación	%	Año 2,017	Variación	%
	(a)	(b)	(a-b)	(a-b)/a	(c)	(b-c)	(b-c)/b
<b>Activo</b>							
<b>Activo Corriente</b>							
Efectivo	10,058,717	9,935,359	123,359	1%	5,711,942	4,223,417	43%
Cuentas por cobrar	9,324,476	6,391,052	2,933,425	31%	5,692,326	698,725	11%
Otras cuentas por cobrar	1,921,721	859,035	1,062,686	55%	587,332	271,703	32%
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>21,304,915</b>	<b>17,185,445</b>	<b>4,119,470</b>	<b>19%</b>	<b>11,991,599</b>	<b>5,193,846</b>	<b>30%</b>
<b>Activo No Corriente</b>							
Activos fijos (Neto)	3,136,611	4,268,113	(1,131,502)	-36%	5,432,146	(1,164,033)	-27%
<b>Total Activo No Corriente</b>	<b>3,136,611</b>	<b>4,268,113</b>	<b>(1,131,502)</b>	<b>-36%</b>	<b>5,432,146</b>	<b>(1,164,033)</b>	<b>-27%</b>
<b>Total de Activo</b>	<b>Q. 24,441,526</b>	<b>21,453,558</b>	<b>2,987,967</b>	<b>12%</b>	<b>17,423,746</b>	<b>4,029,813</b>	<b>19%</b>
<b>Pasivo y Patrimonio de los Accionistas</b>							
<b>Pasivo Corriente</b>							
Cuentas por pagar	988,295	840,183	148,112	15%	1,035,178	(194,995)	-23%
Otras cuentas por pagar	1,164,280	902,802	261,478	22%	1,708,974	(806,172)	-89%
Prestaciones Laborales	357,748	430,078	(72,330)	-20%	515,238	(85,160)	-20%
<b>Total Pasivo Corriente</b>	<b>2,510,322</b>	<b>2,173,062</b>	<b>337,260</b>	<b>13%</b>	<b>3,259,390</b>	<b>(1,086,328)</b>	<b>-50%</b>
<b>Pasivo No Corriente</b>							
Cuentas por Pagar Relacionadas	16,077,060	14,606,072	1,470,988	68%	10,692,270	3,913,802	27%
Provisión para Indemnizaciones	744,634	827,398	(82,764)	4%	726,942	100,455	12%
<b>Total Pasivo No Corriente</b>	<b>16,821,693</b>	<b>15,433,469</b>	<b>1,388,224</b>	<b>72%</b>	<b>11,419,212</b>	<b>4,014,258</b>	<b>26%</b>
<b>Total de Pasivo</b>	<b>Q. 19,332,015</b>	<b>17,606,531</b>	<b>1,725,484</b>	<b>82%</b>	<b>14,678,602</b>	<b>2,927,930</b>	<b>17%</b>
<b>Patrimonio de los Accionistas</b>							
Capital Suscrito y Pagado	5,000	5,000	-	0%	5,000	-	0%
Utilidades no Distribuidas	4,849,285	3,649,925	1,199,360	17%	2,603,137	1,046,788	29%
Reserva Legal	255,225	192,101	63,124	1%	137,007	55,094	29%
<b>Total de Patrimonio</b>	<b>5,109,510</b>	<b>3,847,026</b>	<b>1,262,484</b>	<b>18%</b>	<b>2,745,144</b>	<b>1,101,882</b>	<b>29%</b>
<b>Total Pasivo y Patrimonio</b>	<b>Q. 24,441,526</b>	<b>21,453,558</b>	<b>2,987,968</b>	<b>100%</b>	<b>17,423,746</b>	<b>4,029,812</b>	<b>19%</b>

Nota: Elaboración propia con base a la información proporcionada por la empresa. Elaboración propia.

En la tabla número seis, se realizó un análisis horizontal a los balances, donde se puede observar que el activo corriente en el año 2019 tuvo una variación positiva de Q4,119,470 un 19% más que el año 2018, esto como resultado que las cuentas por cobrar comerciales aumentaron Q2,933,425; es decir un 31% más al año anterior; con relación al efectivo no existe una variación significativa ya que solo aumentó el 1% es decir Q123,359 en relación al año 2,018; y por último las otras cuentas por cobrar tuvieron un aumento de Q1,062,686; es decir un 55% más que el año 2,018.

Con respecto a las variaciones entre la relación del año 2,018 y 2,017, el activo corriente incrementó Q.5,193,846 un 30% más en relación al año 2017; el aumento más representativo fue en la cuenta del efectivo, habiendo incrementado Q4,223,417; prácticamente un 43% más.

Según el análisis horizontal se puede observar que el rubro de los activos no corrientes ha disminuido año con año, ya que en la relación del año 2019 y 2018 tuvo una disminución de Q.1,131,502 y en la relación del año 2018 y 2017 disminuyó Q1,164,033; lo cual ha ido decreciendo entre un 27% a un 36% con relación a los años evaluados.

Por otra parte, en la relación del año 2019 y el año 2018, se observa que las cuentas que integran el pasivo corriente tuvieron un aumento relativo de Q.337,260; es decir un 13% más. En este rubro, las cuentas por pagar en el año 2019 tuvieron un incremento del 15%, un porcentaje no tan significativo en relación al año 2018, ya que la variación absoluta fue de Q.148,112; esto significa que es necesario cumplir en tiempo con las obligaciones que se tienen con los proveedores, para poder conservar una buena relación comercial, también se puede observar que la variación de las otras cuentas por pagar aumentó un 22%, es decir Q261,478 en relación al año 2,018. Mientras que el rubro de las prestaciones laborales tuvo una disminución de Q72,330 lo cual representa una variación negativa del 20%.

Así mismo, se puede observar que el pasivo corriente en el año 2018 refleja una disminución significativa en sus cuentas de Q.1,086,328; es decir un 50% menos que el año 2017. Las cuentas por pagar en el año 2018 tuvieron una disminución de Q194,995 menos que el año 2017 esto es un 23% menos, mientras que las otras cuentas por pagar y las prestaciones laborales disminuyeron un 89% y 20% en relación al año 2017.

Las cuentas que integran el pasivo no corriente reflejan un incremento año con año ya que en el año 2019 con el 2018 tuvo un incremento de Q1,388,224 y en la relación del año 2,018 con el 2017 tuvo un incremento de Q4,014,258.

Con respecto a las cuentas que lo integran, la que tiene mayor variación es la cuenta entre relacionadas ya que tuvo un incremento en el año 2018 al 2017 de Q.3,913,802 un 27% más y en el año 2019 comparado con el 2018 aumentó un 68% más.

Mientras que la provisión para indemnizaciones, en el año 2019 tuvo una disminución de Q.82,764 es decir un 4% en relación con el año 2018. Lo cual ha sido significativo ya que en la relación del año 2018 y 2017, se observa un aumento del 12%, es decir de Q.100,455.

Y por en el rubro del patrimonio, se observa que las utilidades en cada año van incrementando en relación con el año anterior de más de Q1 millón, incrementando un 17% en relación al año 2019 y 2018; y un 29% en relación al año 2018 y 2017.

#### **4.3.2.3 Análisis vertical del Estado de Resultados Integral**

Como parte importante del análisis financiero, es necesario evaluar cuál es la proporción de cada uno de los rubros en relación a las ventas netas, así como analizar la estructura financiera interna de las empresas del sector.

Por tal motivo, se realizó el análisis vertical de los estados de resultados de los ejercicios fiscales del año 2017, 2018 y 2019.

Para ello, se utilizó la técnica del análisis vertical, que consiste en determinar el porcentaje que representa cada elemento de este informe financiero a partir de las ventas.

