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

DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE PRESUPUESTO DE INGRESOS Y GASTOS DE UNA EMPRESA DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS ONCOLÓGICOS UBICADA EN GUATEMALA.

AUTOR: LICENCIADO MARVIN LEONEL ABREGO SANTOS

Guatemala, 20 de Septiembre 2020

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

DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE PRESUPUESTO DE INGRESOS Y GASTOS DE UNA EMPRESA DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS ONCOLÓGICOS UBICADA EN GUATEMALA.

Informe del 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: DOCTOR ALFREDO AUGUSTO PAZ SUBILLAGA.

AUTOR: LICENCIADO MARVIN LEONEL ABREGO SANTOS

Guatemala, 20 de Septiembre 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:	Br. CC. LL. Silvia María Oviedo Zacarías
Vocal Quinto:	P.C. Omar Oswaldo García Matzuy

TERNA QUE PRACTICÓ LA EVALUACIÓN DEL TRABAJO PROFESIONAL DE GRADUACIÓN

Coordinador:	MSc. Hugo Armando Mérida Pineda
Evaluador:	Ph. D Silvia Rocío Quiroa Rabanales
Evaluador:	MSc Carlos Enrique Calderón Monroy

ACTA/EP No. 2885

ACTA No. MAF-D-001-2020

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 infrascritos miembros del Jurado Examinador, el **20 de septiembre de 2,020**, a las **10:00** para practicar la PRESENTACIÓN DEL TRABAJO PROFESIONAL DE GRADUACIÓN del Licenciado **Marvin Leonel Abrego Santos,** carné No. **200320984**, 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 **"DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE PRESUPUESTO DE INGRESOS Y GASTOS DE UNA EMPRESA DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS ONCOLÓGICOS UBICADA 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 **73** 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 20 días del mes de septiembre del año dos mil veinte.

MSc. Hugo Armando Mérida Rineda
Coordinador

Ph.D. Silvia Rocío Quiroa Rabanales
Evaluador

MSc Carlos Enrique Calderón Monroy
Evaluador

Lic. Marvin Leonel Abrego Santos
Postulante

F. STANDARD, S.A. - PBX: 2423-8700 - FAX: 2437-4918

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 Marvin Leonel Abrego Santos, incorporó los cambios y enmiendas sugeridas por cada miembro examinador del Jurado.

Guatemala, 16 de octubre de 2020.

(f)_____

MSc. Hugo Armando Mérida Pineda
Coordinador

AGRADECIMIENTOS

A DIOS:	Por brindar la vida, su amor, su gracias y misericordia cada día de mi vida.
A MIS PADRES:	Paulino Abrego y Antonia Santos, por su esfuerzo, amor en cada etapa de mi vida.
A MI ESPOSA:	Claudia Leticia Crisóstomo por su amor, su paciencia, su comprensión y el apoyo que me brindo durante toda la maestría.
A MIS HERMANOS	Pedro Abrego, Adán Abrego, Rigoberto Abrego, Sandra Abrego, Marco Tulio Abrego y Aura Abrego por su cariño y apoyo moral.
A MIS HIJOS:	Manuel Abrego, Naomi Abrego y Mateo Abrego por mi inspiración alcanzar mis metas.
A MIS COLEGAS	Ingrid Subuyuj, Leónidas Vásquez, Allan Morales, Kevin Ralda por compartir sus conocimientos en esta preparación académica durante toda la maestría.
A MIS AMIGOS	Elmer Santos, Gloria López, Mariella Aguirre por su apoyo y colaboración.
EN ESPECIAL	Héctor Vicente Pineda por su apoyo moral, ayuda y comprensión que Dios le bendiga.

ÍNDICE

RESUMEN ..... **I**

INTRODUCCIÓN ..... **III**

1. ANTECEDENTES **1**

1.1 Antecedentes de la industria farmacéutica 1

1.2 Antecedentes de la Distribuidora De Productos Oncológicos 3

1.3 Mercado privado e institucional 4

1.4 Antecedentes de presupuesto 5

1.5 Antecedentes del presupuesto de ingresos y egresos 5

2. MARCO TEÓRICO **9**

2.1. Industria farmacéutica 9

2.2. Clasificación de la Industria Farmacéutica 11

2.3 Distribuidoras de Productos Oncológicos 14

2.4 Generalidades del presupuesto 16

3. METODOLOGÍA **24**

3.1 Definición del problema 25

3.2 Especificación del problema 25

3.3 Objetivos 26

3.4 Métodos, técnicas e instrumentos 27

4. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS **30**

4.1 Situación actual de la Comercializadora 30

4.2 Herramientas, modelos y estrategias para el análisis de la Comercializadora 40

4.3 Resultados del análisis de la información de la Distribuidora 44

CONCLUSIONES **66**

RECOMENDACIONES **68**

BIBLIOGRAFÍA **70**

ANEXOS **72**

ÍNDICE DE TABLAS **77**

ÍNDICE DE FIGURAS **78**

RESUMEN

La industria farmacéutica nacional, se ha incrementado durante la última década, actualmente, operan en el país 108 laboratorios farmacéuticos. Pero los laboratorios que ofrecen el servicio, de análisis de calidad son únicamente cuatro, que cubren las necesidades de las industrias, que no cuentan con laboratorios de análisis propios, o que requieren de sus servicios en forma parcial.

En la industria farmacéutica Las Distribuidoras de Productos Oncológicos, tienen como objeto principal, la comercialización exclusiva de productos de oncología para uso humano, teniendo como mercado objetivo el sector salud en entidades privadas y públicas.

En los aspectos legales, la Constitución Política de la República de Guatemala. Establece en el artículo 94 la obligación legal del estado de velar por la salud de todos sus habitantes. Y en el artículo 96 determina que se debe controlar la calidad de los productos farmacéuticos, para que no dañen la salud de los guatemaltecos.

Las Distribuidoras de Productos Oncológicos, obtienen sus ingresos al realizar sus ventas al contado y al crédito. Estos ingresos son necesarios, para brindar cobertura a las obligaciones de corto plazo que tiene la empresa. Actualmente la distribuidora tiene excedentes de flujos. Pero al no tener una herramienta de planificación y control, estos flujos de efectivo no se aprovechan en otras inversiones financieras rentables.

Ante tal circunstancia, se planteó la solución del diseño e implementación de presupuesto de ingresos y gastos para una distribuidora de productos oncológicos. Se procedió con la utilización del método científico, inspeccionando bibliografía relativa a la industria farmacéutica. De esta manera conocer mejor la unidad de análisis, desde su origen, funcionamiento e importancia en el mercado. Se recolecto y analizo la información necesaria, para elaborar el presupuesto, conocer la importancia que tiene en la administración financiera y como herramienta de planificación y control cuales son los objetivos en la gestión administrativa financiera.

Utilizando la técnica de la entrevista, se recolecto información necesaria para estructurar el presupuesto, partiendo de ingresos históricos de acuerdo a la política de ventas. La información detalla la integración de los desembolsos históricos, permitiendo identificar una adecuada segmentación de los rubros por áreas. Con la información recolectada se realizará el diseño del presupuesto de ingresos y gastos, detallando el proceso a seguir para su elaboración.

La aplicación de esta herramienta financiera perimirá identificar, el periodo en que se estima recibir los ingresos de efectivo y el periodo para cubrir los gastos. Si hubiera flujos disponibles, pueden ser invertidos en otros productos financieros para obtener nuevos rendimientos.

Se concluye, en que las distribuidoras de productos oncológicos, tienen diversas opciones de inversiones planteadas y gastos que realizar. Para poder cubrir estos gastos dependen de la disponibilidad y el buen manejo del presupuesto. También a través de una buena gestión presupuestaria, se podrá mantener el punto de equilibrio de los ingresos y gastos, si existen excedentes de efectivo pueden colocarlo en algún portafolio de inversiones, programación de pagos de dividendos o algún proyecto planificado.

INTRODUCCIÓN

Los constantes cambios políticos, económicos y financieros que afectan el entorno empresarial, hace necesario el uso de herramientas. Estas herramientas tienen que proyectar las operaciones a futuro con mayor claridad y con resultados más exactos. Con el objetivo de conocer anticipadamente, los aspectos en donde se deberán centrar los esfuerzos de la organización, para lograr sus objetivos y prever con anticipación las decisiones gerenciales.

El presupuesto, es una herramienta básica de control y utilizarlo se hace cada vez más imprescindible en todas las organizaciones. Porque refleja y predice los cambios, identificando los momentos de oportunidad y crisis. Se considera de suma importancia que el asesor financiero conozca, elabore y evalué presupuestos, para todas las áreas y niveles de la organización, esto le ayudara asesorar a la gerencia de la compañía, a tomar decisiones más certeras.

El presente trabajo profesional de graduación, tiene como objetivo; Diseñar e implementar un presupuesto de ingresos y egresos, para una distribuidora de productos oncológicos, ubicada en la zona 15 de la ciudad de Guatemala. Se estudiará el manejo eficiente de los flujos de netos de efectivo, a través de la ejecución del presupuesto de ingresos y gastos proyectados, para ayudar a fortalecer la administración financiera.

La metodología utilizada fue el método científico, técnicas de investigación documental y las entrevistas como instrumento, para recaudar información propia de la distribuidora, por lo cual se ha estructurado de la siguiente manera:

En el capítulo I se realiza una introducción, para que el lector conozca antecedentes generales de la industria farmacéutica, dedicadas a la comercialización de productos oncológicos, antecedentes históricos en Guatemala, dando una breve definición. Se realiza una descripción de la situación actual de la industria farmacéutica y la forma como obtiene los flujos de los fondos de efectivo, así como el origen y destino de dichos recursos.

En el capítulo II marco teórico, contiene la exposición y análisis de las teorías y enfoques teóricos, conceptuales utilizados para fundamentar la investigación y la propuesta de solución al problema de presupuesto. Contiene también el detalle de la estructura y funcionamiento de la industria farmacéutica, los clientes, la composición del mercado y los medicamentos como principal producto de comercialización. Además, las teorías relativas al presupuesto en general objeto de estudio en el presente trabajo.

En el capítulo III metodología, contiene la explicación en detalle del proceso que se realizara, para resolver el problema de investigación, describe el método científico y las técnicas que serán utilizadas.

En el capítulo IV, se presenta el diseño del presupuesto de ingresos y egresos proyectados, que se plantea como la solución del problema de investigación. Además del cumplimiento de los objetivos trazados. Se describe el proceso de elaboración del presupuesto en cada una de sus etapas y se proponen distintos usos de los recursos generados. Así como algunas opciones de financiamiento que se pueden gestionar, para cubrir posibles faltantes de efectivo.

Finalmente se presentan las conclusiones y recomendaciones, después de realizar el análisis de la información recolectada y desarrollo de cada proceso del presupuesto de ingresos y gastos, planteando opciones para la gestión adecuada de los flujos de efectivo generados.

1. ANTECEDENTES

En el ser humano, cada día aumenta la necesidad de productos farmacéuticos de la línea oncológicos. Es por ello que las industrias farmacéuticas se están especializando, para llevar al consumidor un producto que satisfaga esa necesidad de combatir la enfermedad del cáncer, con productos que tenga un precio competitivo.

1.1 Antecedentes de la industria farmacéutica

La industria farmacéutica está integrada por tres principales agentes económicos: las farmacéuticas internacionales, regionales y locales, las distribuidoras, las farmacias y cadenas de farmacias. Las firmas líderes son laboratorios transnacionales que operan a escala global, con la mayor parte de sus actividades de fabricación concentradas en los países desarrollados. Pero con algunas plantas industriales localizadas en otras regiones, inclusive en Centroamérica.

En los países más desarrollados, con tecnología de punta y fuerte poder económico. Como Inglaterra, Alemania, Francia, Suiza y Estados Unidos. Es donde la industria farmacéutica se ha desarrollado a gran escala y se ha especializado en el campo farmacéutico. En Guatemala, con la llegada de compañías afiliadas o subsidiarias de corporaciones extranjeras, surge la industria farmacéutica. Estas compañías afiliadas o subsidiarias deben pagar a los propietarios extranjeros, por lo regular el uso de patentes de marcas, fórmulas y técnicas de producción.

Otra particularidad de esta industria es, que las materias primas que utilizan son elaboradas en el extranjero y por lo tanto constituyen importaciones para el país. En Guatemala se producen muy pocas materias primas destinadas a esta rama industrial. Lo que se consume a gran escala de origen nacional, es el material utilizado para el envase y empaque de productos.

En Guatemala debido a la revolución de 1944, se impulsó la diversificación de la producción agrícola e industrial. Se logró modificar cuantitativamente y cualitativamente el desarrollo de la industria fabril y el intercambio comercial. Es en este período, comienzan a establecerse las primeras industrias farmacéuticas en Guatemala.

Dentro de las cuales se puede mencionar a Laboratorios Lancasco S.A., Laboratorios Bonín S.A. y Laboratorios Unipharm S.A. Con la finalidad de fabricar productos farmacéuticos, que hasta ese entonces se importaban de Europa, como ampollas hipodérmicas, tabletas, cápsulas, emulsiones y jarabes.

En Guatemala ha sido posible identificar las siguientes principales droguerías: Codister, S.A., Amicelco, Jogral, Droguerías José Gil, Centro Distribuidor S.A., Resco, S.A. Agencia J.I.Cohen, Bodega Farmacéutica.

Hay dos tipos de formatos de comercialización de medicamentos de prescripción médica: las farmacias tradicionales y las cadenas de farmacias. Los medicamentos de venta libre suman canales adicionales de venta minorista (grandes almacenes e hipermercados y tiendas). Las grandes cadenas de farmacias que poseen una amplia red de establecimientos tienen mayor capacidad y solvencia para comprar cantidades mayores, cuentan en algunas cadenas de farmacias con personal más entrenado y ofrecen servicios adicionales (entrega a domicilio, aplicación de productos inyectables, entre otros).

Otras cadenas de farmacias poseen mejores instalaciones comerciales, ofrecen variedad de marcas, productos y precios. Estas cadenas a veces se encuentran integradas verticalmente con droguerías o distribuidoras, que realizan la importación de los productos. A nivel de Centroamérica y Panamá existirían, alrededor de 8,500 farmacias, de las cuales se han podido identificar alrededor de 1300 locales integrantes de cadenas. La importancia de las cadenas de farmacias y su integración con droguerías o distribuidores mayoristas es muy diferente en cada país.

1.1.1 Antecedentes históricos

La historia de las droguerías en Guatemala, se remonta a finales del siglo XIX y a principios del siglo XX. En el pasado las farmacias emitían las recetas médicas y el boticario era la persona encargada de la preparación de la fórmula, el paciente se aliviaba con lo más elemental.

En el año 1926 se introdujo en Guatemala, la comercialización de productos farmacéuticos de empresas multinacionales.

En 1927 fue fundada la primera empresa química farmacéutica de Guatemala. Contó en sus inicios con maquinaria especializada, para la fabricación de ampollas hipodérmicas, pastillas y jarabes.

A raíz de la Segunda Guerra Mundial, se genera un vacío en lo que respecta a medicamentos en América Latina, a raíz de ello surge la segunda empresa farmacéutica en Guatemala, especializándose en el área de medicamentos inyectables.

> Según (Batres, 2014) en 1960 se desarrollan otras empresas farmaceuticas, eliminando las preparaciones elaboradas en farmacias, empezando los medicos a prescribir medicamentos para que los pacientes aquieran productos adecuados de acuerdo a sus padecimientos que presentan. Tambien da inicio la visita medica, desde entonces la industria nacional ha mantenido un crecimiento constante.

1.2 Antecedentes de la Distribuidora De Productos Oncológicos

La empresa Distribuidora de productos Oncológicos, es una compañía organizada de acuerdo a las leyes de la República de Guatemala. Que inicio actividades a partir del año 1999, tiene como principal actividad la comercialización y distribución de productos farmacéuticos a diversos pacientes, aseguradoras y sus asegurados médicos, doctores y hospitales de la ciudad de Guatemala. Tiene como prioridad los que requieren del uso tratamiento oncológico hospitalario y de especialidad, para enfermedades específicas o crónicas.

La Distribuidora está en crecimiento en la industria farmacéutica, ya que ha realizado contratos con laboratorios de alto prestigio, como por ejemplo Pfizer, Bayer, Asofarma, Vizcaíno, Menarini, Novartis, obteniendo una distribución directa, logrando tener una variedad de productos, para satisfacer las necesidades de sus clientes. Logrando de esta manera ser una empresa competitiva. Además cuenta con una ubicación céntrica que le permite cubrir, las emergencias diarias en los distintos hospitales y pacientes del área metropolitana.

Un factor importantes que tiene la distribuidora, es la diferenciación en el servicio que brinda en la entrega de los medicamentos, caracterizada por su rapidez, la atención que se le da al cliente antes, durante y después de las quimioterapias, ofreciéndoles paquetes de medicamentos, y llevando el producto hasta la puerta de su casa o la clínica donde se realizara la quimioterapia.

El posicionamiento en el mercado de la Distribuidora, está en el nicho de mercado que atiende y la diferenciación en el servicio que presta, porque está dirigido a personas que necesitan medicamentos para tratar el cáncer, ofreciéndoles productos de la línea oncológica con un servicio especializado en la entrega del medicamento.

1.3 Mercado privado e institucional

En los países de Centroamérica y Panamá, a fin de asegurar el acceso de la población a una canasta de medicamentos considerados esenciales, existen distintos programas gubernamentales y las instituciones de seguro que compran los medicamentos y luego los proveen gratuitamente a la población.

Estas canastas se basan en buena medida en la lista de medicamentos esenciales, de la Organización Mundial de la Salud (OMS), que actualmente comprende 340 medicamentos esenciales, para el tratamiento de las condiciones médicas identificadas como prioritarias a escala global: malaria, HIV/SIDA, tuberculosis, salud reproductiva, cáncer y diabetes.

En general, estos medicamentos son adquiridos a los distribuidores mayoristas o droguerías nacionales con sede en el país, mediante mecanismos competitivos de compra (licitaciones públicas o similares). Luego los medicamentos son provistos a los pacientes en los hospitales públicos o en dispensarios o farmacias de las instituciones.

> En los países bajo estudio, este segmento del mercado se denomina “mercado institucional”. En las farmacias se comercializan al por menor todos los productos del mercado. Incluyendo los de distribución gratuita, ya que allí pueden obtenerse con mayor celeridad en presentaciones o marcas distintas de las provistas por las instituciones públicas. Este segmento del mercado es denominado “mercado privado”. Según se anticipó, este estudio se limita al mercado privado de medicamentos. (Petrecolla, 2011)

1.4 Antecedentes de presupuesto

Se puede afirmar, que el ser humano ha presupuestado desde la más remota antigüedad, desde la época de las cavernas. Cuando debía aprovisionarse por lo menos de alimentos y vestidos para poder subsistir. También lo demuestra el hecho que los egipcios, hacían estimaciones para pronosticar los resultados de sus cosechas de trigo, con el objetivo de prevenir los años de escasez. Los romanos estimaban las posibilidades de pago de los pueblos conquistados, para exigirles el pago del tributo correspondiente.

Sin embargo, los fundamentos teóricos y prácticos del presupuesto, como herramienta de planificación y control. Tuvieron su origen en el sector gubernamental a finales del siglo XVIII. Cuando se presentaba al Parlamento Británico, los planes de gastos del reino y se daban las pautas sobre su posible ejecución y control. Con el transcurrir de los años, el presupuesto ha sido incorporado a las operaciones de varios países.

1.5 Antecedentes del presupuesto de ingresos y egresos

Actualmente la gestión del presupuesto se complica, porque cada vez el mercado farmacéutico está demandando nuevas condiciones económicas y de crédito, que obligan a tener una adecuada administración de los recursos de la compañía. El presupuesto de ingresos y egresos, es un informe de tipo financiero y económico, que se realiza con el objetivo de ordenar y controlar las entradas y desembolsos de dinero en efectivo, que tiene una empresa en un tiempo determinado. Para conocer así la liquidez del negocio, esta herramienta financiera permite obtener con claridad información de lo que sucede con los ingresos y egresos de efectivo, para tomar las mejores decisiones de los recursos.

El presupuesto de ingresos y egresos tiene las siguientes características y cumple con los siguientes objetivos:

a) Determinar los flujos de efectivo de la empresa al final de cada periodo.

b) Identificar si se proyectan excedentes o faltantes de efectivo en algún momento y tomar medidas correctivas.

c) Establecer si existen necesidades de efectivo o de financiación en algún momento del periodo que abarque el presupuesto.

d) Coordinar los ingresos y desembolsos que maneja una empresa con otros aspectos financieros.

La esencia del presupuesto de ingresos y egresos, es la planificación financiera, proceso mediante el cual la empresa plantea proyectos financieros de largo plazo, como expresión cuantitativa de sus planes estratégicos, de corto plazo, como expresión cuantitativa de sus planes tácticos y operativos, en los cuales se contemplan la proyección de las ventas, los costos, los gastos, los activos y pasivos requeridos para lograr las metas propuestas.

En el contexto de la planificación financiera, es uno de los presupuestos más importantes en el proceso de planeación, permite reflejar no sólo los ingresos y egresos en efectivo, que tendrá la organización durante el período considerado en la planeación, además, permite diagnosticar y sugerir la forma de financiación que debe utilizar la organización para lograr los objetivos trazados.

El presupuesto de ingresos y egresos, tiene un esquema integrado por tres grandes grupos, el primero presenta el total de efectivo disponible antes del financiamiento, está constituido por el saldo final de caja del período anterior, el cual está disponible para el período que se inicia, el cobro a clientes por ventas del período pasado, como del que se presupuesta y los ingresos extraordinarios por diversos conceptos como pueden ser intereses por inversiones de largo plazo o por préstamos otorgados, venta de activos fijos, cobro de dividendos de acciones de otras empresas, entre otros.

El segundo grupo, refleja los egresos totales conformados por los pagos a proveedores de bienes y servicios en general, pago de nómina, pago de pasivos de corto y de largo plazo, así como erogaciones por conceptos extraordinarios, como puede ser la compra de activos fijos o el pago de dividendos. El efectivo necesario agrupa las necesidades

del mismo para cubrir los egresos totales y el saldo mínimo de caja que la empresa fija como razonable para imprevistos.

El tercer grupo del presupuesto presenta el excedente o faltante de efectivo, que permite tomar decisiones en cuanto a si debe invertir, en caso de disponer de excedentes de efectivo. Para lo cual deberá seleccionar las mejores alternativas de inversión de corto plazo, es decir, aquellas que le proporcionen mayor rentabilidad y le permitan disponer del dinero invertido en el momento en que lo requiera, o si debe buscar fuentes de financiamiento, en caso de obtener déficit.

En ambas situaciones, invirtiendo o endeudándose, se debe lograr el objetivo de proporcionar la disponibilidad y la liquidez a las operaciones de la empresa.

1.5.1 Importancia del presupuesto de ingresos y egresos

Las empresas tienen sus operaciones en un medio económico de constante cambio en el que predomina la incertidumbre.

Por esto, deben planear sus actividades si pretenden mantenerse en el mercado competitivo, puesto que cuanto mayor sea la incertidumbre, mayores serán los riesgos por asumir. Es decir, cuanto menor sea el grado de certeza en la predicción, mayor será la investigación que debe realizarse sobre la influencia que ejercerán los factores no controlables por la gerencia sobre los resultados finales de un negocio.

En los países que por razones del manejo macroeconómico, experimentan fuertes fluctuaciones en los índices de inflación y devaluación, y en las tasas de interés, se debe hacer un análisis detallado de estos factores al elaborar el presupuesto.

> El presupuesto surge como herramienta moderna de planeación y control al reflejar el comportamiento de la competencia y de indicadores económicos como los enunciados, y en virtud de sus relaciones con los diferentes aspectos administrativos, contables y financieros de la empresa. (Burbano Ruiz, 2011, pág. 11)

> Peter Pirra dio a conocer un método basado en el presupuesto base cero, el que en 1970, en la Texas Instruments perfeccionó y que se puede definir como una metodología de planeación y

> presupuestación, para revaluar cada año todos los ingresos y gastos de la entidad que lo incorpore en sus controles, siendo construido sobre las premisas de que cada actividad del presupuesto debe estar plenamente justificada y sujeta a análisis costo-beneficio, siendo definido éste presupuesto base cero como un método que busca evaluar la factibilidad de una operación a través de los ingresos y costos. (Batres, 2014)

La Distribuidora actualmente no cuenta con una gestión presupuestaria, lo que provoca que no se tenga un adecuado control sobre la información financiera y repercute en la toma de decisiones en tiempo oportuno. Ya que el presupuesto supone la base para la toma de decisiones, que permite que las realizaciones efectivas se ajusten lo más posible a sus objetivos establecidos.

La Distribuidora no cuenta con un departamento financiero, para realizar la gestión presupuestaria, actualmente operan sin una base para realizar sus objetivos.

2. MARCO TEÓRICO

El marco teórico que fundamenta esta investigación, presenta información que permite al lector, conocer más sobre el tema objeto de estudio. Se detalla información que se tomará como base, para realizar el plan de trabajo. De esta manera se podrá sustentar y fundamentar el diseño e implementación del presupuesto de ingresos y gastos de la distribuidora. Y dar solución al caso práctico presentado en esta investigación.

Para comprender de una manera más amplia, la actividad económica de distribuir y comercializar productos farmacéuticos en Guatemala de la rama de oncología. Se definen algunos términos que son propios en esta actividad económica. Tomando en consideración que esta rama del comercio, es sinónimo de salud para las personas, porque les suministra medicamentos que necesitan. Por lo cual definiremos los siguientes conceptos:

2.1. Industria farmacéutica

De forma general se puede definir como industria, la actividad transformadora de las materias primas orgánicas e inorgánicas obtenidas de la agricultura, ganadería, minería, piscicultura, silvicultura y de cualquier otra actividad económica llamada primaria.

“La industria farmacéutica es un sector empresarial dedicado a la fabricación y preparación de productos químicos medicinales para el tratamiento y también la prevención de distintas enfermedades (Congreso de la Republica de Guatemala, , 2006).”

El término industria también puede definirse como, aquel conjunto de procesos realizados en forma sistemática, a través de medios mecánicos eléctricos y electrónicos. Cuyo fin fundamental es la transformación de bienes, que por sí solos no representan un bien de utilización o consumo. Estos bienes son denominados “Materias Primas” y al finalizar el proceso de transformación, que puede denominarse proceso industrial, se convierten en “Productos Terminados”, los cuales ya son bienes de consumo.

En el caso de la actividad farmacéutica, ésta se refiere a aquellos bienes con propiedades para la prevención o curación de enfermedades del ser humano. Estos bienes son denominados “medicamentos”, cuya característica principal es el proceso de transformación que sufren de su estado natural. En el ámbito farmacéutico, la sustancia que contiene la propiedad curativa en un medicamento se denomina “Principio Activo” el cual es extraído de la naturaleza plantas, minerales y animales.

La industria farmacéutica, es uno de los sectores empresariales más rentables e influyentes en la actualidad. Porque contribuye enormemente a mejorar la salud de las personas, debido a que realizan investigaciones y desarrollos con el propósito de introducir moléculas y/o principios mejorados o nuevos, para eliminar o aliviar los distintos padecimientos que presentan las personas.

La industria en general, se encuentra sujeta a una variedad de leyes y reglamentos, con respecto a las patentes, pruebas y la comercialización de los fármacos. La mayoría de países conceden patentes, para los medicamentos recientemente desarrollados o modificados, por un período de quince años a partir de la fecha de autorización. En el caso de Guatemala, la patente corresponde a diez años. Una vez expirada la patente, cualquier empresa que cumpla con las normas del organismo regulador, (en el caso de Guatemala el órgano regulador es el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social), puede fabricar y vender productos con el nombre de genéricos.

> En algunos países, las pruebas de los nuevos fármacos las realizan a través de animales domésticos o seres humanos, cada etapa de prueba es autorizada por los organismos reguladores de cada país, si éste da su aprobación final se concede la autorización para utilizarlos en condiciones determinadas. (Rodriguez Yunta, 2012)

> Los resultados de la investigación, con modelos animales proporcionan información necesaria para diseñar pruebas humanas, para la aprobación legal de nuevos dispositivos fármacos y procedimientos con carácter terapéutico y de diagnóstico.(Rodriguez Yunta, 2012)

Gran parte de las empresas farmacéuticas, tienen carácter internacional y poseen filiales en muchos países. Actualmente en Guatemala están registradas, cerca de 100 empresas transnacionales con planta y representación. Las cuales en su mayoría se

dedican únicamente a comercializar y distribuir los medicamentos, con la debida autorización del país de origen y del país local.

2.2. Clasificación de la Industria Farmacéutica

La industria farmacéutica puede clasificarse de dos formas: según el origen de los productos y según el tipo de productos.