**Tabla 7**

*Análisis vertical de los estados de resultados integrales de Nueva Era, S.A.*

*Del 01 al 31 de diciembre de cada año*

*(Cifras expresadas en Quetzales)*

<b>Descripción</b>	<b>Año 2,019</b>	<b>%</b>	<b>Año 2,018</b>	<b>%</b>	<b>Año 2,017</b>	<b>%</b>
Ingresos por Servicios	19,114,117	100%	20,899,640	100%	18,911,003	100%
(-) Costo de Ventas	<u>2,220,647</u>	12%	<u>2,219,878</u>	11%	<u>2,300,000</u>	12%
<b>Utilidad Bruta en Ventas</b>	16,893,470	88%	18,679,762	89%	16,611,003	88%
(-) Gastos de Operación	<u>15,193,300</u>	79%	<u>17,170,143</u>	82%	<u>13,522,390</u>	72%
<b>Utilidad en Operación</b>	1,700,170		1,509,618		3,088,613	
(-) Gastos Financieros	<u>8,169</u>	0%	<u>20,713</u>	0%	<u>88,016</u>	0%
<b>Utilidad antes del Impuesto</b>	1,692,002		1,488,906		3,000,597	
Impuesto sobre la Renta	<u>429,518</u>	2%	<u>387,023</u>	2%	<u>769,375</u>	4%
<b>Utilidad después del Impuesto</b>	1,262,484		1,101,883		2,231,222	
Reserva Legal	<u>63,124</u>	0%	<u>55,094</u>	0%	<u>111,561</u>	1%
<b>Utilidad neta del año</b>	<u><u>1,199,360</u></u>	<b>6%</b>	<u><u>1,046,789</u></u>	<b>5%</b>	<u><u>2,119,661</u></u>	<b>11%</b>

**Nota:** Elaboración propia con base a la información proporcionada por la empresa. Elaboración propia.

Como se puede observar en la tabla número siete, en los tres años los ingresos representan el 100%, mientras que el costo se mantiene constante ya que en año 2019 representa un 12% de las ventas, en el año 2018 un 11% y en el 2017 un 12%. Este rubro es invariable de acuerdo con la entrevista realizada al departamento contable, ya que el costo por el servicio de impresión siempre es un promedio constante de ejemplares a producir durante cada mes.

En cuanto a la utilidad bruta, representó un 88% a 89% durante los tres años en relación a las ventas netas. Y esto se debe a que los ingresos y costos han sido constantes durante los años objeto de estudio.

Conforme al rubro de los gastos de operación en el año 2019 representaron un 79% en relación a las ventas, en el año 2018 un 82% y en el año 2017 un 72%. El Impuesto Sobre la Renta en los años 2019, 2018 y 2017 representa un 2%, un 2% y un 4% en relación a las ventas. Por último, es importante hacer notar que el porcentaje de utilidad neta se encuentra entre el 5% al 11% de las ventas en los años objeto de análisis, lo que se considera significativo, pues si llegarán a aumentar los rubros de gastos puede experimentar una disminución, incluso al punto de reflejar una pérdida de operación.

#### 4.3.2.4 Análisis horizontal del Estado de Resultados Integral

El método de análisis horizontal consiste en comparar estados financieros en dos o más períodos consecutivos, con la finalidad de determinar los aumentos o disminuciones que se dieron en cada uno de los rubros. Se realizó este análisis a los Estados de Resultados de la empresa para determinar la variación absoluta o relativa que han sufrido las distintas cuentas en los últimos tres años.

**Tabla 8**

*Análisis Horizontal de los Estados de Resultados Integrales de Nueva Era, S.A.*

*Del 01 al 31 de diciembre de cada año*

*(Cifras expresadas en Quetzales)*

Descripción	Año 2,019	Año 2,018	Variación	%	Año 2,017	Variación	%
	(a)	(b)	(a-b)	(a-b)/a	(c)	(b-c)	(b-c)/b
Ingresos por Servicios	19,114,117	20,899,640	(1,785,522)	-9%	18,911,003	1,988,637	10%
(-) Costo de Ventas	2,220,647	2,219,878	769	0%	2,300,000	(80,122)	-4%
<b>Utilidad Bruta en Ventas</b>	<b>16,893,470</b>	<b>18,679,762</b>	<b>(1,786,291)</b>	<b>-11%</b>	<b>16,611,003</b>	<b>2,068,759</b>	<b>11%</b>
(-) Gastos de Operación	15,193,300	17,170,143	(1,976,843)	-13%	13,522,390	3,647,753	21%
<b>Utilidad en Operación</b>	<b>1,700,170</b>	<b>1,509,618</b>	<b>190,552</b>	<b>11%</b>	<b>3,088,613</b>	<b>(1,578,994)</b>	<b>-105%</b>
(-) Gastos Financieros	8,169	20,713	(12,544)	-154%	88,016	(67,303)	-325%
<b>Utilidad antes del Impuesto</b>	<b>1,692,002</b>	<b>1,488,906</b>	<b>203,096</b>	<b>12%</b>	<b>3,000,597</b>	<b>(1,511,692)</b>	<b>-102%</b>
Impuesto sobre la Renta	429,518	387,023	42,495	10%	769,375	(382,352)	-99%
<b>Utilidad después del Impuesto</b>	<b>1,262,484</b>	<b>1,101,883</b>	<b>160,601</b>	<b>13%</b>	<b>2,231,222</b>	<b>(1,129,339)</b>	<b>-102%</b>
Reserva Legal	63,124	55,094	8,030	13%	111,561	(56,467)	-102%
<b>Utilidad neta del año</b>	<b>1,199,360</b>	<b>1,046,789</b>	<b>152,571</b>	<b>13%</b>	<b>2,119,661</b>	<b>(1,072,872)</b>	<b>-102%</b>

**Nota:** Elaboración propia con base a la información proporcionada por la empresa. Elaboración propia.

De acuerdo con la tabla número ocho, se observa que las ventas del año 2019 reflejan una variación negativa de Q1,785,522; es decir un 9% menos en relación al año 2018, mientras que la variación del año 2018 y 2017 se tuvo un incremento de Q1,988,637, un 10% positivo. El incremento de las ventas en el año 2018 muestra una variación significativa de Q1 millón en relación al año 2017, esto se debió a que en el 2018 las ventas por el servicio de BTL tuvieron una fuerte demanda de parte de los clientes.

Con respecto al costo de ventas, se puede analizar que la variación del periodo 2019 y 2018 es insignificante ya que el incremento fue de Q769; mientras que en el año 2018 y 2017 existe una variación negativa de Q80,122; un 4% mayor. Como se puede observar el costo es un monto constante y esto se debe a que las órdenes de producción de los ejemplares impresos casi siempre es el mismo.

En el rubro de gastos de operación del año 2,019 con el 2,018, existe una variación positiva ya que disminuyó un 13% es decir Q.1,976,843, y esto se debe en gran parte a la disminución de los gastos realizados por los servicios de BTL, además en el año 2018 se negociaron mejores precios con los proveedores que realizan la distribución y recolección de los ejemplares impresos. Mientras que en el año 2,018 los gastos de operación aumentaron un 21% más en relación al año 2017.

A pesar de que los gastos de operación del año 2019 disminuyeron en un 13% respecto al año 2018, la utilidad neta solo paso de un 5% para el año 2018 a un 6% en el año 2019, lo cual no fue tan positivo, ya que el año 2017 se logró un 11% de utilidad neta; si esta tendencia en algún momento sigue a la reducción de la utilidad neta, se recomienda evaluar los costos de operación para disminuirlos y trabajar en una nueva estrategia de ventas.