2.2.1 Según el Origen de los Productos

La empresa farmacéutica, puede desarrollar sus productos como resultado de su propia investigación o fabricar productos genéricos cuando las condiciones legales del país lo permitan, por lo que puede ser clasificada en:

2.2.2 Industria Farmacéutica de Desarrollo de Productos

Este tipo de industrias, tienen como característica fundamental, que invierten un alto monto de sus recursos, en la investigación y desarrollo de nuevos principios activos. Los procesos de investigación dan como resultado, lo que en términos farmacéuticos se denomina “Nuevas Terapias”. Una nueva terapia puede definirse como, uno o varios productos que tienen como objetivo, curar o minimizar los efectos de una enfermedad. Los cuales son productos por la realización de estudios clínicos con seres humanos, de acuerdo con las diferentes fases del proceso de investigación y desarrollo de nuevos documentos. Que posteriormente son aprobados, por las entidades regulatorias de cada país, estas nuevas terapias se convierten en productos promocionados y comercializados mundialmente.

2.2.3 Industria Farmacéutica de Genéricos

Los medicamentos genéricos, están jugando un papel de primera magnitud, tanto cuantitativa como cualitativamente en la evolución del mercado farmacéutico. Este ha sido un tema controvertido, por las variantes que han introducido este mercado y por los importantes intereses que se mueven alrededor del mismo.

> Las patentes de las nuevas terapias descubiertas generalmente tienen una duración de 20 años, por lo que a partir de este período se vencen tanto los principios activos como los procedimientos de obtención patentados, quedando las mismas a disposición de poder ser utilizadas en otros laboratorios. A los productos que son fabricados con base en las sustancias de laboratorios que no fueron los productores originales se les denomina “Productos Genéricos”. (Steiger Arevalo, 2012)

Estos laboratorios participan en la producción de sus propias marcas o genéricos puros, que son aquellos productos que solo se identifican por el nombre del principio activo, al suceder esto, los llamados “Productos de Investigación” sufren la competencia comercial de los “Productos Genéricos”.

La industria farmacéutica de productos genéricos, adquieren los principios activos de fabricantes de estos o de los distribuidores de copias de materias primas, conocidos en el mercado farmacéutico como “brokers” quienes fabrican nuevos productos, utilizando nuevos registros de producción y sus propios medios de comercialización.

> Esto no significa, que los laboratorios creadores del principio activo ya no fabriquen el producto original, pero lógicamente éste pierde participación en el mercado, ante la aparición de marcas diferentes, con el mismo principio activo y generalmente, a un menor precio debido a que sus costos son menores, al no invertir en desarrollo. Actualmente los laboratorios de investigación, desarrollan nuevas terapias más rápidamente que en el pasado, lo que les permite innovar constantemente y mantenerse como líderes en la industria farmacéutica. (Steiger Arevalo, 2012)

2.2.4 Según el Tipo de Productos

Por las propiedades químicas de los componentes de que están elaborados los medicamentos la industria farmacéutica se clasifica en:

2.2.5 Industria Farmacéutica de Medicamentos de Prescripción

Los medicamentos de prescripción, son aquellos productos que son consumidos por los pacientes debido a una indicación médica.

Por ejemplo medicinas para enfermedades críticas, tales como diabetes, infecciones severas y otras de mediano o alto riesgo clínico.

2.2.6 Industria Farmacéutica de Medicamentos sin Prescripción

Este tipo de medicamentos, no requieren de una prescripción médica para su venta y consumo. Generalmente, estos medicamentos son genéricos con una larga presencia en el mercado y se utilizan para curar enfermedades de bajo riesgo clínico. Por ejemplo, antigripales, medicamentos para la indigestión y otros que pueden adquirirse sin receta médica.

2.2.7 Droguería

La distribución o comercialización quiere decir, que la distribuidora es intermediaria entre productor y el consumidor. Llevándole a este último el producto que produce el primero, desde luego por esta transacción obtiene una utilidad y con lo cual mantiene el negocio.

> “Establecimiento farmacéutico destinado a la importación, fraccionamiento, envasado, distribución y venta de especialidades farmacéuticas y productos afines (Congreso de la Republica de Guatemala, , 2006)”.

2.2.8 Medicamento

Puede decirse que un medicamento seguro, es aquel cuya producción, distribución, almacenamiento y dispensación. Han observado las normas de calidad que permiten garantizar que efectivamente, el producto es capaz de brindar los efectos terapéuticos para los que ha sido indicado.

“toda preparación o producto farmacéutico empleado para la prevención, diagnóstico y/o tratamiento de una enfermedad o estado patológico, o para modificar sistemas fisiológicos en beneficio de la persona a quien se le administra” (Cantafio, 2017).

2.2.9 Inventarios

El área de inventarios, es el activo de la distribuidora formado por todos los productos (medicamentos) para la venta. Tiene como característica especial, que es un activo denominado como realizable. Por el valor de los mismos, representa la parte medular

del negocio, ya que este es el que origina el ser del mismo. Y por tratarse de productos farmacéuticos (medicamentos) reviste principal importancia la necesidad de elaborar manuales de normas y procedimientos, para llevar controles adecuados de estos activos.

2.2.10 Finalidad de la distribuidora farmacéutica

La finalidad principal, es la obtención de lucro entendiéndose por lucro, la ganancia que obtiene derivada de su actividad comercial. Los objetivos indican, hacia donde se orientarán los esfuerzos de la empresa. Por tanto, el primer paso en la planificación es el establecimiento de los objetivos bien definidos, que permitan orientar el esfuerzo común hacia una meta fija.

Establecer los objetivos es responsabilidad de la administración, pero los objetivos particulares, se perfeccionan en todos los niveles de la organización, por lo que deben estar estructurados de modo que se sitúen en los distintos puntos de la organización.

2.3 Distribuidoras de Productos Oncológicos

Para combatir enfermedades concretas como el cáncer, es necesario acceder a un servicio especializado, mediante un trato eficiente al cliente, considerando de primera instancia la calidad de vida del paciente.

Básicamente, la finalidad del negocio es contribuir a preservar la salud y la calidad de vida de las personas. Comercializar productos y servicios farmacéuticos innovadores en armonía con el medio ambiente. Así como, satisfacer los requerimientos de los clientes, con una variedad de productos de la rama oncológica. También brindar servicios competitivos que le generen valor, mejorar continuamente el desempeño de los procesos, para exceder sus expectativas y por último, que es la esencia de cualquier negocio, obtener el máximo beneficio o renta en las transacciones que realice. Las distribuidoras de productos oncológicos, son agentes económicos que se forman con capitales de uno o varias personas las cuales están facultadas, para realizar transacciones comerciales de compra y venta de productos oncológicos, con fines de lucro.

2.3.1 Oncología

La oncología, surgió de la necesidad de cubrir aspectos médicos diferentes, de los quirúrgicos y radioterápicos existentes desde años anteriores al reconocimiento oficial de la especialidad de oncología médica en España.

> Según Zetina, es la rama de la medicina especializada en el diagnóstico y tratamiento del cáncer. Incluye la oncología médica (uso de quimioterapia, terapia con hormonas y otros medicamentos para tratar el cáncer), la rad oncología (uso de radioterapia para tratar el cáncer) y la oncología quirúrgica (uso de cirugía y otros procedimientos para tratar el cáncer). (Zetina Toache, 2020)

2.3.2 El cáncer

A finales de la segunda década del siglo XXI, el cáncer ocupa uno de los tres primeros lugares, en las cifras de mortalidad y es una de las primeras causas de muerte de la población humana en el mundo. En el año 2012 se le atribuyeron 8.2 millones de muertes y las tasas de mortalidad han seguido en aumento. Además se prevé que los casos anuales de cáncer, aumentarán de 14 millones registrados en el 2012 a 22 millones en las siguientes dos décadas.

El cáncer, es un término que agrupa a un número grande y sumamente heterogéneo de enfermedades. Que comparten como característica en común, presentar un crecimiento descontrolado no respetando las células normales, invadiendo localmente a los tejidos vecinos o en el peor de los casos, diseminándose a distancia por las vías linfática y/o sanguínea (metástasis).

> El cáncer es por mucho, la segunda causa de muerte en muchos países, en algunos países ya es la primera causa de muerte. Según los datos publicados por la OMS, se estima que en el 2018, se superaba los 18 millones de casos nuevos de cáncer y 9,6 millones fallecían como consecuencia de esta enfermedad (Zetina Toache, 2020).

> El tratamiento del cáncer, tradicionalmente se ha basado en cuatro pilares: cirugía, radioterapia, hormonoterapia y quimioterapia. Con el advenimiento de la biología molecular, se han incorporado a éstos. Los anticuerpos monoclonales y la terapia blanco dirigida a mutaciones moleculares específicas de las células tumorales (Zetina Toache, 2020).

2.4 Generalidades del presupuesto

El presupuesto, es una de las herramientas de control administrativa financiera, tiene como virtud ayudar a la gestión estratégica, a conseguir las metas señaladas para el corto plazo, sin dejar de mirar el largo plazo que es a final de cuenta lo que persigue la estrategia. Ninguna estrategia está exenta de cambios en su concepción original por lo que sucede en el entorno, cuya característica principal es el cambio constante, con presencia de problemas cada vez más complejos y de mayores dificultades para resolverlos.

Lo que demanda la respuesta oportuna y apropiada por parte de la empresa, que tiene que renovarse o innovar constantemente para estar preparada. Ante los cambios tecnológicos, el desarrollo de la comunicación, cultura, costumbre, la presencia de nuevos productos e inversiones, que influyen en los cambios de hábitos y preferencias en los mercados.

> El presupuesto, es expresión cuantitativa porque los objetivos deben ser mensurables y su logro requiere de la asignación de recursos, en el tiempo cubierto por el mismo; es formal porque exige la aceptación de quienes son partes de la organización, tanto directivos como subordinados y finalmente, es el resultado de las estrategias adoptadas. Porque éstas permiten responder al cómo se ejecutarán e integrarán las diversas actividades de la empresa, para alcanzar los objetivos previstos. En esencia, el presupuesto constituye un plan integrado y coordinado, expresado en términos financieros de las operaciones de una empresa, para un período determinado y cuya finalidad es alcanzar los objetivos establecidos por la alta gerencia.(Navarro, 2018)

2.4.1 Definición

Existen muchas definiciones de varios autores, a continuación se presentan algunas de ellas:

a) “El presupuesto es un enfoque sistemático y formalizado para el desempeño de fases importantes de las funciones administrativas de planificación y control” (Batres, 2014).

b) El presupuesto es un plan financiero que detalla con profundidad analítica, las operaciones e inversiones de una entidad, hasta llegar a la mínima expresión de prever

cuantos fondos se asignarán, para el pago de mano de obra, materiales, bienes de capital, entre otros, y también como serán obtenidos dichos fondos.(Del Rio Gonzalez, 2012)

c) Un presupuesto, consiste en un plan detallado conformado tanto por las perspectivas de ingresos, como por las necesidades de adquisición, consumo de recursos materiales y financieros, cuyo objetivo es el cumplimiento de metas definidas previamente, expresado cuantitativamente en valores y términos monetarios y que además, debe cumplirse en un determinado período de tiempo. (Villalobos, 2016)

d) “El presupuesto, es un plan de acción cuantitativo y un auxiliar de la coordinación y el control. Los presupuestos se consideran estados financieros anticipados. Expresiones formales de los planes administrativos (Batres, 2014).

En conclusión, el presupuesto es un plan que se proyecta de forma sistemática, para obtener resultados en un período dado, para la toma de decisiones.

2.4.2 Importancia

La importancia radica en que minimiza el riesgo en las operaciones de la organización, además de:

a) Mantener el plan de operaciones de la empresa en límites razonables.

b) Sirven como mecanismo para la revisión de políticas y estrategias de la empresa y su redefinición en caso de requerirse.

c) Las partidas del presupuesto, sirven como guías durante la ejecución de programas de personal en un determinado tiempo y sirven como norma de comparación una vez se haya completado los planes y programas.

d) Los presupuestos, inducen a los especialistas de asesoría, a pensar en las necesidades totales de las compañías y a dedicarse a planear de modo que puedan asignarse a los varios componentes y alternativas la importancia necesaria.

> El presupuesto, es una herramienta de planificación que de una forma determinada, integra y coordina las áreas, actividades, departamentos y responsables de una organización, y que expresa en términos monetarios los ingresos, gastos y recursos que se generan en un período determinado para cumplir con los objetivos fijados en la estrategia. (Gamarro, 2017, pág. 399)

2.4.3 Objetivos

El presupuesto, es parte fundamental como herramienta de control, para medir y evaluar los resultados operativos y financieros de las empresas. Ayuda a obtener mejores resultados que aquellas que se lanzan sin haber previsto el futuro.

A continuación, se describen algunos objetivos que se persiguen con el empleo del presupuesto:

a) Servir a la administración, como un instrumento importante para la toma de decisiones.

b) Identificar errores y debilidades en cada una de las áreas de la empresa, para mejorar el funcionamiento de la misma en forma global.

c) Conocer los ingresos y egresos de la empresa, durante un período determinado.

d) Planificar las actividades y operaciones para la consecución de sus fines.

e) Proyectar la ejecución de los gastos y origen de los ingresos.

f) Prever sistemáticamente, las condiciones para el futuro en base a experiencias del pasado.

g) Establecer normas para el funcionamiento y estándares de resultados a implementar en la empresa.

h) Elaborar estados financieros proyectados para la toma de decisiones.

i) Establecer las variaciones entre los resultados reales y los presupuestados para tomar acciones correctivas.(Del Rio Gonzalez, 2012)

2.4.4 Características

El presupuesto, es un documento fuente ordenado sistemáticamente, el cual se caracteriza principalmente por contar con los siguientes aspectos:

a) Pronosticabilidad: los presupuestos prevén todas las situaciones futuras posibles para el cumplimiento de los objetivos de la empresa.

b) Cuantificabilidad: los presupuestos se expresan en términos cuantitativos.

c) Flexibilidad: los presupuestos no son rígidos, al contrario, es un plan flexible que se adapta a las circunstancias cambiantes del entorno.

d) Fiabilidad: las cifras representadas en los presupuestos deben de ser reales y objetivas.

e) Participación: para la elaboración del presupuesto se debe involucrar a todas las áreas y niveles de la empresa.

f) Oportunidad: el presupuesto debe elaborarse en el momento idóneo, es decir, debe ser formulado con anticipación, para que sea una herramienta de verdadera utilidad para la administración.

g) Periodicidad: el presupuesto debe elaborarse para un tiempo determinado, es decir, delimitarlo a seis meses, un año, dos años, entre otros. (Gamarro, 2017)

2.4.5 principios de presupuesto

El presupuesto contiene principios que debe observarse en la preparación, implementación y funcionamiento de los presupuestos.

A continuación, se definen los principios básicos de los presupuestos.

a) Previsión: En función de los objetivos de la empresa, deben preverse todas las implicaciones de los planes y cuantificarse.

b) Participación: Deben participar, en el proceso de elaboración del presupuesto, los jefes responsables de su ejecución.

c) Responsabilidad: Debe definirse con precisión, la responsabilidad de los jefes en la ejecución presupuestal que le corresponda.

d) Coordinación: Debe existir un solo plan para cada función y todos los que se ejecuten en la empresa deben de estar coordinados en función del objetivo de la empresa.

e) Período: El período del presupuesto debe definirse.

f) Correlación: Las unidades de medida en el presupuesto de responsabilidad y la contabilidad deben ser las mismas.

g) Realismo: Las cifras del presupuesto, deben representar metas razonablemente obtenibles, ni tan altas que no puedan lograrse y originen frustraciones, ni tan bajas que propicien las complacencias.

h) Aprobación: La aprobación final del presupuesto debe ser específica y comunicarse a todo el organismo.

i) Oportunidad: Se debe preparar el presupuesto con la debida anticipación.

j) Seguimiento: Esta acción conlleva la verificación y supervisión continúa para corregir desviaciones.

k) Flexibilidad: Por el cambio en los supuestos de ocurrencia de factores externos e internos, debe existir facilidad para ajustarlo y adaptarlo.

l) “Sistema de contabilidad adecuado: Para medir oportunamente, se debe implementar un sistema contable eficiente”. (Batres, 2014)

2.4.6 Ventajas de los presupuestos

Los presupuestos proporcionan a las organizaciones, beneficios para quienes emplean el presupuesto, como herramienta de dirección de sus empresas, obtienen mayores resultados que aquellos que se lanzan a la aventura de administrarlas sin haber pronosticado el futuro.

a) Promueven la coordinación y la comunicación dentro de la compañía.
b) Se crea la necesidad de idear medidas para utilizar con eficacia los recursos de la empresa, dado el costo de los mismos.
c) Se dispone de un plan general coordinado.
d) Ayuda al manejo financiero de la empresa.
e) Facilita el control administrativo.
f) Se busca optimizar los resultados mediante el manejo adecuado de los recursos.
g) La dirección de la firma, realiza un estudio temprano de sus riesgos y oportunidades y crea entre sus miembros el hábito de analizarlos y discutirlos cuidadosamente antes de tomar decisiones. (Santiago, 2018)

2.4.7 Clasificación

Los presupuestos pueden clasificarse desde varios puntos de vista, a continuación se describen los principales enfoques de clasificación:

2.4.8 Por el tipo de empresa

a) Públicos: Son utilizados por gobiernos, estados, municipalidades y empresas descentralizadas. Se estima en primer lugar el monto de las necesidades sociales a satisfacer y posteriormente, se planea la forma de generar los ingresos necesarios para cubrirlas.

b) Privados: Pertenecen a la operación de las empresas privadas, primero se estiman los ingresos y luego, se planea su distribución o aplicación. (Batres, 2014)

2.4.9 Por su contenido

a) Principales: Corresponden a la agregación y resumen de los presupuestos auxiliares, presentan los aspectos relevantes de todos los presupuestos de una empresa.

b) Auxiliares: Muestran en forma analítica las operaciones estimadas para cada uno de los departamentos de la organización. (Gamarro, 2017)

2.4.10 Por su forma

a) Flexibles: Consideran diferentes planes opcionales de aplicación ante las posibles variaciones en las situaciones previstas.

b) Fijos: No varían en todo el período, se elaboran con un alto grado de exactitud, por lo que la entidad debe ceñirse inflexiblemente a ellos.(Diaz Cruz, Parra Hernandez, & López Castañeda, 2014)

2.4.11 Por su duración

a) De corto plazo: Abarcan un año o menos.

b) De largo plazo: Contempla más de un año.

c) Planes gubernamentales: Incluyen períodos completos, como cuatrienio y sexenio.

2.4.12 De trabajo

a) Presupuestos parciales: Se elaboran en forma analítica, mostrando las operaciones estimadas por cada departamento.

b) Presupuestos previos: Determinan anticipadamente las operaciones resultantes de una conjunción de entidades.

c) Presupuesto definitivo: Es aquel que finalmente se va a ejercer, coordinar y controlar en el período el cual se refiere.

d) Presupuesto maestro o tipo: Con estos presupuestos se ahorra tiempo, dinero y esfuerzo ya que solo se ajustan los que tengan variación substancial, deben revisarse continuamente. Determinan anticipadamente las operaciones resultantes de una conjunción de entidades.(Montenegro, 2011)

2.4.13 Sistema de información financiero y contable

Un sistema de información presupuestal, permite llevar una gestión de planificación y su control por centros de costos, áreas de responsabilidad, localidad, proceso, actividad, producto, entre otros.

A través de éste sistema, se pueden comparar los montos presupuestados, con los montos reales registrados en las cuentas contables. Así mismo permite llevar un control de los montos comprometidos en el módulo logístico, así como los montos ejecutados por partida en el módulo financiero.(Salgar, 2018)

Se cierra este capítulo, presentado una síntesis de los elementos que conforman la industria farmacéutica, desde su composición, funcionamiento y su participación en el mercado local como internacional. Describiendo los productos farmacéuticos y su importancia para mejorar la salud de los seres humanos. Así como la forma en que estos han evolucionado, para satisfacer las necesidades del ser humano.

También, se detallaron los conceptos financieros más importantes sobre presupuestos y en especial el de ingresos y gastos, como una herramienta de planificación y control financiera, que ayudara a la administración en la toma de decisiones. Con ello se establecieron las bases, para conocer cómo opera el negocio de la Distribuidora. Así como los distintos ingresos por ventas al contado y crédito acordados con los clientes y otros ingresos eventuales que afectan los flujos de efectivo. Con el objetivo de cumplir de manera eficiente con las obligaciones de la empresa a corto, mediano y largo plazo haciendo una eficiente administración de los recursos financieros.

3. METODOLOGÍA

El método utilizado, para el desarrollo del presente trabajo de graduación, que se denomina diseño e implementación de un presupuesto de ingresos y gastos. Fue un método histórico con la utilización de diversas herramientas financieras como por ejemplo:

- Gestión presupuestaria
- Análisis de Estados financieros

Para el estudio de la empresa Distribuidora de productos oncológicos, se recopilaron datos de activos y pasivos corrientes y no corrientes detallados en el Estado de Situación Financiera. Los ingresos, gastos, compras y ventas, estos datos forman parte del Estado de resultados integral. De los cuales se obtuvieron datos como precios de compra, precios de venta, total de ventas anuales y estados de resultados finales de cada año analizado.

Con los datos obtenidos de los estados financieros de dos años (2018-2019) se procedió el método de Análisis histórico y proyectar los presupuestos correspondientes como:

- Presupuesto de ventas
- Presupuesto de Ingresos
- Presupuesto de compras
- Presupuesto de egresos
- Flujo de efectivo proyectado
- Estados financieros proyectados

Se realizó la determinación de la gestión presupuestaria, con el objetivo de obtener el panorama operativo de la Distribuidora, simultáneamente con los resultados obtenidos, se describieron las características del negocio y la manera en cómo esta ópera dentro del mercado, donde se detectaron las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que enfrenta a nivel interno y externo.

Lo cual permitió, obtener un diagnóstico preciso para proponer estrategias y mejoras para que la toma de decisiones, objetivos y políticas sean cumplidos, buscando nuevas oportunidades.

Para finalizar con la emisión de conclusiones y recomendaciones con base a los resultados obtenidos.

3.1 Definición del problema

Las distribuidoras de productos oncológicos, tienen que disponer de las herramientas financieras más eficientes, que le permitan conocer con anticipación los flujos de fondos adecuados para su operación. Es necesario que se diseñe e implemente un presupuesto de ingresos y gastos que le proporcione la información clara, concisa y relevante con el objetivo de tomar las decisiones acertadas respecto a su funcionamiento.

3.2 Especificación del problema

Se formuló la siguiente interrogante para dar respuesta ¿Cuál es el diseño de un presupuesto de ingresos y gastos que necesita la Distribuidora de Productos Oncológicos?

3.2.1 Subtemas

1. ¿Cómo puede influir un presupuesto en la información de las operaciones de la empresa para la toma de decisiones?
2. ¿Cuán factible es el aumento de la rentabilidad al utilizar un presupuesto de ingresos y gastos?
3. ¿Cuál es el mejor diseño de presupuestos funcional para una empresa distribuidora de productos oncológicos?

Se conoce la situación financiera de la Distribuidora y se analizan los estados financieros, así como el histórico de las ventas, compras, ingresos, costos y gastos. Para gestionar los presupuestos por área y así proyectar los estados financieros y el estado de flujo de efectivo.

3.3 Objetivos

Los resultados que se obtendrá, al realizar el presupuesto de ingresos y egresos, en la empresa distribuidora de productos oncológicos. Ayudaran a la administración a tener una gestión administrativa financiera bien definida, con alto nivel de beneficios rentables.

3.3.1 Objetivo General

El objetivo general de la presente investigación consiste en: Diseñar e implementar un presupuesto de ingresos y egresos, que permitan controlar la incidencia de la planificación presupuestaria, en la información financiera de la empresa distribuidora de productos oncológicos, con la finalidad de mejorar el manejo de los recursos financieros.

3.3.2 Objetivos Específicos

1. Evaluar la planificación presupuestaria, con la finalidad de promover el desarrollo administrativo financiero de la empresa distribuidora de productos oncológicos.

2. Comparar la información financiera con el presupuesto proyectado, con la finalidad de contribuir a una adecuada toma de decisiones.

3. Proponer la implementación y elaboración de presupuestos de ingresos y egresos y de esta manera contribuir al control de la gestión administrativa con la finalidad de optimizar los recursos para la reinversión en nuevos proyectos.

3.3.4 Punto de Vista

Administrativo-Financiero

3.3.5 Unidad de Análisis

Una Empresa distribuidora de productos oncológicos

3.3.6 Período Histórico

La gestión presupuestaria se analizó con base a los años 2018, 2019 y 2020.

3.3.7 Ámbito Geográfico

La investigación se llevó a cabo en el Departamento de Guatemala.

3.3.8 Universo

Se define al universo como la totalidad de individuos o elementos en los cuales puede presentarse determinada característica susceptible a ser estudiada.

El universo evaluado es una empresa Distribuidora productos oncológicos que se localiza en el departamento de Guatemala.

3.3.9 Tamaño de la muestra

Permite al investigador saber cuántos individuos son necesarios estudiar, para poder estimar un parámetro determinado con el grado de confianza deseado, o el número necesario para poder detectar una determinada diferencia entre los grupos de estudio.

Para el cálculo del tamaño de la muestra se utilizaron los componentes esenciales de cada una de las herramientas financieras.

3.4 Métodos, técnicas e instrumentos

El método, es un proceso de pasos a seguir para alcanzar una meta y la técnica es el conjunto de procedimientos que se utiliza para llegar a un fin, esta se repite conforme el investigador lo considere en el desarrollo del trabajo.

Al realizar el proceso de investigación, se incurrió en la utilización de diversos métodos, técnicas e instrumentos que apoyó el desarrollo, procesos, estructura y ejecución de resultados.

3.4.1 Método Científico

El método, es la sucesión de pasos que se darán para descubrir nuevos conocimientos, o comprobar hipótesis que implican conductas de fenómenos desconocidos hasta el momento. Es decir, el método científico es el conjunto de procedimientos en los cuales se plantean problemas científicos, se ponen a prueba los instrumentos de trabajo investigado.

Existen diferentes tipos del método científico, se pueden mencionar al experimental, inductivo, deductivo, analítico y sistemático, histórico y dialéctico.

Los métodos que se aplicaron en la investigación es el enfoque cualitativo, utilizando la observación y el método inductivo.

3.4.2 Técnicas

Las técnicas de investigación es la recopilación de datos utilizados para verificar los métodos empleados del investigador, para llegar a la verdad del suceso estudiado, y poder obtener las pruebas necesarias. El desarrollo de las técnicas en el trabajo son las de investigación documental y de campo.

3.4.3 Técnicas de Investigación Documental

Las técnicas que fueron utilizadas son las siguientes:

a) Fichas de información bibliográfica (incluye libros, leyes, ensayos, folletos de información de productos, diccionarios, tesis y normas) principalmente de fuentes de consulta para la presente investigación.
b) Fichas de información electrónica, derivado del libre acceso al Internet, se puede obtener examinar cualquier tipo de material, teniendo el cuidado que las fuentes sean fidedignas y de buena reputación.

3.4.4 Técnicas de Investigación de Campo

- Encuesta,

- Entrevista
- Solicitud de Información Financiera (Estado de Situación Financiera y Estado de Resultados Integrales del periodo 2019)

3.4.5 Instrumento

- Cuestionario
- Información Financiera (Estado de Situación Financiera y Estado de Resultados Integrales del periodo 2019).

3.4.6 Análisis de datos

- Tabulación de datos
- Revisión documentaria

3.4.7 Procedimientos

El procedimiento realizado fue la solicitud de la información financiera contable de la empresa con respecto de los periodos y la realización de la encuesta colaboradores de la organización.

Con la información obtenida se determinó la gestión presupuestaria, específicamente la de ingresos y gastos para poder realizar el flujo de efectivo proyectado, asimismo el Estado de resultados y Estado de Situación General proyectados.

Luego de la interpretación de los resultados obtenidos por la aplicación de razones financieras se procedió a realizar un informe con las conclusiones derivadas del análisis de datos y las encuestas realizadas. Posteriormente se realizó un análisis donde se detectaron las áreas de oportunidad que tiene la empresa con el objetivo de realizar la implementación de políticas y estrategias financieras, para cumplir con los objetivos financieros.

4. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

En este capítulo, se presenta la aplicación de la investigación y análisis realizado en la empresa Distribuidora de Productos Oncológicos, a través del análisis de la gestión presupuestaria y los estados financieros proyectados con base a la información de los años 2018 y 2019.

Los estados financieros son 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-, determina los lineamientos contables para la estructuración de los estados financieros generales, para todas las empresas comerciales, industriales, entre otras, que son base para la distribuidora, así mismo la guía de los manuales y políticas de control interno que se tiene realizados actualmente.

4.1 Situación actual de la Comercializadora

La empresa Distribuidora de productos Oncológicos, es una compañía organizada de acuerdo a las leyes de la República de Guatemala, que inicio actividades a partir del año 1999. Tiene como su principal actividad la comercialización y distribución de productos farmacéuticos a diversos pacientes, aseguradoras y sus asegurados médicos, doctores y hospitales de la ciudad de Guatemala. Tiene como prioridad los que requieren del uso tratamientos oncológicos, hospitalarios y de especialidad para enfermedades específicas o crónicas.