En la siguiente figura se muestra el análisis de la utilidad neta de la empresa durante los años evaluados:

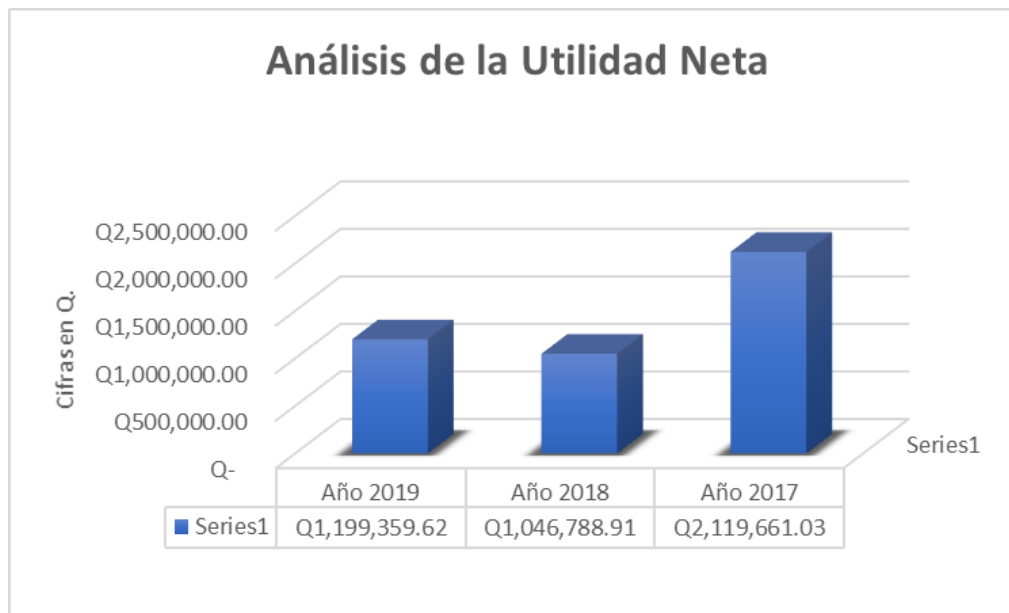


**Figura 3**

*Análisis de la utilidad neta de Nueva Era, S.A.*

*Del 01 de enero al 31 de diciembre de cada año*

*(Cifras expresadas en Quetzales)*



**Nota:** Se detalla en forma gráfica la Utilidad Neta obtenida por la empresa Nueva Era, S.A., elaboración propia en base a la información proporcionada.

#### **4.3.3 Determinación e interpretación de razones financieras**

Con el propósito de evaluar la situación financiera de la empresa, respecto a sus estados financieros se determinaron las razones financieras más relevantes aplicados a la información de los estados financieros de los años objeto de estudio. Respecto a las razones evaluadas se determinaron las de liquidez, actividad, endeudamiento y rentabilidad.

A continuación, se presentan los resultados obtenidos de las razones financieras de liquidez, que incluyen la razón de liquidez corriente y el índice de solvencia; con respecto a la razón de prueba de ácido no se realiza ya que la empresa no posee inventario propio.

### a. Razón de liquidez

Esta razón brindó información acerca de la capacidad de pago que tiene la empresa para enfrentar sus deudas a corto plazo, se consideran los activos más líquidos o que se pueden convertir en efectivo para realizar el pago de sus proveedores a corto plazo.

A continuación, se presenta el análisis de esta razón:

**Tabla 9**

*Razón de liquidez*

*Del 01 de enero al 31 de diciembre de cada año*

*(Cifras expresadas en Quetzales)*

		<b>Liquidez</b>		
<b>Fórmula</b>		<b><u>31-dic-19</u></b>	<b><u>31-dic-18</u></b>	<b><u>31-dic-17</u></b>
Activos Corrientes	=	<u>21,304,915</u>	<u>17,185,445</u>	<u>11,991,599</u>
Pasivos Corrientes		2,510,322	2,173,062	3,259,390
<b>Resultado</b>		<b>8.49</b>	<b>7.91</b>	<b>3.68</b>

**Nota:** Fórmula tomada de Ricra M. (2014). Elaboración propia.

La tabla número nueve nos muestra la razón de liquidez, la cual nos indica que la empresa tiene un adecuado nivel de solvencia, ya que dispone de Q8.49, Q7.91 y Q3.68 durante los años 2019, 2018 y 2017 respecto a sus obligaciones a corto plazo, es decir que la empresa puede pagar sus pasivos corrientes en su totalidad con sus activos corrientes y aún así se quedaría con un remanente de Q.7.49, Q6.91 y Q2.68 por cada Q.1 de deuda que posee.

### b. Índice de solvencia

Este indicador presentó la relación entre el activo y el pasivo total lo que se traduce a la capacidad de pago tanto a corto como a largo plazo.

**Tabla 10***Índice de Solvencia**Del 01 de enero al 31 de diciembre de cada año**(Cifras expresadas en Quetzales)*

<b>Fórmula</b>	<b>Índice de Solvencia</b>	<b>Índice de Solvencia</b>		
		<b><u>31-dic-19</u></b>	<b><u>31-dic-18</u></b>	<b><u>31-dic-17</u></b>
Activos Totales	=	24,441,526	21,453,558	17,423,746
Pasivos Totales		19,332,015	17,606,531	14,678,602
<b>Resultado</b>		<b>1.26</b>	<b>1.22</b>	<b>1.19</b>

**Nota:** Fórmula tomada de Ricra M. (2014). Elaboración propia.

Como se puede observar en la tabla número diez, el índice de solvencia establece que la empresa cuenta con Q.1.26, 1.22 y 1.19 durante el año 2019, 2018 y 2017 para cubrir cada Q.1 de deuda total. Con lo anterior podemos indicar que esta empresa tiene una solvencia favorable.

Dentro de las razones de actividad se encuentran, el período promedio de cobro, el período promedio de pago y la rotación del activo total. Se presenta el análisis de estas razones a continuación:

### **c. Período promedio de cobro**

Con el período promedio de cobro se comprobó el cumplimiento de la política con lo estipulado respecto a los cobros generados a sus clientes mensualmente, así como el número de veces que se financia a los clientes y los días que se tardan en liquidar la deuda adquirida.

Los resultados se muestran a continuación:

**Tabla 11***Razón promedio de cobro**Del 01 de enero al 31 de diciembre de cada año**(Cifras expresadas en Quetzales)*

<b>Período promedio de cobro</b>				
<b>Fórmula</b>		<b><u>31-dic-19</u></b>	<b><u>31-dic-18</u></b>	<b><u>31-dic-17</u></b>
Cuentas por cobrar comerciales	=	<u>9,324,476</u>	<u>6,391,052</u>	<u>5,692,326</u>
<u>Ventas</u>		19,114,117	20,899,640	18,911,003
365		365	365	365
<b>Resultado</b>		<b>178.06</b>	<b>111.62</b>	<b>109.87</b>

**Nota:** Fórmula tomada de Ortiz, H. (2015). Elaboración propia.

Según la tabla número once, se puede establecer que el promedio de cobro para la recuperación de la cartera ha ido aumentando porque actualmente se realiza aproximadamente en 179 días es decir seis meses, esto significa que no se está ejecutando correctamente la política de crédito, y que los clientes se tardan más de lo establecido. Esto refleja una gran debilidad dentro de la empresa.

#### **d. Período promedio de pago**

Se determina los días de crédito y financiamiento que los proveedores le proporcionan a la empresa. Los resultados son los siguientes:

**Tabla 12***Razón promedio de pago**Del 01 de enero al 31 de diciembre de cada año**(Cifras expresadas en Quetzales)*

<b>Período promedio de pago</b>				
<b>Fórmula</b>		<b><u>31-dic-19</u></b>	<b><u>31-dic-18</u></b>	<b><u>31-dic-17</u></b>
Proveedores	=	<u>988,295</u>	<u>840,183</u>	<u>1,035,178</u>
<u>Compras (Costo de ventas)</u>		2,220,647	2,219,878	2,300,000
365		365	365	365
<b>Resultado</b>		<b>162.44</b>	<b>138.15</b>	<b>164.28</b>

**Nota:** Fórmula tomada de Ortiz, H. (2015). Elaboración propia.

Según la tabla doce, el resultado del periodo promedio de pago indica que las obligaciones con los proveedores se cancelan en 163 días para el 2019, 139 días en 2018 y 165 días en 2017. Esto representa una debilidad en la política de la empresa, que establece que el pago a proveedores es de 90 días.