La Distribuidora actualmente no cuenta con una gestión presupuestaria, lo que provoca que no se tenga un adecuado control sobre la información financiera y repercute en la toma de decisiones en tiempo oportuno. Ya que el presupuesto supone la base para tomar la decisión que permite que las realizaciones efectivas se ajusten lo más posible a sus objetivos establecidos.

La Distribuidora no cuenta con departamento financiero, para realizar la gestión presupuestaria, actualmente operan sin una base para realizar sus objetivos.

Para llegar al punto mencionado anteriormente es necesario conocer la situación actual que se tienen en los resultados de los dos años a estudiar, conformado por la información financiera detallada a continuación.

4.1.1 Análisis de la información Financiera

Se analiza la situación financiera de la Comercializadora, se puede mencionar el comportamiento de los rubros de activos, que reflejan los valores que se poseen. Al observar los rubros relevantes que son: el efectivo, cuentas por cobrar, inventarios, los pasivos y deudas contraídas; asimismo análisis de las ventas, compras, gastos e ingresos. Para así realizar el presupuesto proyectado de flujo de caja y este sea de utilidad a la administración para tomar decisiones adecuadas en tiempo oportuno.

4.1.2 Análisis del Estado de Resultados

Es uno de los principales estados financieros, que aporta información importante que permite identificar, el nivel de eficiencia que tiene la Comercializadora al poner en perspectiva los ingresos contra los costos y gastos y conocer la utilidad neta contable con que cuenta la compañía.

Para realizar el análisis del Estado de Resultados se presentarán de los años 2018 y 2019 para una mejor comprensión de la situación de la Comercializadora.

A continuación se presenta el Estado de Resultados al 31 de diciembre del año 2018 de la Comercializadora de productos farmacéuticos de productos oncológicos.

Tabla 1

Estado de Resultados al 31 de diciembre 2018

(Cifras expresadas en quetzales)

Ventas			**69,937,945.84**	100.00%
Ventas Netas		69,937,945.84		
Costo de Ventas			**48,956,562.08**	70.00%
Margen Bruto			**20,981,383.75**	
Gastos de Operación			**11,190,071.33**	16.00%
Gastos de Administración			9,791,312.42	14.00%
Gastos de Venta			1,398,758.92	2.00%
Utilidad en operación			**9,791,312.42**	
Otros Gastos y Productos Financieros			**468,468.33**	0.67%
Otros Gastos		-321,913.32		-0.46%
Gastos No Deducibles	-3,550.00			
Multas y Recargos	-8,965.00			
Gastos Bancarios	-16,542.00			
Intereses Gasto	-292,856.32			
Otros Ingresos		790,381.65		1.13%
Intereses Ganados	730,651.23			
Diferencial Cambiario Producto	3,965.11			
Otros Ingresos	55,765.31			
Utilidad antes de Impuesto			**10,259,780.75**	14.67%
Impuesto sobre la Renta 25%			2,564,945.19	3.67%
Utilidad después de Impuesto			**7,694,835.56**	11.00%

Fuente: información proporcionada por la Distribuidora

En el Estado de Resultados al 31 de diciembre del año 2018, se observa una total de ventas por Q. 69, 937,945.84, con un costo de ventas que representa un 70% respecto a ventas, los gastos administrativos y de ventas por un monto de Q.11, 190,071.33 que representan el 16% conforme a ventas, la utilidad neta por Q. 7, 694,835.56 representa el 11% sobre las ventas netas.

A continuación se presenta el Estado de Resultados al 31 de diciembre del año 2019 de la Comercializadora de productos farmacéuticos de productos oncológicos.

Tabla 2

Estado de Resultados al 31 de diciembre 2019

(Cifras expresadas en quetzales)

Ventas			**68,022,016.84**	100.00%
Ventas Netas		68,022,016.84		
Costo de Ventas			**48,615,513.97**	71.47%
Margen Bruto			**19,406,502.87**	
Gastos de Operación			**10,545,693.32**	15.50%
Gastos de Administración			8,904,496.87	13.09%
Gastos de Venta			1,641,196.45	2.41%
Utilidad en operación			**8,860,809.55**	
Otros Gastos y Productos Financieros			**501,474.38**	0.74%
Otros Gastos		-313,977.88		-0.46%
Gastos No Deducibles	-3,318.59			
Multas y Recargos	-7,083.15			
Gastos Bancarios	-14,826.38			
Intereses Gasto	-288,749.76			
Otros Ingresos		815,452.26		1.20%
Intereses Ganados	750,274.42			
Diferencial Cambiario Producto	4,443.11			
Otros Ingresos	60,734.73			
Utilidad antes de Impuesto			**9,362,283.93**	13.76%
Impuesto sobre la Renta 25%			2,340,570.98	3.44%
Utilidad después de Impuesto			**7,021,712.94**	10.32%

Fuente: información proporcionada por la Distribuidora

En el Estado de Resultados al 31 de diciembre del año 2019,se observa una reducción de ventas de Q. 1,915,929.00 respecto al año 2018, por ende se redujo el costo de ventas y en proporción los gastos administrativos y de ventas. Al 31 de diciembre de 2019 el costo de ventas por un monto de Q. 48, 615,513.97 representa el 71% respecto a las ventas, los gastos administrativos por un monto de Q. 8, 904,496.87 representa el 13% respecto a las ventas, los gastos de ventas por un monto de Q. 1, 641,196.45 representa el 2% respecto a las ventas, la utilidad neta por Q. 7, 021,712.94 representa el 10.32% sobre las ventas netas.

4.1.3 Análisis de efectivo y saldos en bancos

La administración de efectivo es de gran importancia en las empresas, para mantener un nivel de liquidez adecuado y cumplir con sus obligaciones de pago. Las partidas de efectivo se componen de efectivo y saldos en bancos.

Los saldos al 31 de diciembre de 2019 se detallan a continuación.

Tabla 3

Efectivo y saldo en bancos al 31 de diciembre de 2019

(Cifras expresadas en Quetzales)

Efectivo en Caja		
Caja chica Administrativa		35,000.00
Sub-Total		**35,000.00**
Efectivo en Bancos Moneda Local	**Tipo de Cuentas**	
Inversión en Certificados – Interbanco	Certificados de Depósito	5,000,000.00
Banrural	Monetaria	920,224.81
Interbanco	Monetaria	4,205,546.97
Banco G & T Continental	Monetaria	738,208.35
Banco Industrial	Monetaria	1,062,800.32
Bac	Monetaria	512,988.91
Sub-Total		**12,439,769.36**
Efectivo en Bancos Moneda Local		
Interbanco USD		60,157.35
Diferencial		405,277.06
Sub-Total		**465,434.41**
Total		**12,940,203.77**

Fuente: elaboración propia, con base a la información proporcionada por la Distribuidora.

En el cuadro anterior se puede observar el detalle que conforma el efectivo de la Distribuidora al 31 de diciembre del año 2019, el cual indica que el total de efectivo asciende a Q. 12,940,203.77, que se desglosa en efectivo, inversiones, cuentas monetarias y cuentas en dólares.

4.1.4 Análisis de cuentas por cobrar

Los saldos de cuentas por cobrar al 31 de diciembre del año 2019, se detalla de la siguiente manera.

Tabla 4

Análisis de cuentas por cobrar al 31 de diciembre 2019

(Cifras expresadas en quetzales)

Cuenta por Cobrar		11,217,419.24
(-) Estimación para Cuentas Incobrables	-	336,522.58
Total		**10,880,896.66**

Fuente: elaboración propia, con base a información proporcionada por la Distribuidora.

En la tabla anterior se muestra la situación actual de las cuentas por cobrar por un monto de Q. 10,880,896.66 de la Distribuidora al 31 de diciembre de 2019, de la cual se desglosa la estimación para cuentas incobrables por Q. 336,522.58, que representa el 3% sobre el total de las cuentas por cobrar.

4.1.5 Propiedad Planta y Equipo

El detalle de la Propiedad Planta y Equipo y su depreciación Acumulada al 31 de diciembre 2019, se muestra a continuación.

Tabla 5

Propiedad, Planta y Equipo al 31 de diciembre 2019

(Cifras expresadas en quetzales)

Equipo de Cómputo	9,641.96
Vehículos	4,578,712.69
Inmuebles	2,180,000.00
Mobiliario y Equipo	7,736.18
Sub-Total	6,776,090.83
(-) Depreciación Acumulada	2,341,655.91
Valor en libros	**4,434,434.92**

Fuente: elaboración propia, con base a información proporcionada por la Distribuidora.

En el cuadro anterior se presenta la Propiedad Planta y Equipo el cual asciende a un total de Q. 6, 776,090.83 con una depreciación acumulada por Q. 2, 341,665.91, para un saldo de Q. 4, 434,434.92.

4.1.6 Proveedores

La integración de proveedores al 31 de diciembre de 2019 se detalla a continuación.

Tabla 6

Análisis de Proveedores al 31 de diciembre 2019

(Cifras expresadas en quetzales)

De 0 a 30 días de Antigüedad	2,042,696.59
De 31 a 60 días de Antigüedad	1,386,425.87
De 61 a 90 días de Antigüedad	77,802.39
Total	**3,506,924.85**

Fuente: elaboración propia, con base a información proporcionada por la Distribuidora.

En el cuadro anterior se presenta el detalle de las cuentas por pagar (proveedores) con el desglose de los días de crédito que tiene la Comercializadora con los antes

mencionados, este rubro tiene un monto de Q. 3,506,924.85, de 0 a 30 días de antigüedad por un monto de Q. 2,042,696.59 representa el 58% del total de proveedores, de 31 a 60 días por un monto de Q. 1,386,425.87 representa el 40% y de 61 a 90 días por un monto de Q. 77,802.39 representa el 2.25%, la comercializadora no presenta proveedores a más de 90 días.

4.1.7 Capital social

El capital autorizado de la Distribuidora de productos farmacéuticos, se presenta en suscrito y pagado al 31 de diciembre de 2019, por un importe de Q.1, 000,000.00, en el cual se observa que no existen cuentas por pagar a más de 90 días.

4.1.8 Reserva legal

Conforme el artículo 36 del Decreto 2-70 del Congreso de La República (Código de Comercio de la República de Guatemala), todas las sociedades Mercantiles deben separar anualmente el 5% de sus utilidades netas para formar la reserva legal, la cual no puede ser distribuida como dividendos sino hasta la total liquidación de la sociedad. Sin embargo esta reserva puede capitalizarse al momento que sea igual o mayor al 15 %del capital pagado al cierre del ejercicio inmediato anterior, sin perjuicio de continuar en reservar el 5% mencionado. Al 31 de diciembre de 2019 la Compañía tenía una reserva de Q.984, 528.08 que representa el 98% del capital pagado.

4.1.9 Ingresos

La integración de los ingresos de la compañía obtenidos durante el año 2019, se detallan a continuación.

Tabla 7

Análisis de Ingresos al 31 de diciembre 2019

(Cifras expresadas en quetzales)

Venta de Medicamentos	68,022,016.84
Total	**68,022,016.84**

Fuente: elaboración propia, con base a información proporcionada por la Distribuidora.

En la tabla anterior se presentan los ingresos por ventas de medicamentos oncológicos al 31 de diciembre del año 2019 por un monto que asciende a Q. 68, 022,016.84.

4.1.10 Gastos sobre Ventas

Los gastos relacionados con las ventas en que la Compañía incurrió durante el año 2019, se detallan a continuación.

Tabla 8

Análisis de gastos sobre ventas al 31 de diciembre 2019

(Cifras expresadas en quetzales)

Rep. Y Mante. Vehículos	11,436.42
Publicidad y Propaganda	1,046,908.04
Comisión Visa net	55,344.54
Comisión Credomatic	72,119.76
ISO Gasto	455,387.69
Total	**1,641,196.45**

Fuente: elaboración propia, con base a información proporcionada por la Distribuidora.

En la tabla anterior se presenta el desglose de los gastos sobre ventas al 31 de diciembre del 2019, el cual asciende a Q.1, 641,196.45, el gasto mayor lo representa la publicidad y propaganda por un monto de Q. 1,046,908.04 que representa el 64% del total de los gastos.

4.1.11 Gastos de administración

Los gastos relacionados con la Administración incurridos por la Compañía durante el año 2019 se detallan a continuación:

Tabla 9

Análisis de Gastos de administración al 31 de diciembre 2019

(Cifras expresadas en quetzales)

Salarios y Bonificaciones	933,990.06
Vacaciones	27,194.03
Aguinaldos	82,242.47
Bono 14	108,586.27
Indemnizaciones	62,297.16
Cuotas Patronales IGSS	112,524.28
Otros gastos	444,316.66
Depreciaciones	1,088,086.94
Honorarios profesionales	122,830.70
Rep. Y Mante. Vehículos	32,003.81
Combustible y lubricantes	56,297.99
Otros servicios	2,202,940.16
Cuentas incobrables	294,335.12
Seguros	229,737.55
Consumo De Alimentos	94,235.75
Donaciones	15,750.00
Derechos arancelarios	19,005.31
Gastos de Importación y Aduana	26,177.85
Servicios técnicos	1,617,388.05
Alquileres	838,246.38
Gastos de Informática	66,645.38
Inventario vencido dado de baja	429,604.20
Total	**8,904,436.12**

Fuente: elaboración propia, con base a información proporcionada por la Distribuidora.

En el cuadro anterior se presenta el desglose los gastos de administración por un monto que asciende a Q.8,904,436.12, el gasto más alto lo representan otros servicios por un monto de Q.2,202,940.16 que representa un 25%, seguido de los servicios técnicos por un monto de Q.1,617,388.05 que representa un 18.16% del total de los gastos.

4.1.12 Otros Gastos e Ingresos Financieros

A continuación se presenta el detalle de los gastos e ingresos financieros de la Distribuidora al 31 de diciembre de 2019.

Tabla 10

Análisis de Gastos e Ingresos Financieros al 31 de diciembre de 2019

(Cifras expresadas en quetzales)

Intereses por pagaré	-	288,749.76
Intereses por reconocimiento de deuda	-	25,228.12
Otros Ingresos		60,734.73
Intereses bancarios ganados		750,274.42
Venta de Activos Fijos		326,173.46
Diferencial Cambiario		4,443.11
Total		**501,474.38**

Fuente: elaboración propia, con base a información proporcionada por la Distribuidora.

Los gastos financieros de la Distribuidora, pertenecen a un pagaré y un reconocimiento de deuda y los ingresos financieros conciernen a una inversión en Interbanco, a intereses bancarios y a ingresos varios. El resultado de la resta de ingresos menos gastos da el total de Q. 501,474.38.