#### e. Rotación de Activos Totales

Este indicador medirá la eficiencia con la que la empresa utiliza sus activos para generar ingresos.

**Tabla 13**

*Rotación de activos totales*

*Del 01 de enero al 31 de diciembre de cada año*

*(Cifras expresadas en Quetzales)*

<b>Rotación de Activos</b>				
<b>Fórmula</b>		<b><u>31-dic-19</u></b>	<b><u>31-dic-18</u></b>	<b><u>31-dic-17</u></b>
Ventas	=	19,114,117	20,899,640	18,911,003
Activos Totales		24,441,526	21,453,558	17,423,746
<b>Resultado</b>		<b>78%</b>	<b>97%</b>	<b>109%</b>

**Nota:** Fórmula tomada de Gitman, L. (2013). Elaboración propia.

Según la tabla número trece de la rotación de activos, la empresa ha tenido una eficiencia con sus activos totales en los años 2017 con un 109% y en el 2018 con un 97%, esto quiere decir que sus activos proporcionan ventas aproximadas de lo que se tiene como activos corrientes y no corrientes, reflejando un rendimiento maximizado, pero en el año 2019 se ve un decremento del 78% por lo que habría que evaluar la mejora a realizar para que el próximo año tenga un mejor rendimiento.

Para evaluar las razones de endeudamiento de la empresa se aplicaron la del endeudamiento del activo total, endeudamiento a corto plazo y el leverage. A continuación, se presenta el análisis de estas razones:

## f. Endeudamiento del Activo total

Este indicador permite saber qué proporción de la actividad de la empresa (total activos) está siendo financiada por el total de sus pasivos.

**Tabla 14**

*Razón aplacamiento financiero*

*Del 01 de enero al 31 de diciembre de cada año*

*(Cifras expresadas en Quetzales)*

<b>Apalancamiento Financiero</b>				
<b>Fórmula</b>		<b><u>31-dic-19</u></b>	<b><u>31-dic-18</u></b>	<b><u>31-dic-17</u></b>
Pasivos Totales	=	19,332,015	17,606,531	14,678,602
Activos Totales		24,441,526	21,453,558	17,423,746
<b>Resultado</b>		<b>79%</b>	<b>82%</b>	<b>84%</b>

**Nota:** Fórmula tomada de Ricra, M. (2014). Elaboración propia

Según se puede observar en la tabla número catorce del apalancamiento financiero establece que el porcentaje que tiene la empresa comprometido de sus activos totales en relación al total de su pasivo es de un 79% en el año 2019, 82% en el 2018 y 84% en el 2017, lo que indica que con los años la administración ha ido sido eficiente por ir disminuyendo su nivel de endeudamiento.

## g. Leverage

Este indicador muestra la relación entre el crédito y el capital invertido por los accionistas.

Los resultados son los siguientes:

**Tabla 15***Razón de Leverage**Del 01 de enero al 31 de diciembre de cada año**(Cifras expresadas en Quetzales)*

<b>Leverage</b>			
<b>Fórmula</b>	<b>31-dic-19</b>	<b>31-dic-18</b>	<b>31-dic-17</b>
Total Pasivo =	19,332,015	17,606,531	14,678,602
Patrimonio	5,109,510	3,847,026	2,745,144
<b>Resultado</b>	<b>378%</b>	<b>458%</b>	<b>535%</b>

**Nota:** Fórmula tomada de Ortiz, H. (2015). Elaboración propia.

Según lo que se puede observar en la tabla número dieciséis se tiene un leverage para el año 2019 de un 378%, en el 2018 de un 458% y en el 2017 de un 535%, esto significa que el patrimonio es menor a los pasivos, por lo que el riesgo que corren los socios es mayor puesto que los activos están financiados en su mayoría por pasivos.

Para evaluar las razones de rentabilidad de la empresa se aplicó la razón del margen neto de utilidad, margen bruto de utilidad y margen operacional de utilidad.

#### **h. Margen neto de utilidad**

Con este indicador se pudo medir el rendimiento de la empresa en relación a sus ingresos.

**Tabla 16***Razón del margen neto de utilidad**Del 01 de enero al 31 de diciembre de cada año**(Cifras expresadas en Quetzales)*

<b>Margen Neto de Utilidad</b>			
<b>Fórmula</b>	<b>31-dic-19</b>	<b>31-dic-18</b>	<b>31-dic-17</b>
Utilidad Neta =	1,199,360	1,046,789	2,119,661
Ventas	19,114,117	20,899,640	18,911,003
<b>Resultado</b>	<b>6%</b>	<b>5%</b>	<b>11%</b>

**Nota:** Fórmula tomada de Lawrence & Zutter (2012). Elaboración propia.

Se puede observar en la tabla número dieciséis, que el margen neto de utilidad de los tres años consecutivos tuvo una disminución para el año 2019 del 6%, en el año 2018 del 5% y del 2017 de un 11%, esto se debe a una disminución en ventas en los años del 2018 y 2019 en relación con el año 2017, adicional a ello, por el incremento en los costos operacionales. Se recomienda revisar sus políticas de proyecciones de ventas y disminuir sus gastos de operación, con lo cual se obtendría un incremento en el margen neto.

### i. Margen bruto de utilidad

Con este indicador se pudo revelar la proporción de dinero que queda de los ingresos después de contabilizar el costo de venta.

**Tabla 17**

*Razón del margen bruto de utilidad*

*Del 01 de enero al 31 de diciembre de cada año*

*(Cifras expresadas en Quetzales)*

		<b>Margen Bruto de Utilidad</b>		
<b>Fórmula</b>		<b><u>31-dic-19</u></b>	<b><u>31-dic-18</u></b>	<b><u>31-dic-17</u></b>
Utilidad Bruta	=	16,893,470	18,679,762	16,611,003
Ventas		19,114,117	20,899,640	18,911,003
<b>Resultado</b>		<b>88%</b>	<b>89%</b>	<b>88%</b>

**Nota:** Fórmula tomada de Lawrence & Zutter (2012). Elaboración propia.

De la tabla número diecisiete, se puede inferir que para el año 2019, 2018 y 2017 la utilidad bruta obtenida después de descontar los costos de ventas fue del 88%, 89% y 88% respectivamente, por lo que la empresa posee la capacidad de cubrir otros gastos y obligaciones y poder generar mayores utilidades netas.

### j. Margen operacional de utilidad

Este indicador demostrará la eficiencia operativa de la entidad en relación a sus ingresos.



**Tabla 18***Razón del margen operacional de utilidad**Del 01 de enero al 31 de diciembre de cada año**(Cifras expresadas en Quetzales)*

<b>Margen Operacional de Utilidades</b>				
<b>Fórmula</b>		<b><u>31-dic-19</u></b>	<b><u>31-dic-18</u></b>	<b><u>31-dic-17</u></b>
Utilidad Operacional	=	1,700,170	1,509,618	3,088,613
Ventas		19,114,117	20,899,640	18,911,003
<b>Resultado</b>		<b>9%</b>	<b>7%</b>	<b>16%</b>

**Nota:** Fórmula tomada de Lawrence & Zutter (2012). Elaboración propia.

Se observa en la tabla número dieciocho, que la empresa obtiene un margen de ganancia operativa sobre sus ventas en los años 2019, 2018 y 2017 de un promedio de 9%, 7% y 16%, esto nos muestra que las ganancias obtenidas por operaciones sin tomar en cuenta los gastos financieros son capaces de cubrir el total de actividades que involucran las ventas, con esto se observa que los gastos de operación del 2019 se han incrementado en relación al año 2018, afectando considerablemente a la utilidad neta obtenida (Ver tabla 16).

#### **4.3.4 Determinación de la rentabilidad económica y financiera**

Para finalizar con la evaluación de la rentabilidad financiera generada anualmente por la empresa, se desarrolla la rentabilidad económica conocida (ROA) y la rentabilidad de capital (ROE), los cuales se desarrollan a continuación:

##### **a. Rentabilidad económica (ROA)**

La rentabilidad económica se tomó como medida para determinar en los años de estudio el rendimiento de los activos de la empresa con independencia de la financiación de los mismos.

A continuación, se presentan los resultados:

**Tabla 19***Razón ROA**Del 01 de enero al 31 de diciembre de cada año**(Cifras expresadas en Quetzales)*

<b>Fórmula</b>	<b>Rentabilidad Económica (ROA)</b>		
	<b><u>31-dic-19</u></b>	<b><u>31-dic-18</u></b>	<b><u>31-dic-17</u></b>
Beneficio antes de impuestos =	1,692,002	1,488,906	3,000,597
Activo Total	24,441,526	21,453,558	17,423,746
<b>Resultado</b>	<b>0.07</b>	<b>0.07</b>	<b>0.17</b>

**Nota:** Fórmula tomada de Llanes, M. (2012). Elaboración propia.

Como se puede observar en la tabla número diecinueve se calculó la rentabilidad económica que poseen los activos respecto a las utilidades netas alcanzadas expresando que la ganancia por cada quetzal de los activos totales representada durante los años estudiados 2019, 2018 y 2017 es de un Q. 0.07, Q. 0.07 y Q.0.17 centavos de cada quetzal del capital de la empresa, siendo el más representativo el año 2017.

El decrecimiento de este indicador se debe a la disminución de los beneficios antes de impuestos, estas generadas por la disminución de las ventas, por lo que se debe de estructurar una estrategia de mercado que ayuden a incrementarlas y revisar los rubros que integran los gastos de operación.

Por otro lado, se puede determinar qué administración no ha sido eficiente y eficaz con el uso de sus activos, lo cual afecta directamente en la rentabilidad.

#### **b. Rentabilidad financiera o de capital (ROE)**

La rentabilidad económica se utilizó como medida para determinar en los años de estudio la rentabilidad financiera obtenido por el capital propio, con independencia de la distribución del resultado.

A continuación, se presentan los resultados:

**Tabla 20***Razón ROE**Del 01 de enero al 31 de diciembre de cada año**(Cifras expresadas en Quetzales)*

		<b>Rentabilidad Financiera</b>		
<b>Fórmula</b>		<b><u>31-dic-19</u></b>	<b><u>31-dic-18</u></b>	<b><u>31-dic-17</u></b>
Utilidad Neta	=	1,199,360	1,046,789	2,119,661
Patrimonio Neto		5,109,510	3,847,026	2,745,144
<b>Resultado</b>		<b>23%</b>	<b>27%</b>	<b>77%</b>

**Nota:** Fórmula tomada de Llanes, M. (2012). Elaboración propia.

Como se puede observar en la tabla número veinte, los resultados de evaluar el Rendimiento sobre el Patrimonio (ROE) durante los años 2019, 2018 y 2017 representan un 23%, 27% y 77% del patrimonio neto respecto a las utilidades de cada periodo, siendo el de mayor proporción el año 2017.

El decrecimiento de este indicador es afectado por la disminución de las utilidades netas, estas generadas por la disminución en ventas y por los incrementos en los gastos de operación, las cuales no han sido regulados correctamente por la administración, así mismo se debe por la acumulación de las utilidades de años anteriores, dando una falta de repartición de dividendos a los accionistas.

#### **4.3.5 Determinación del Valor Económico Agregado (EVA)**

Derivado a la necesidad de desarrollar estrategias financieras basadas en incrementar el beneficio sostenible de la empresa en el largo plazo, se debe aplicar el Valor Económico Agregado como indicador financiero, el cual representa el importe que queda una vez que se han deducido de los ingresos la totalidad de los gastos.

Se determinó el EVA de los tres años objeto de estudio observando cual ha sido el periodo que más ha creado valor para la empresa. A continuación, se presentan los resultados:

**Tabla 21**

*Valor Económico Agregado – Eva –  
Del 01 de enero al 31 de diciembre de cada año  
(Cifras expresadas en Quetzales)*

<b>Valor Económico Agregado</b>			
<b>Año</b>	<b>2,019</b>	<b>2,018</b>	<b>2,017</b>
UAII	1,692,002	1,488,906	3,000,597
Tasa de impuesto	25%	25%	25%
UAII ( 1 - T )	1,269,001	1,116,679	2,250,448
COSTO PROMEDIO PONDERADO	9.50%	9.50%	9.50%
CAPITAL INVERTIDO	4,854,285	3,654,925	2,608,137
<b>EVA</b>	<b>807,844</b>	<b>769,461</b>	<b>2,002,675</b>

**Nota:** Fórmula tomada de Almanza, A. (2012). Elaboración propia.

Tal como se observa en la tabla número veintiuno, la empresa ha creado valor para los años 2019, 2018 y 2017 por Q.807,844 , Q769,461 y Q2,002,675; actualmente la empresa no cuenta con un financiamiento externo, siendo este un factor positivo para la entidad.

Es importante mencionar que la administración en lugar de incrementar o sostener la generación de valor de la empresa para los años 2018 y 2019, éste ha disminuido en relación con el año 2017, es por ello necesario que la actuación de la administración sea eficiente y cree estrategias que mejoren los resultados del EVA, tales como el incremento de los precios de venta o reducción en los costos de operación.

#### **4.3.6 Determinación del punto de equilibrio**

Con este análisis se permitirá determinar el número de unidades monetarias a vender para no obtener pérdida ni ganancia, es decir el momento en el cual no existen

utilidades y tampoco pérdidas para la empresa porque los ingresos son iguales a los gastos.

Para determinar el punto de equilibrio fue necesario realizarlo por cada uno de los servicios que presta la empresa en este caso servicios de publicidad digital y publicidad impresa y los servicios de publicidad y BTL. Los datos que se tomaron para realizar este análisis únicamente fueron los del año 2019 para ser más objetivos. A continuación, se muestran los resultados de cada uno:

### a. Análisis de punto de equilibrio para productos digitales

La clasificación de los gastos y costos son esenciales para el cálculo del punto de equilibrio:

**Tabla 22**

*Clasificación de gastos fijos y variables – Publicidad Digital –*

*Del 01 de enero al 31 de diciembre del año 2,019*

*(Cifras expresadas en Quetzales)*

<b>Publicidad Digital</b>			
	Saldo Dic.-19	Fijos	Variables
Ventas	11,518,008		
Sueldos y Salarios - Con Prestaciones	5,326,040	5,326,040	
Plataformas y Servidores	629,132	629,132	
Servicios Básicos	284,668	284,668	
Depreciaciones y Amortizaciones	294,596	294,596	
Comisiones agencias	2,085,352		2,085,352
Beneficios Colaboradores	167,202		167,202
Extraordinarios	332,263		332,263
Mantenimientos	21,417		21,417
Gastos Generales	239,252		239,252
Imagen Y Publicidad	269,648		269,648
<b>Saldo al 31 de diciembre del 2,019</b>	<b>1,868,437</b>	<b>6,534,436</b>	<b>3,115,135</b>

**Nota:** Fórmula tomada de Lawrence & Zutter (2012). Elaboración propia.

**Tabla 23***Punto de equilibrio- Publicidad Digital –**Del 01 de enero al 31 de diciembre del año 2,019**(Cifras expresadas en Quetzales)*

$\text{P.E.} = \frac{6,534,436}{1 (-) \frac{(3,115,135 + 0)}{11,518,008}}$ <p><b>P.E. = Q 8,956,899</b></p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**Nota:** Fórmula tomada de Lawrence & Zutter (2012). Elaboración propia.

De acuerdo con la tabla veintitrés, se determinó que el punto de equilibrio para los productos digitales es de Q.8,956,889 en donde la empresa no gana ni pierde, considerando gastos fijos por Q.6,534,436; esto establece que la publicidad digital alcanzó su punto de equilibrio ya que las ventas fueron de Q11,518,008.