4.1.13 Impuesto sobre la Renta

La Distribuidora calcula y registra el Impuesto Sobre la Renta corriente, con base en la renta imponible determinada de conformidad, con las regulaciones tributarias vigentes y establecidas por la Superintendencia de Administración Tributaria –SAT- a la fecha de los Estados Financieros.

4.2 Herramientas, modelos y estrategias para el análisis de la Comercializadora

La estrategia de análisis consistió, en el diseño e implementación de la gestión presupuestaria, para lo cual se utilizaron herramientas financieras aplicadas a estados financieros. Y así observar la participación, importancia y variaciones que permiten medir la efectividad de la administración para generar la rentabilidad.

Para el efecto se diseñan estrategias, para mejorar la eficiencia de la administración en el presupuesto de ingresos y gastos; con estas estrategias se cumple con el objetivo general, que pretende estudiar la incidencia de la planificación presupuestaria en la

información financiera de la empresa distribuidora de productos oncológicos, con la finalidad de mejorar el manejo de los recursos financieros.

4.2.1 Análisis de datos cualitativos

La recolección de datos cualitativos se obtuvo a través de entrevistas realizadas al Contador General, Gerente de Ventas, Jefe de Compras, Jefe de Marketing con preguntas estratégicas para determinar el nivel de conocimiento de las fortalezas, debilidades de su área. Los productos principales adquiridos en el mercado farmacéutico, el conocimiento de la rentabilidad, la aplicación de las políticas y procedimientos administrativos, así como confirmar la existencia o no de un modelo de rentabilidad financiera en la Comercializadora.

En dicha entrevista, se confirmó que en ambos departamentos tiene un nivel bajo en conocimiento de los principales productos, las políticas y procedimientos administrativos. Y que no poseen un plan de presupuesto anual, con el cual basarse para realizar las operaciones y tomar las decisiones correspondientes en el tiempo oportuno.

4.2.2 Análisis de la estructura de los estados financieros

Los datos para la elaboración de estados de resultados y balance general del año 2019, fueron extraídos del sistema de contabilidad obtenida del contador general de la empresa, toda esta información recopilada fue vaciada en Excel donde se clasificaron y tabularon todos los rubros y organizaron para poder manejar la información de forma más sencilla.

Se realizó la técnica de análisis vertical, para observar las áreas más importantes, y confirmar las debilidades encontradas cualitativamente, para observar cuáles serán los efectos de la implementación de las estrategias, en los activos, pasivos e ingresos como el aumento de las ventas donde se estudió los productos vendidos y los no rentables.

4.2.3 Presupuesto de compra

El presupuesto de las compras ayudará, a la Comercializadora a planificar las cantidades de inventario para cubrir de manera correcta las ventas presupuestadas en un tiempo determinado.

De acuerdo con (Burbuno, 2015) afirma que: de acuerdo con lo expuesto en los presupuestos precedentes (consumos e inventarios), es claro que los pronósticos de compras tienen el soporte de las cantidades requeridas de cada insumo y de las políticas gerenciales trazadas en torno a los inventarios, y deben proporcionar criterios sobre los volúmenes de insumos que habrán de adquirirse, el momento oportuno para ejecutar la acción de compra y el valor de los bienes por adquirir.

4.2.4 Presupuesto de ventas

El presupuesto de ventas indicará la cantidad aproximada de las ventas programadas a realizarse en un determinado tiempo, con un adecuado presupuesto de ventas la empresa lograra generar beneficios económicos y cumple con los objetivos planteados.

Para (Díaz & Parra, 2014) afirman que: el presupuesto de ventas es el punto de partida del proceso presupuestal. Una vez definidos los niveles de ventas, la empresa tiene que empezar a planear la producción necesaria para alcanzar a cubrir la demanda proyectada y, además, los niveles de inventarios apropiados. Adicionalmente, de este presupuesto se desprende toda la operación de la organización, los gastos operacionales de administración y ventas, las necesidades de financiación o de inversión, según el caso, los flujos de tesorería, las inversiones en activos fijos, entre otros.

Para la elaboración del presupuesto de las ventas, se realizará con base al método promedio, el cual consiste en tomar las diferencias resultantes de comparar las ventas de los últimos años, es decir, la variación de un año a otro; estas diferencias se suman y se promedian según el número de años comparados. Este promedio resultante es sumado a las ventas del último año comparado (año anterior al que se le desea calcular).

4.2.5 Presupuesto de Ingresos

De acuerdo con (Rincón Soto C. A., 2015) dice que: el presupuesto de ingreso y salida de efectivo hace parte en algunas ocasiones del presupuesto financiero, según su nivel de liquidez. Pero para algunas organizaciones s muy importante conocer y proyectar la manera como se moverán sus recursos financieros, de tal manera que puedan proyectar los pagos y los préstamos que deben realizar.

El presupuesto de ingresos indicará los recursos proyectados que la Comercializadora espera obtener en un determinado tiempo para solventar a sus gastos.

4.2.6 Presupuesto de gastos de operación

Dentro de este presupuesto se detallaran los gastos operacionales y no operacionales que tiene la empresa, es decir los egresos que debe pagar por la fabricación o distribución de un producto.

Según (Díaz & Parra, 2014) menciona que: Los gastos son aquellos desembolsos necesarios para el normal funcionamiento de la entidad. Se dividen en gastos operacionales y no operacionales, los primeros son aquellos que tienen relación directa con el desarrollo del objeto social y se dividen en:

Gastos de administración: se consideran fijos, es decir, su valor no varía con el nivel de venta.

Gastos de ventas: aquellos que tienen relación con todos los costos de las ventas, la distribución y la entrega, y varían dependiendo del nivel de ventas.

4.2.7 Estado de flujo de efectivo proyectado

Es un estado con valores proyectados del dinero disponible de la Comercializadora en el cual se detalla las entradas y salidas de dinero en un determinado tiempo.

De acuerdo con (Rivadeneira, 2016) afirma que: el estado de flujos de efectivo proforma especifica el importe de efectivo neto que será provisto o usado por la empresa durante

el próximo ejercicio por sus actividades de operación, inversión y financiamiento. El estado indica el efecto neto de esos movimientos sobre el efectivo y las otras partidas equivalentes al efectivo de la empresa. Se incluye en el estado una conciliación de los saldos inicial y final del efectivo y sus equivalentes.

4.3 Resultados del análisis de la información de la Distribuidora

Se presentan los resultados del estudio de la información de ventas, compras, ingresos y gastos de la Distribuidora de productos farmacéuticos oncológicos de los años 2018 y 2019 para realizar el presupuesto de ingresos y gastos del año 2020 y 2021.

Se evaluó de manera cualitativa, se aplicaron entrevistas y encuestas realizadas al contador general de la distribuidora, para conocer sus procesos, forma de operación, estrategias y políticas, lo cual permitió el análisis de los resultados de manera cualitativa y cuantitativa presentado en datos numéricos y financieros los cuales se podrán observar.

4.3.1 Presupuesto de ventas

Este presupuesto se rige como la principal herramienta para la administración, gestión y control del departamento comercial. Es un documento que ofrece estimaciones de los niveles de ventas y ayuda a conocer la rentabilidad de la Distribuidora. Hace las veces de cronograma para contemplar las estimaciones financieras y calcular el potencial de ventas del negocio.

Usa el pronóstico de ventas de forma lógica que contrasta la información histórica con la situación del sector y de la economía en general.

Para realizar el presupuesto de ventas proyectado para el año 2020, se presentan las ventas del año 2018 y 2019 ya que es mejor hacer una comparación entre los resultados de dos años anteriores.

A continuación se presentan las ventas realizadas del año 2018 y 2019 de la Distribuidora objeto de estudio.

Tabla 11

Ventas realizadas Año 2018

(Cifras expresadas en quetzales)

No.	PRODUCTO	VOLUMEN	PRECIO DE VENTA	TOTAL
1	POMALYST 4 MG X 21 CÁPSULAS DURAS	41	91,000.00	3,731,000.00
2	REVLIMID 25 MG X 21 CAPSULAS	49	90,000.00	4,410,000.00
3	REVLIMID 10 MG X 21 CAPSULAS	57	88,000.00	5,016,000.00
4	TECENTRIQ IV 1200 MG X 1 VIAL DE 20 ML	118	85,000.00	10,030,000.00
5	XTANDI 40 MG X 120 CAPSULAS	110	49,250.00	5,417,500.00
6	HERCEPTIN 440 MG X 1 VIAL	134	25,386.67	3,401,813.78
7	ADCETRIS 50 MG X 1 VIAL	145	23,100.00	3,349,500.00
8	USENTA 125 MG X 60 COMPRIMIDOS	139	22,943.33	3,189,123.33
9	TYSABRI 300 MG / 15 ML X 1 VIAL	150	22,500.00	3,375,000.00
10	MABTHERA 500 MG X 1 VIAL	373	19,318.06	7,205,634.72
11	DRALITEM 250 MG X 5 CAPSULAS	153	15,750.00	2,409,750.00
12	KEYTRUDA 100 MG X 1 VIAL	110	15,500.00	1,705,000.00
13	FASLODEX 250 MG X 2	269	11,375.00	3,059,875.00
14	PROLIA 60 MG X 1 JERINGA PRE LLENADA	220	11,150.00	2,453,000.00
15	ELIGARD 45 MG X 1 VIAL	204	10,560.00	2,154,240.00
16	EYLIA 4 MG X 1 VIAL	194	10,205.00	1,979,770.00
17	NEULASTIM 6 MG X 1 JERINGA PRE LLENADA	251	10,064.00	2,526,064.00
18	ACTEMRA 162 MG/0.9 ML X 4	157	10,000.00	1,570,000.00
19	ZOLADEX 10.8 MG X 1 VIAL	146	8,500.00	1,241,000.00
20	AVASTIN 400 MG X 1 VIAL	219	7,825.00	1,713,675.00
				69,937,945.84

Fuente: elaboración propia, con base a la información proporcionada de la Distribuidora.

En el cuadro anterior se presentan las ventas que se realizaron en el año 2018 por un monto de Q. 69, 937,945.84.

A continuación se presenta las ventas realizadas en el año 2019 por producto de la Distribuidora objeto de estudio.

Tabla 12

Ventas realizadas Año 2019

(Cifras expresadas en quetzales)

No.	PRODUCTO	VOLUMEN	PRECIO DE VENTA	TOTAL
1	POMALYST 4 MG X 21 CÁPSULAS DURAS	42	91,000.00	3,822,000.00
2	REVLIMID 25 MG X 21 CAPSULAS	48	90,000.00	4,320,000.00
3	REVLIMID 10 MG X 21 CAPSULAS	48	88,000.00	4,224,000.00
4	TECENTRIQ IV 1200 MG X 1 VIAL DE 20 ML	113	85,000.00	9,605,000.00
5	XTANDI 40 MG X 120 CAPSULAS	102	49,250.00	5,023,500.00
6	HERCEPTIN 440 MG X 1 VIAL	134	25,386.67	3,401,813.78
7	ADCETRIS 50 MG X 1 VIAL	154	23,100.00	3,557,400.00
8	USENTA 125 MG X 60 COMPRIMIDOS	129	22,943.33	2,959,690.00
9	TYSABRI 300 MG / 15 ML X 1 VIAL	139	22,500.00	3,127,500.00
10	MABTHERA 500 MG X 1 VIAL	379	19,318.06	7,321,543.06
11	DRALITEM 250 MG X 5 CAPSULAS	139	15,750.00	2,189,250.00
12	KEYTRUDA 100 MG X 1 VIAL	115	15,500.00	1,782,500.00
13	FASLODEX 250 MG X 2	277	11,375.00	3,150,875.00
14	PROLIA 60 MG X 1 JERINGA PRE LLENADA	215	11,150.00	2,397,250.00
15	ELIGARD 45 MG X 1 VIAL	221	10,560.00	2,333,760.00
16	EYLIA 4 MG X 1 VIAL	192	10,205.00	1,959,360.00
17	NEULASTIM 6 MG X 1 JERINGA PRE LLENADA	250	10,064.00	2,516,000.00
18	ACTEMRA 162 MG/0.9 ML X 4	160	10,000.00	1,600,000.00
19	ZOLADEX 10.8 MG X 1 VIAL	127	8,500.00	1,079,500.00
20	AVASTIN 400 MG X 1 VIAL	211	7,825.00	1,651,075.00
				68,022,016.84

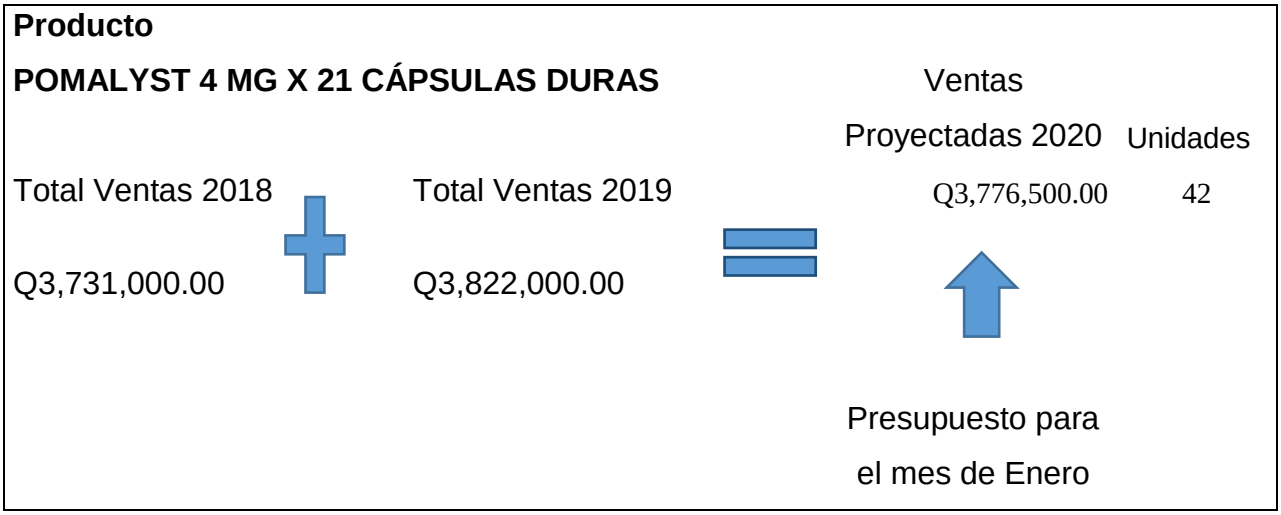
Fuente: elaboración propia con base a la información proporcionada por la Distribuidora.

Para la proyección del año 2020 se utilizó el método del promedio el cual se suma los resultados de las ventas por producto de los dos años anteriores es decir de enero a diciembre del año 2018 y de enero a diciembre del año 2019 para luego dividirlos para los 2 años que corresponden a los ya mencionado más los nuevos valores proyectados para los meses siguientes.

A continuación se presenta como se calcula el promedio en unidades y quetzales, que sirve como base para proyectar las ventas del año 2020.

Figura 1

Cálculo promedio por producto ventas el año 2020.



Fuente: tomada de la información proporcionada por la Distribuidora.

En la figura anterior se puede observar el cálculo que se realizó por unidades y producto para así poder proyectar las ventas para el año 2020.

En un departamento comercial, es imprescindible saber elaborar un presupuesto de ventas, para la gestión adecuada de las acciones anuales de una empresa. La información que proporciona es muy interesante porque nos ayuda a establecer objetivos empresariales.

A continuación se presenta la proyección de ventas para el año 2020 por producto, en unidades y quetzales.

Tabla 13

Proyección de ventas Año 2020

(Cifras expresadas en Quetzales)

		Unidades		Proyección		
No.	**PRODUCTO**	**2018**	**2019**	**2020**	**PRECIO DE VENTA**	**TOTAL**
1	POMALYST 4 MG X 21 CÁPSULAS DURAS	41	42	42	91,000.00	3,822,000.00
2	REVLIMID 25 MG X 21 CAPSULAS	49	48	49	90,000.00	4,410,000.00
3	REVLIMID 10 MG X 21 CAPSULAS	57	48	53	88,000.00	4,664,000.00
4	TECENTRIQ IV 1200 MG X 1 VIAL DE 20 ML	118	113	116	85,000.00	9,860,000.00
5	XTANDI 40 MG X 120 CAPSULAS	110	102	106	49,250.00	5,220,500.00
6	HERCEPTIN 440 MG X 1 VIAL	134	134	134	25,386.67	3,401,813.78
7	ADCETRIS 50 MG X 1 VIAL	145	154	150	23,100.00	3,465,000.00
8	USENTA 125 MG X 60 COMPRIMIDOS	139	129	134	22,943.33	3,074,406.67
9	TYSABRI 300 MG / 15 ML X 1 VIAL	150	139	145	22,500.00	3,262,500.00
10	MABTHERA 500 MG X 1 VIAL	373	379	376	19,318.06	7,263,588.89
11	DRALITEM 250 MG X 5 CAPSULAS	153	139	146	15,750.00	2,299,500.00
12	KEYTRUDA 100 MG X 1 VIAL	110	115	113	15,500.00	1,751,500.00
13	FASLODEX 250 MG X 2	269	277	273	11,375.00	3,105,375.00
14	PROLIA 60 MG X 1 JERINGA PRE LLENADA	220	215	218	11,150.00	2,430,700.00
15	ELIGARD 45 MG X 1 VIAL	204	221	213	10,560.00	2,249,280.00
16	EYLIA 4 MG X 1 VIAL	194	192	193	10,205.00	1,969,565.00
17	NEULASTIM 6 MG X 1 JERINGA PRE LLENADA	251	250	251	10,064.00	2,526,064.00
18	ACTEMRA 162 MG/0.9 ML X 4	157	160	159	10,000.00	1,590,000.00
19	ZOLADEX 10.8 MG X 1 VIAL	146	127	137	8,500.00	1,164,500.00
20	AVASTIN 400 MG X 1 VIAL	219	211	215	7,825.00	1,682,375.00
						69,212,668.34

Fuente: elaboración propia según información proporcionada por la empresa

En el cuadro anterior se proyectan las ventas para el año 2020 en un promedio en quetzales de Q. 69, 212,668.34, y un total de unidades de 3,217, se tomó en cuenta las ventas realizadas de los años 2018 y 2019.

Para otorgarle una información que sea de beneficio para la Distribuidora se proyectará el año 2021, por lo tanto a continuación se presentan las ventas proyectadas para el año antes mencionado.

Tabla 14

Proyección de ventas Año 2021

(Cifras expresadas en Quetzales)

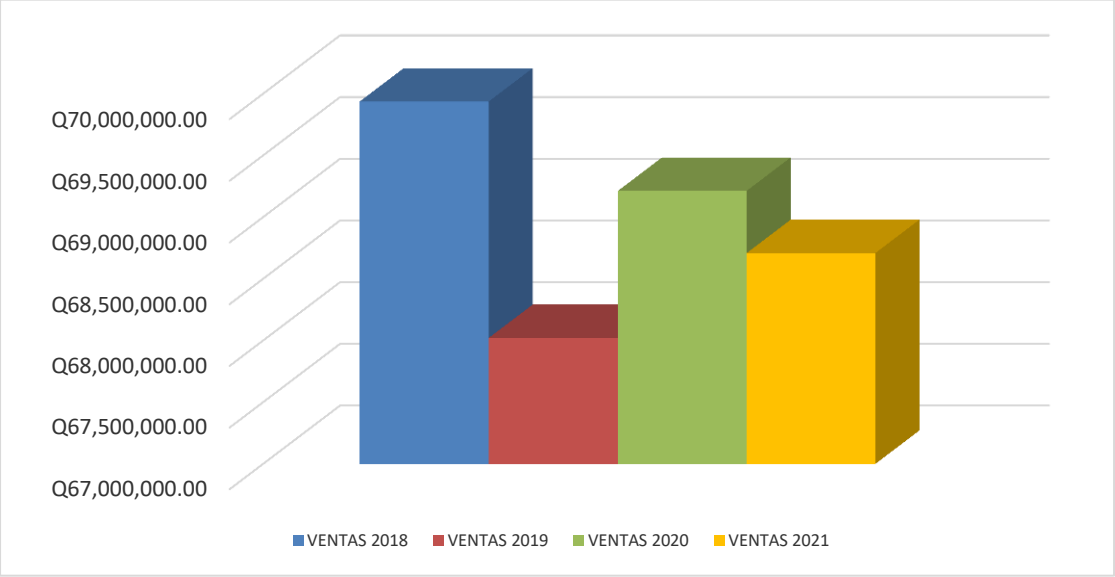
		Unidades		Proyección		
No.	**PRODUCTO**	**2019**	**2020**	**2021**	**Precio de venta**	**Total**
1	POMALYST 4 MG X 21 CÁPSULAS DURAS	42	42	42	91,000.00	3,822,000.00
2	REVLIMID 25 MG X 21 CAPSULAS	48	49	48	90,000.00	4,320,000.00
3	REVLIMID 10 MG X 21 CAPSULAS	48	53	51	88,000.00	4,488,000.00
4	TECENTRIQ IV 1200 MG X 1 VIAL DE 20 ML	113	116	115	85,000.00	9,775,000.00
5	XTANDI 40 MG X 120 CAPSULAS	102	106	104	49,250.00	5,122,000.00
6	HERCEPTIN 440 MG X 1 VIAL	134	134	134	25,386.67	3,401,813.78
7	ADCETRIS 50 MG X 1 VIAL	154	150	152	23,100.00	3,511,200.00
8	USENTA 125 MG X 60 COMPRIMIDOS	129	134	132	22,943.33	3,028,520.00
9	TYSABRI 300 MG / 15 ML X 1 VIAL	139	145	142	22,500.00	3,195,000.00
10	MABTHERA 500 MG X 1 VIAL	379	376	378	19,318.06	7,302,225.00
11	DRALITEM 250 MG X 5 CAPSULAS	139	146	143	15,750.00	2,252,250.00
12	KEYTRUDA 100 MG X 1 VIAL	115	113	114	15,500.00	1,767,000.00
13	FASLODEX 250 MG X 2	277	273	275	11,375.00	3,128,125.00
14	PROLIA 60 MG X 1 JERINGA PRE LLENADA	215	218	217	11,150.00	2,419,550.00
15	ELIGARD 45 MG X 1 VIAL	221	213	217	10,560.00	2,291,520.00
16	EYLIA 4 MG X 1 VIAL	192	193	193	10,205.00	1,969,565.00
17	NEULASTIM 6 MG X 1 JERINGA PRE LLENADA	250	251	251	10,064.00	2,526,064.00
18	ACTEMRA 162 MG/0.9 ML X 4	160	159	160	10,000.00	1,600,000.00
19	ZOLADEX 10.8 MG X 1 VIAL	127	137	132	8,500.00	1,122,000.00
20	AVASTIN 400 MG X 1 VIAL	211	215	213	7,825.00	1,666,725.00
						68,708,557.78

Fuente: elaboración propia según información proporcionada por la empresa.

En el cuadro anterior se proyectan las ventas para el año 2021 en un promedio en quetzales de Q. 68, 708,557.78, y un total de unidades de 3,208, se tomó en cuenta las ventas realizadas de los años 2019 y las proyectadas 2020.

Figura 2

Comparación de ventas, años: 2018, 2019, 2020 y 2021



Fuente: elaboración propia

Una vez analizado las ventas del año 2018 y 2019 se detecta que en el año 2018 la ventas son superiores respecto al año 2019, la baja en el año 2019 se debió a un deficiente control por parte de la gerencia de la Distribuidora, para el 2020 hay un aumento considerable comparado con el 2019 y para el 2021 logra un aumento. El control deficiente ocasiona, que las ventas disminuyan provocando no poder cumplir con el objetivo principal de la Distribuidora, que es incrementar la rentabilidad cada año.

4.3.2 Presupuesto de compras

Es una herramienta que servirá a la Distribuidora a determinar de forma cuantitativa y financiera la cantidad de productos que se necesita para operar.

Se presentan las compras del año 2018 y 2019, se aplicara el método promedio para realizar la proyección para el año 2020.

A continuación se presenta las compras del año 2018.

Tabla 15

Compras realizadas Año 2018

(Cifras expresadas en Quetzales)

No.	PRODUCTO	VOLUMEN	COSTO UNITARIO	TOTAL
1	POMALYST 4 MG X 21 CÁPSULAS DURAS	36	80,000.00	2,880,000.00
2	REVLIMID 25 MG X 21 CAPSULAS	37	75,480.00	2,792,760.00
3	REVLIMID 10 MG X 21 CAPSULAS	40	75,480.00	3,019,200.00
4	TECENTRIQ IV 1200 MG X 1 VIAL DE 20 ML	89	73,770.26	6,565,553.14
5	XTANDI 40 MG X 120 CAPSULAS	77	41,542.20	3,198,749.40
6	HERCEPTIN 440 MG X 1 VIAL	103	17,355.77	1,787,644.31
7	ADCETRIS 50 MG X 1 VIAL	118	38,500.00	4,543,000.00
8	USENTA 125 MG X 60 COMPRIMIDOS	100	29,000.00	2,900,000.00
9	TYSABRI 300 MG / 15 ML X 1 VIAL	120	12,500.00	1,500,000.00
10	MABTHERA 500 MG X 1 VIAL	319	15,583.01	4,970,980.19
11	DRALITEM 250 MG X 5 CAPSULAS	124	12,689.60	1,573,510.40
12	KEYTRUDA 100 MG X 1 VIAL	100	36,000.00	3,600,000.00
13	FASLODEX 250 MG X 2	240	9,649.22	2,315,812.80
14	PROLIA 60 MG X 1 JERINGA PRE LLENADA	186	5,000.00	930,000.00
15	ELIGARD 45 MG X 1 VIAL	190	9,290.60	1,765,214.00
16	EYLIA 4 MG X 1 VIAL	175	8,553.04	1,496,782.00
17	NEULASTIM 6 MG X 1 JERINGA PRE LLENADA	206	9,081.93	1,870,877.58
18	ACTEMRA 162 MG/0.9 ML X 4	146	8,658.75	1,264,177.50
19	ZOLADEX 10.8 MG X 1 VIAL	126	7,388.42	930,940.92
20	AVASTIN 400 MG X 1 VIAL	190	20,100.68	3,819,129.20
				53,724,331.44

Fuente: elaboración propia con base a la información que proporcionó la Distribuidora.

En el cuadro anterior se presentan las compras realizadas en el año 2018 el cual asciende a un total de Q. 53, 724,331.44

A continuación se presenta las compras del año 2019.

Tabla 16

Compras realizadas Año 2019

(Cifras expresadas en Quetzales)

No.	PRODUCTO	VOLUMEN	COSTO UNITARIO	TOTAL
1	POMALYST 4 MG X 21 CÁPSULAS DURAS	32	80,000.00	2,560,000.00
2	REVLIMID 25 MG X 21 CAPSULAS	38	75,480.00	2,868,240.00
3	REVLIMID 10 MG X 21 CAPSULAS	39	75,480.00	2,943,720.00
4	TECENTRIQ IV 1200 MG X 1 VIAL DE 20 ML	81	73,770.26	5,975,391.06
5	XTANDI 40 MG X 120 CAPSULAS	77	41,542.20	3,198,749.40
6	HERCEPTIN 440 MG X 1 VIAL	103	17,355.77	1,787,644.31
7	ADCETRIS 50 MG X 1 VIAL	117	38,500.00	4,504,500.00
8	USENTA 125 MG X 60 COMPRIMIDOS	100	29,000.00	2,900,000.00
9	TYSABRI 300 MG / 15 ML X 1 VIAL	120	12,500.00	1,500,000.00
10	MABTHERA 500 MG X 1 VIAL	319	15,583.01	4,970,980.19
11	DRALITEM 250 MG X 5 CAPSULAS	124	12,689.60	1,573,510.40
12	KEYTRUDA 100 MG X 1 VIAL	100	36,000.00	3,600,000.00
13	FASLODEX 250 MG X 2	240	9,649.22	2,315,812.80
14	PROLIA 60 MG X 1 JERINGA PRE LLENADA	186	5,000.00	930,000.00
15	ELIGARD 45 MG X 1 VIAL	190	9,290.60	1,765,214.00
16	EYLIA 4 MG X 1 VIAL	175	8,553.04	1,496,782.00
17	NEULASTIM 6 MG X 1 JERINGA PRE LLENADA	206	9,081.93	1,870,877.58
18	ACTEMRA 162 MG/0.9 ML X 4	146	8,658.75	1,264,177.50
19	ZOLADEX 10.8 MG X 1 VIAL	126	7,388.42	930,940.92
20	AVASTIN 400 MG X 1 VIAL	190	20,100.68	3,819,129.20
				52,775,669.36

Fuente: elaboración propia con base a la información proporcionada por la Distribuidora.

En el cuadro anterior se presentan las compras del año 2019, el cual asciende a Q. 52, 775,669.36.

Para proyectar las compras para el año 2020 se utilizó el método del promedio en el cuál se suma los resultados de las compras de los dos años anteriores, es decir de enero a diciembre del 2018 y enero a diciembre del 2019, para luego dividirlos para los dos años que corresponden a los antes mencionados, más los nuevos valores proyectados para los meses siguientes.