**b. Análisis de punto de equilibrio para la publicidad impresa y servicios de BTL****Tabla 24***Clasificación de gastos fijos y variables – Publicidad Impresa y BTL –**Del 01 de enero al 31 de diciembre del año 2,019**(Cifras expresadas en Quetzales)*

<b>Publicidad Impresa y BTL</b>			
	Saldo Dic.-19	Fijos	Variables
Ventas	7596109.18		
Costo de Ventas	2220647		
Sueldos y Salarios - Con Prestaciones	1353376.98	1,353,377	
Plataformas y Servidores	6262.36	6,262	
Servicios Básicos	98839.45	98,839	
Depreciaciones y Amortizaciones	937188.55	937,189	
Comisiones agencias	993190.99		993,191
Beneficios Colaboradores	40954.86		40,955
Extraordinarios	1507169.05		1,507,169
Mantenimientos	8911.72		8,912
Gastos Generales	115853.5		115,854
Imagen Y Publicidad	481,982		481,982
<b>Saldo al 31 de diciembre del 2,019</b>	<b>(168,267)</b>	<b>2,395,667</b>	<b>3,148,062</b>

**Nota:** Fórmula tomada de Lawrence & Zutter (2012). Elaboración propia.

**Tabla 25**

*Punto de equilibrio– Publicidad Impresa y BTL–  
Del 01 de enero al 31 de diciembre del año 2,019  
(Cifras expresadas en Quetzales)*

$$P.E. = \frac{2,395,667}{1 ( - ) \frac{(3,148,062 + 2,220,647)}{7,596,109}}$$

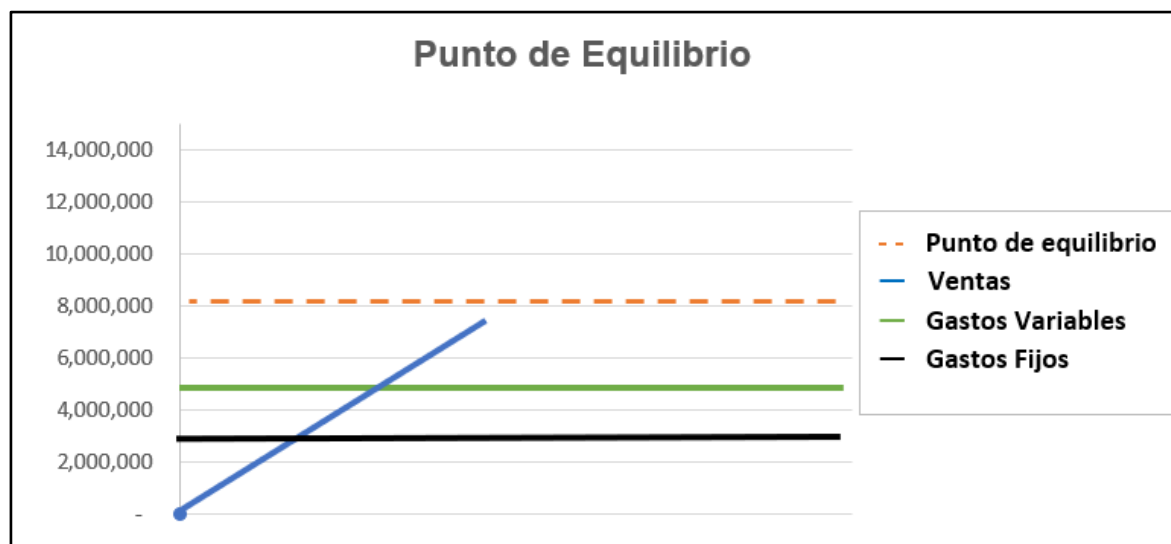
**P.E. = Q 8,169,952**

**Nota:** Fórmula tomada de Lawrence & Zutter (2012). Elaboración propia.

De acuerdo con la tabla número veinticinco, se determinó que el punto de equilibrio para la publicidad impresa y BTL es de Q.8,169,952 que representa el punto en donde la empresa no gana ni pierde, considerando costos fijos por Q.2,395,667 y costos variables por Q.5,368,709 incurridos durante el año 2019; dicho esto se establece que la publicidad impresa y servicios de BTL no alcanzó su punto de equilibrio ya que las ventas fueron de Q. 7,596,109.

**Figura 4**

*Método gráfico del punto de equilibrio– Publicidad Impresa y BTL–*



**Nota:** Se detalla el punto de equilibrio del producto de ejemplares impresos y BTL de la empresa Nueva, ERA, S.A.. Elaboración propia

Como se puede observar en la figura cuatro, en el año 2019 no se logró alcanzar el punto de equilibrio, ya que los ingresos fueron de Q7,596,109; es decir Q573,843 menos de lo que se necesitaba para alcanzar el punto de equilibrio. Esto le será esencial a la administración porque le dará el parámetro para evaluación de los objetivos trazados y cifras presupuestadas para los próximos años.

Por lo que los estados financieros de los últimos tres años de la empresa fueron la base para analizar su situación actual, es por ello que fue necesario la aplicación del análisis vertical para demostrar la importancia de las cuentas, y la aplicación el análisis horizontal donde se obtuvo las variaciones de las cuentas con relación a cada año, logrando observar que la rentabilidad de la empresa del año 2019 disminuyó en relación a la del año 2017 e incrementó en comparación con el año 2018.

Para poder obtener información cualitativa se realizaron entrevistas al departamento de finanzas, contabilidad y ventas, en donde se determinó que los empleados no tienen el suficiente conocimiento de los diferentes análisis aplicables que ayudan a evaluar la rentabilidad de la empresa, así como la falta de conocimiento de las políticas y procedimientos contables.

Adicional a ello fue necesario el uso de las razones financieras que fueron importantes para evaluar y analizar la situación financiera de la empresa sobre todo su rentabilidad. Las razones usadas fueron las de liquidez, actividad, endeudamiento, rentabilidad, rentabilidad económica y financiera y por último el EVA, estableciendo los resultados que a continuación se detallan:

Razones de liquidez: se puede observar que la empresa posee una excelente liquidez durante los tres años, ya que actualmente puede cubrir el 100% de su deuda a corto plazo 8.49 veces con su activo corriente. Y con el índice de solvencia se demuestra que la empresa tiene la capacidad de pago para cubrir la deuda total con sus activos totales ya que por cada Q1.00 que adeuda puede cubrirlo con un Q1.29 de sus activos.

Luego se realizó la aplicación de las razones de actividad, y como primer punto está la razón promedio de cobro la cual es de 178 días, esto muestra que la empresa posee



problemas con su departamento de cobro ya que no se está cumpliendo con la política de crédito de 60 días, por lo que la recuperación de la cartera es lenta y en algún futuro la empresa puede presentar problemas de liquidez. Lo mismo sucede con el periodo promedio de pago, ya que el resultado para los tres años indica que se le paga al proveedor aproximadamente en 160 días; mientras que la política de pago nos indica que es de 90 días, por lo que se debe corregir ya que en algún momento algún proveedor podría terminar relaciones comerciales con la empresa por la tardanza en su pago.

Por último, el resultado de la rotación de activos totales entre los años 2019, 2018 y 2017 muestra que las ventas cubren 0.78, 0.97 y 1.09 de los activos totales, esto muestra la deficiencia de las ventas en relación a los activos de la empresa.

De la misma manera se analizó el endeudamiento de la empresa, con las razones de apalancamiento que muestra que, en los tres años evaluados, la empresa tiene un rendimiento del 79%, 82% y 84%, lo que demuestra que la empresa ha disminuido sus deudas. Así mismo se realizó una evaluación de la concentración del endeudamiento a corto plazo donde se demuestra que el 13% de la deuda es a corto plazo, siendo el restante a largo plazo y conformado por la deuda entre las compañías relacionadas. Es muy importante indicar que la razón del leverage demuestra que el pasivo es 378% mayor que el patrimonio, por lo que el riesgo que corren los socios es mayor puesto que los activos estarán financiados en su mayoría por los pasivos.

Y por último los resultados de las razones de rentabilidad son sumamente importantes ya que estos permitieron evaluar las utilidades de la empresa en relación con sus ventas, activo o capital durante los tres años evaluados. Dentro de estas se determinó que la utilidad neta obtenida durante el último año es del 6% y que durante los otros años fue del 5% y 11%, lo que significa que por cada quetzal vendido Q.0.06, se convierten en utilidad disponible para los accionistas, esto indica que es necesario incrementar la utilidad neta. Durante los tres años el margen bruto representa el 88% aproximadamente, es decir que después de deducir su costo de venta se tiene un rendimiento muy elevado, además nos indica que el costo se ha mantenido durante los

tres años a pesar de los aumentos y disminuciones de sus ventas. Con esto se deja evidenciado que los gastos de operación y administración son los que agotan las utilidades de la empresa, ya que el margen de operación nos indica que durante los tres años evaluados se obtuvo el 9%, 7% y 16% de ganancia después de reducir sus costos y gastos de operación.

Concluyendo el análisis de estas razones se procedió a determinar el rendimiento económico y financiero, con la guía de las razones de ROA y ROE. Respecto al ROA obtuvimos un Q. 0.07; Q. 0.07 y Q0.17 centavos por los activos totales, por lo que sería ideal mejorar este rendimiento intentando subir el margen obtenido por cada venta. Conforme al resultado del ROE durante los años 2019, 2018 y 2017 un 23%, 27% y 77% del patrimonio respecto a los resultados, siendo el más representativo el año 2017.

Derivado a la necesidad de desarrollar estrategias financieras basadas en incrementar el beneficio sostenible de la empresa en el largo plazo, se aplicó el Valor Económico Agregado como indicador financiero, el cual representa el importe que queda una vez que se han deducido de los ingresos la totalidad de los gastos.

Por lo que al aplicar este indicador se demostró que el EVA de la empresa en los años 2019, 2018 y 2017 es de Q.807,844, Q.769,461 y Q. 2,002,675; esto nos indica que la compañía está creando valor.

Por último, se determinó el punto de equilibrio para evaluar la rentabilidad del año 2019 de la publicidad digital y publicidad impresa y servicios de BTL, con lo que se determinó que el producto más rentable es la publicidad digital, ya que las ventas superaron al punto de equilibrio por más de Q.2,561,109. Mientras que la publicidad impresa y servicios de BTL quedaron por debajo de su punto de equilibrio Q.573,843 menos, por lo que nos indica que este no ha sido rentable durante el último año, por lo que se recomendará a la Administración implementar estrategias para que mejore la rentabilidad de este producto.

## CONCLUSIONES

1. El análisis financiero de rentabilidad realizado reflejó que la estructura financiera de la empresa Nueva Era, S.A. de los periodos evaluados 2017, 2018 y 2019, muestra una estabilidad sana y solvencia adecuada, lo que le permite a la entidad desempeñar sus actividades con total normalidad hasta el momento, a pesar de que sus utilidades netas han ido disminuyendo.
2. Con la aplicación de las razones de rentabilidad a los estados financieros de los periodos del 2017 al 2019, se pudo determinar que las utilidades de la empresa han disminuido, esto se debe a que sus gastos de operación se han incrementado año con año y sus ingresos no lo han hecho en la misma proporción.
3. El objetivo principal de las empresas de medios de comunicación debe ser maximizar la riqueza de los socios. Es por ello que se aplicó el Valor Económico Agregado (EVA), en donde se pudo establecer que la empresa ha creado valor para los accionistas durante los tres años evaluados, aunque ha ido disminuyendo, ya que en el año 2019 fue de Q.807,844, es decir un 40% menos que el año 2017; lo que significa que a pesar de que cumple el rendimiento mínimo esperado por los accionistas, si no se toman decisiones oportunas la empresa no generará lo suficiente en relación al riesgo que asume en la actividad empresarial, originando incertidumbre a los mismos en cuanto al retorno de su inversión.
4. El análisis del punto de equilibrio aplicado a los productos de la empresa, permitió corroborar que la publicidad digital es el producto más rentable, ya que sobrepasa su punto de equilibrio. Pero para la publicidad del impreso y BTL en el último año evaluado se logró confirmar que es el producto menos rentable al no alcanzar su punto de equilibrio por Q.573,843. Es por ello que la Administración deberá evaluar si es esencial continuar con la comercialización de este producto para disminuir el riesgo de que sus utilidades puedan decrecer.
5. Se estableció que en la empresa Nueva Era, S.A., el gerente financiero y el personal de contabilidad no tienen el suficiente conocimiento financiero necesario para analizar

de una manera objetiva la rentabilidad que genera la empresa, por lo que esto no permite evaluar las condiciones económicas y financieras en las cuales se encuentra operando la entidad y por ende la Administración no puede tomar decisiones eficientes, lo cual se demostró en los resultados de los indicadores financieros aplicados en el presente estudio.

## RECOMENDACIONES

1. Es necesario que la administración de la empresa realice un monitoreo constante del cumplimiento de metas y objetivos, con el fin de adaptarse anticipadamente a la realidad de los resultados proporcionados por el análisis de los estados financieros y con ello poder tomar decisiones oportunas y ampliar medidas correctivas en caso sea necesario, con el fin de mejorar la eficiencia de operación y con ello obtener la máxima rentabilidad e incrementar la generación de valor de la empresa.
2. Para poder incrementar las utilidades netas obtenidas y lograr que la empresa sea más rentable y eficiente, es preciso que la Administración ejecute una planificación anticipada de sus gastos de operación con la finalidad de que estos no excedan el rango previsto, realizar una evaluación de cuales gastos se pueden reducir sin que afecten las actividades de operación y generar estrategias que generen conciencia al personal sobre la importancia de una cultura de ahorro en la entidad.
3. Para crear mayor valor a la empresa, la Administración debe mejorar las políticas destinadas al incremento de las ventas, mejorar el uso efectivo y eficaz de sus activos de acuerdo al ROA y del patrimonio de acuerdo al ROE, como parte complementaria debe reducir los gastos operacionales, verificando periódicamente todas las acciones de la compañía para eliminar las actividades operativas, de activos, pasivos y de capital que no contribuyen a crear beneficios sostenibles para incrementar el EVA de la empresa.
4. Se recomienda a la empresa utilizar el Punto de Equilibrio como una herramienta de gestión para abatir la incertidumbre en la toma de decisiones, así como la determinación de la meta de ventas que se debe alcanzar por producto y a evaluar la gestión de la estructura de costos y gastos que permitirán a la Administración tomar decisiones objetivas y oportunas en un futuro; inclusive puede permitir a la Administración a establecer estrategias de precios de venta que ayuden a incrementar sus ingresos, siempre y cuando se tome en cuenta la competencia y el margen deseado por los propietarios.

5. Es necesario que la Administración establezca estrategias de capacitación a los empleados encargados de realizar los análisis financieros para que tengan la suficiente habilidad para interpretar y evaluar los estados financieros de la entidad aplicando las herramientas financieras adecuadas que permita tomar decisiones oportunas para administrar adecuadamente la rentabilidad y recursos de la entidad, proporcionando al accionista una mayor certeza y retorno de su inversión.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Almanza, A. (2016). *El EVA como medida de gestión y base de valoración*. Obtenido de <http://bdigital.unal.edu.co/54294/1/1119886517.2016.pdf>
- Bastidas, I. (2018). *Compendios Contables para universitarios* (1a. ed.). España: Difundia Ediciones.
- Cabrejos, J. (2013). Costo de Capital. *REVISTA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS DE LA UNMSM*, 165 - 173.
- Cardona, J. (2012). *Valor Económico Agregado*. Colombia: Universidad Autónoma Latinoamericana.
- Córdova, M. (2014). *Punto de equilibrio* (3a. ed.). España: Desconocida.
- Curruchiche, C. (2018). *Administración del Capital de Trabajo a través del análisis del Ciclo de Conversión de Efectivo*. Guatemala: Tesis de Administración Financiera, Universidad de San Carlos de Guatemala .
- Domínguez, E. (2012). *Medios de Comunicación Masiva* (1a. ed.). México: Red Tercer Milenio S.C.
- Domínguez, E. (2013). *Medios de comunicación masiva* (1a. ed.). México: Red Tercer Milenio.
- Dumraf, G. (2015). *Finanzas Corporativas: Un enfoque latinoamericano* (12a. ed.). Argentina: Alfaomega Grupo Editor Argentino.
- Galván, C. (2019). *¿Qué es Below to Line?* Obtenido de <https://www.carloagalvan.com/que-es-below-the-line-btl/>
- Gitman, L. (2013). *Principios de administración financiera* (9a. ed.). México: Pearson Education.
- Guajardo, G., & Andrade, N. (2014). *Contabilidad Financiera* (6a. ed.). México: McGraw-Hill.
- Lawrence, G., & Zutter, C. (2012). *Principios de Administración Financiera* (12a. ed.). México: Pearson Educación.
- Llanes, M. (2012). *Análisis contable con enfoque empresarial*. Obtenido de <https://www.eumed.net/libros-gratis/2012b/1229/que-es-rentabilidad.html>
- Normas Internacionales de Contabilidad. (2018). *NICC 7*.

- Ortiz , H. (2015). *Análisis Financiero Aplicado y Principios de Administración Financiera* (14a. ed.). Colombia: Proyectos Editoriales Curcio Penen.
- Otal , S., & Serrano, R. (2005). *El Estado de Cambios en el Patrimonio Neto* (1a. ed.). España: Alcalá Editores.
- Ponce , O., Morejón, M., Salazar , G., & Baque, E. (2019). *Introducción a las Finanzas* (1a. ed.). España: Área de Innovación y Desarrollo.
- Ricra, M. (2014). *Análisis Financiero en las Empresas* (1a. ed.). Perú: Pacífico Editores.
- Robles, C. L. (2012). *Fundamentos de Administración Financiera* (1a. ed.). México: Red Tercer Milenio.
- Ruiz, A. E. (2013). *Guía Teórica y Práctica del Contador* (3a. ed.). Guatemala: ALENRO.
- Sáenz, Y. (2013). *El periodista digital en los medios Prensa Libre, El Periódico,.* Guatemala: Tesis de Licenciatura Escuela de Ciencias en la Comunicación, Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Santos, D. (2013). *Fundamentos de la Comunicación*. México: Red Tercer Milenio.
- Wild, J., Subramanyam, K., & Halsey, R. (2013). *Análisis de Estados Financieros* (9a. ed.). (McGraw-Hill, Ed.) México.



## GLOSARIO

- 1. ATL:** Above The Line, o Publicidad sobre la línea es el tipo de publicidad que utiliza medios publicitarios convencionales, estrategia que pretende llegar a una audiencia más amplia.
- 2. BTL:** El BTL o Below The Line es una técnica publicitaria en la que hace uso de prácticas comunicativas no masivas de marketing enfocadas a segmentos o nichos de mercado muy concretos.
- 3. Capital:** es la medida de satisfacción por la cual los individuos valoran la elección de determinados bienes o servicios.
- 4. Capital contable:** es un concepto referente a la diferencia existente entre el activo y el pasivo de una empresa. Mide la inversión realizada y disponible por sus socios desde un punto de vista neto, pues excluye elementos pasivos y externos.
- 5. Costo de capital:** es el coste en el que incurre una empresa para financiar sus proyectos de inversión a través de los recursos financieros propios.
- 6. Costos fijos y variables:** consisten respectivamente en gastos que no varían y que son necesarios para el funcionamiento básico de la empresa, y gastos que van en función del volumen de actividad.
- 7. Finanzas:** corresponden a un área de la economía que estudia la obtención y administración del dinero y el capital, es decir, los recursos financieros. Estudia tanto la obtención de esos recursos), así como la inversión y el ahorro de los mismos.
- 8. Gastos Financieros:** Todos aquellos gastos originados como consecuencia de financiarse una empresa con recursos ajenos. Apartado los gastos generados por las pérdidas de valor de activos financieros.
- 9. Ingresos Financieros:** son aquellos que constituyen un importe o renta a favor de una determinada actividad derivada de la inversión de capital financiero.
- 10. Liquidez:** es la capacidad de un activo de convertirse en dinero en el corto plazo sin necesidad de reducir el precio.
- 11. Margen Bruto:** es el beneficio directo que obtiene una empresa por un bien o servicio, es decir, la diferencia entre el precio de venta (sin Impuesto al Valor Añadido) de un producto y su coste de producción.

**12. Margen de contribución:** La diferencia entre el volumen total de ventas y la suma de costes variables es lo que se denomina margen de contribución.

**13. Rendimiento:** es la rentabilidad obtenida en una inversión, normalmente medida en porcentaje sobre el capital invertido.

**14. Utilidad:** es la medida de satisfacción por la cual los individuos valoran la elección de determinados bienes o servicios.

**15. Valor económico agregado:** es el importe que queda en una empresa una vez cubiertas la totalidad de los gastos y la rentabilidad mínima proyectada o estimada.

## CARTA DE CONSENTIMIENTO



Nueva Era, S.A.

Guatemala 23 de septiembre 2020

Universidad San Carlos de Guatemala, S.A.  
Facultad de Ciencias Económicas Ciudad Universitaria 11 Avenida, zona 12

A quien interese:

Me es grato dirigirme a su persona, con el propósito de autorizar a la Srta. Kateryn Paola Agustín Chávez, quien se identifica con el número de DPI No. 2239 95738 0101 para que use la información contable y financiera de la Empresa Nueva Era, S.A., la cual servirá para la elaboración del Análisis Financiero, que realizará la Srta. Kateryn, sabemos que dicha información no será divulgada y mal utilizada, así mismo será de gran utilidad para nuestra entidad.

Sin otro particular, me despido

Atentamente

Cesar Daniel Castillo López

DIRECTOR CONTABLE Y FINANCIERO DEPTO. DI



NUEVA ERA, S.A. 23  
CALLE 2-35 Zona 3 Guatemala  
Teléfono: 2235-4375

**ANEXO 1****Guía de Entrevista al Departamento de Finanzas de la Empresa Nueva Era, S.A.****Nombre del Entrevistado:** \_\_\_\_\_**Puesto:** \_\_\_\_\_ **Fecha:** \_\_\_\_\_

1. ¿Qué puede decir usted sobre la rentabilidad de la empresa?
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
2. ¿En su opinión, obtener rentabilidad es el mejor indicador de que la empresa está operando de manera eficiente?
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
3. ¿Usted Cree que los índices financieros ayudan a analizar mejor la participación de la empresa?
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
4. ¿Qué opinión podría dar usted para que mejore la rentabilidad de la empresa?





## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1.....	6
TABLA 2.....	43
TABLA 3.....	46
TABLA 4.....	48
TABLA 5.....	55
TABLA 6.....	57
TABLA 7.....	60
TABLA 8.....	61
TABLA 9.....	64
TABLA 10.....	65
TABLA 11.....	66
TABLA 12.....	66
TABLA 13.....	67
TABLA 14.....	68
TABLA 15.....	69
TABLA 16.....	69
TABLA 17.....	70
TABLA 18.....	71
TABLA 19.....	72
TABLA 20.....	73
TABLA 21.....	74
TABLA 22.....	75
TABLA 23.....	76
TABLA 24.....	76
TABLA 25.....	77

## ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1.....	9
FIGURA 2.....	32
FIGURA 3.....	63
FIGURA 4.....	77