A continuación se presenta el cálculo para realizar el promedio por producto para la proyección de compras para el año 2020.

Figura 3

Cálculo promedio por producto compras Año 2020

Producto				
POMALYST 4 MG X 21 CÁPSULAS DURAS			Ventas Proyectadas 2020	Unidades
Total Compras 2018	+	Total Compras 2019	= Q2,720,000.00	34
Q2,880,000.00		Q2,560,000.00		
			Presupuesto para el mes de Enero	

Fuente: tomado de la información proporcionada por la Distribuidora.

A continuación se presenta la proyección de ventas para el año 2020 por producto, unidades y quetzales.

Tabla 17

Proyección de Compras Año 2020

(Cifras expresadas en quetzales)

		Unidades		Proyección		
No.	**PRODUCTO**	**2018**	**2019**	**2020**	**Costo Unitario**	**TOTAL**
1	POMALYST 4 MG X 21 CÁPSULAS DURAS	36	32	34	80,000.00	2,720,000.00
2	REVLIMID 25 MG X 21 CAPSULAS	37	38	38	75,480.00	2,868,240.00
3	REVLIMID 10 MG X 21 CAPSULAS	40	39	40	75,480.00	3,019,200.00
4	TECENTRIQ IV 1200 MG X 1 VIAL DE 20 ML	89	81	85	73,770.26	6,270,472.10
5	XTANDI 40 MG X 120 CAPSULAS	77	77	77	41,542.20	3,198,749.40
6	HERCEPTIN 440 MG X 1 VIAL	103	103	103	17,355.77	1,787,644.31
7	ADCETRIS 50 MG X 1 VIAL	118	117	118	38,500.00	4,543,000.00
8	USENTA 125 MG X 60 COMPRIMIDOS	100	100	100	29,000.00	2,900,000.00
9	TYSABRI 300 MG / 15 ML X 1 VIAL	120	120	120	12,500.00	1,500,000.00
10	MABTHERA 500 MG X 1 VIAL	319	319	319	15,583.01	4,970,980.19
11	DRALITEM 250 MG X 5 CAPSULAS	124	124	124	12,689.60	1,573,510.40
12	KEYTRUDA 100 MG X 1 VIAL	100	100	100	36,000.00	3,600,000.00
13	FASLODEX 250 MG X 2	240	240	240	9,649.22	2,315,812.80
14	PROLIA 60 MG X 1 JERINGA PRE LLENADA	186	186	186	5,000.00	930,000.00
15	ELIGARD 45 MG X 1 VIAL	190	190	190	9,290.60	1,765,214.00
16	EYLIA 4 MG X 1 VIAL	175	175	175	8,553.04	1,496,782.00
17	NEULASTIM 6 MG X 1 JERINGA PRE LLENADA	206	206	206	9,081.93	1,870,877.58
18	ACTEMRA 162 MG/0.9 ML X 4	146	146	146	8,658.75	1,264,177.50
19	ZOLADEX 10.8 MG X 1 VIAL	126	126	126	7,388.42	930,940.92
20	AVASTIN 400 MG X 1 VIAL	190	190	190	20,100.68	3,819,129.20
						53,344,730.40

Fuente: elaboración propia con base a la información proporcionada por la Distribuidora.

En el cuadro anterior se presenta el presupuesto de compras proyectado para el año 2020 el cual asciende a Q.53, 344,730.40.

De igual forma se para darle un mejor beneficio a la empresa se proyectará el año 2021 de compras, para una mejor toma de decisiones.

A continuación se presenta las compras proyectadas para el año 2021.

Tabla 18

Proyección de Compras Año 2021

(Cifras expresadas en quetzales)

		Unidades		Proyección		
No.	**PRODUCTO**	**2019**	**2020**	**2021**	**Costo Unitario**	**Total**
1	POMALYST 4 MG X 21 CÁPSULAS DURAS	32	34	33	80,000.00	2,640,000.00
2	REVLIMID 25 MG X 21 CAPSULAS	38	38	38	75,480.00	2,868,240.00
3	REVLIMID 10 MG X 21 CAPSULAS	39	40	40	75,480.00	3,019,200.00
4	TECENTRIQ IV 1200 MG X 1 VIAL DE 20 ML	81	85	83	73,770.26	6,122,931.58
5	XTANDI 40 MG X 120 CAPSULAS	77	77	77	41,542.20	3,198,749.40
6	HERCEPTIN 440 MG X 1 VIAL	103	103	103	17,355.77	1,787,644.31
7	ADCETRIS 50 MG X 1 VIAL	117	118	118	38,500.00	4,543,000.00
8	USENTA 125 MG X 60 COMPRIMIDOS	100	100	100	29,000.00	2,900,000.00
9	TYSABRI 300 MG / 15 ML X 1 VIAL	120	120	120	12,500.00	1,500,000.00
10	MABTHERA 500 MG X 1 VIAL	319	319	319	15,583.01	4,970,980.19
11	DRALITEM 250 MG X 5 CAPSULAS	124	124	124	12,689.60	1,573,510.40
12	KEYTRUDA 100 MG X 1 VIAL	100	100	100	36,000.00	3,600,000.00
13	FASLODEX 250 MG X 2	240	240	240	9,649.22	2,315,812.80
14	PROLIA 60 MG X 1 JERINGA PRE LLENADA	186	186	186	5,000.00	930,000.00
15	ELIGARD 45 MG X 1 VIAL	190	190	190	9,290.60	1,765,214.00
16	EYLIA 4 MG X 1 VIAL	175	175	175	8,553.04	1,496,782.00
17	NEULASTIM 6 MG X 1 JERINGA PRE LLENADA	206	206	206	9,081.93	1,870,877.58
18	ACTEMRA 162 MG/0.9 ML X 4	146	146	146	8,658.75	1,264,177.50
19	ZOLADEX 10.8 MG X 1 VIAL	126	126	126	7,388.42	930,940.92
20	AVASTIN 400 MG X 1 VIAL	190	190	190	20,100.68	3,819,129.20
						53,117,189.88

Fuente: elaboración propia con base a la información proporcionada por la Distribuidora.

En el cuadro anterior se presenta el presupuesto de compras proyectado para el año 2021 el cual asciende a Q.53, 117,189.88

4.3.3 Estado de Resultados Proyectado

Permitirá saber cuáles han sido los ingresos, gastos y el beneficio o pérdida que ha generará la Distribuidora y se compara el mes presupuestado contra el mes real para verificar y analizar las diferencias. A continuación se presenta el Estado de Resultados proyectado de la Distribuidora de productos farmacéuticos.

Tabla 19

Estado de Resultados Proyectado Año 2020

(Cifras expresadas en quetzales)

Ventas			**69,212,668.34**	100.00%
Ventas Netas		69,212,668.34		
Costo de Ventas			**49,101,669.11**	70.94%
Margen Bruto			**20,110,999.23**	
Gastos de Operación			**10,652,732.10**	15.39%
Gastos de Administración			8,994,877.51	13.00%
Gastos de Venta			1,657,854.59	2.40%
Utilidad en operación			**9,458,267.13**	
Otros Gastos y Productos Financieros			**510,719.84**	0.74%
Otros Gastos		-317,149.53		
Gastos No Deducibles	-3,352.11			
Multas y Recargos	-7,154.70			
Gastos Bancarios	-14,976.15			
Intereses Gasto	-291,666.57			
Otros Ingresos		827,869.37		
Intereses Ganados	761,699.04			
Diferencial Cambiario Producto	4,510.77			
Otros Ingresos	61,659.56			
Utilidad antes de Impuesto			**9,968,986.97**	14.40%
Impuesto sobre la Renta 25%			2,492,246.74	3.60%
Utilidad después de Impuesto			**7,476,740.22**	10.80%

Fuente: elaboración propia, con base a la información proporcionada de la Distribuidora.

En el cuadro anterior se presenta el Estado de Resultados proyectado para el año 2020 para lo cual se utilizó la proyección de ventas así como la de compras, se estimaron los gastos con un aumento de 1.5% evaluado con años anteriores por el método histórico. Las ventas suman un total de Q. 69,212,668.34, el costo de ventas por un valor de Q.49,101,669.11 que representa el 70.94% del total de ventas, los gastos operativos por un monto de Q.10,652,732.10, desglosado por gastos administrativo por Q.8,994,877.51 y de ventas por Q.1,657,854.59, que representan el 15.39% respecto a ventas, los gastos e ingresos financieros con un total de Q.510,719.84 representan el 0.74% respecto a ventas. Para obtener una utilidad de Q.7, 476,740.22 que representa un 10.80% sobre ventas.

A continuación se presenta el Estado de Resultados proyectado para el año 2021 de la Comercializadora de productos oncológicos.

Tabla 20

Estado de Resultados Proyectado Año 2021

(Cifras expresadas en quetzales)

Ventas			**68,708,557.78**	100.00%
Ventas Netas		68,708,557.78		
Costo de Ventas			**48,095,990.45**	70.00%
Margen Bruto			**20,612,567.33**	
Gastos de Operación			**10,855,952.13**	15.80%
Gastos de Administración			9,103,883.91	13.25%
Gastos de Venta			1,752,068.22	2.55%
Utilidad en operación			**9,756,615.20**	
Otros Gastos y Productos Financieros			**494,818.33**	0.72%
Otros Gastos		-326,211.41		
Gastos No Deducibles	-3,462.83			
Multas y Recargos	-7,263.22			
Gastos Bancarios	-16,688.79			
Intereses Gasto	-298,796.57			
Continúa en la página siguiente…				
Continuación de la página anterior…				
Otros Ingresos		821,029.74		
Intereses Ganados	754,499.04			
Diferencial Cambiario Producto	4,421.14			
Otros Ingresos	62,109.56			
Utilidad antes de Impuesto			**10,251,433.53**	14.92%
Impuesto sobre la Renta 25%			2,562,858.38	3.73%
Utilidad después de Impuesto			**7,688,575.15**	11.19%

Fuente: elaboración propia, con base a la información proporcionada de la Distribuidora.

En el cuadro anterior se presenta el Estado de Resultados proyectado para el año 2021 para lo cual se utilizó la proyección de ventas así como la de compras, se estimaron los gastos evaluado con años anteriores por el método histórico. Las ventas suman un total de Q. 68,708,557.78, el costo de ventas por un valor de Q.48,095,990.45 y representa el 70% del total de ventas, los gastos operativos por un monto de Q. 10,855,952.13,

desglosado por gastos administrativos por Q.9,103,883.91 y de ventas por Q.1,752,068.22, que representan el 15.80% respecto a ventas, los gastos e ingresos financieros con un total de Q.494,818.33 representan el 0.72% respecto a ventas. Para obtener una utilidad de Q.7, 688,575.15 que representa un 11.19% sobre ventas.

4.3.4 Estado de Flujo de Caja Proyectado

El estado indica el efecto neto de esos movimientos sobre el efectivo y las otras partidas equivalentes al efectivo de la empresa. Se incluye en el estado una conciliación de los saldos inicial y final del efectivo y sus equivalentes.

De acuerdo con (Rivadeneira, 2016) afirma que: el estado de flujo de efectivo proyectado, especifica el importe de efectivo neto que será provisto o usado por la empresa durante el próximo ejercicio por sus actividades de operación, inversión, y financiamiento.

La aplicación de este estado financiero permitirá a la administración de la Distribuidora anticiparse a futuros déficit o falta de efectivo y así tomar la decisión de buscar financiamiento de antemano. Identificará lo que efectivamente ingresa y egresa del negocio. La importancia del estado del flujo de caja surge del hecho que permite conocer en forma rápida la liquidez, entrega una información clave que ayuda a tomar las siguientes decisiones:

- ¿Cuántos insumos comprar?
- ¿Otorgar créditos o solo contado?
- ¿Poder pagar las deudas en la fecha de vencimiento?
- ¿Invertir el excedente de dinero en instrumentos financieros?

A continuación se presentan los Estados de Flujo de Caja Proyectados de la Distribuidora para los años 2020 y 2021.

Tabla 21

Estado de Flujo de Caja Proyectado Año 2020

(Cifras expresadas en millones de Quetzales)

CONCEPTOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
SALDO INICIAL EN CAJA	7,474	16,725	20,882	28,005	31,233	30,422	31,212	29,195	27,921	26,937	24,020	22,118	7,474
INGRESOS POR VENTAS	6,305	1,783	5,829	4,848	6,140	5,561	4,815	6,786	5,988	6,264	5,024	6,055	65,398
COBROS AÑO ANTERIOR	4,352	3,808	2,720	-	-	-	-	-	-	-	-	-	10,880
TOTAL INGRESOS	**18,131**	**22,316**	**29,431**	**32,853**	**37,373**	**35,983**	**36,027**	**35,981**	**33,909**	**33,201**	**29,044**	**28,173**	**83,752**
COMPRAS Y GASTOS													
COMPRAS	3,697	2,343	4,131	2,966	3,860	3,233	4,029	4,963	5,437	6,434	5,410	3,328	49,831
PAGOS AÑO ANTERIOR	2,042	1,386	77	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,505
GASTOS FIJOS													
GASTOS DE ADMÓN.	610	635	629	632	671	635	621	663	625	640	625	648	7,634
GASTOS DE VENTAS	131	136	135	136	141	136	133	142	134	137	134	139	1,634
BONO 14 Y AGUINALDO	-	-	-	-	-	-	108	-	-	-	-	108	216
PAGARÉ													
CUOTA PAGARÉ	343	343	343	343	343	343	343	343	343	343	343	343	4,116
INTERESES PAGARÉ	313	313	313	313	313	313	313	313	313	313	313	313	3,756
IMPUESTOS													
IVA POR PAGAR	126	36	117	97	123	111	96	136	120	125	100	121	1,308
ISO	189	-	-	189	-	-	189	-	-	189	-	-	756
DIVIDENDOS	1,000	-	-	1,000	-	-	1,000	-	-	1,000	-	-	4,000
INVERSIONES	-	1,500	-	-	1,500	-	-	1,500	-	-	-	-	4,500
TOTAL GASTOS	**8,451**	**6,692**	**5,745**	**5,676**	**6,951**	**4,771**	**6,832**	**8,060**	**6,972**	**9,181**	**6,925**	**5,000**	**81,256**
SALDO EN CAJA	**9,680**	**8,579**	**11,384**	**10,556**	**9,745**	**10,535**	**8,517**	**7,244**	**6,260**	**3,342**	**1,441**	**2,496**	**2,496**

Fuente: elaboración propia, con base a la información proporcionada por la Distribuidora.

Tabla 22

Estado de Flujo de Caja Proyectado Año 2021

(Cifras expresadas en millones de Quetzales)

CONCEPTOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
SALDO INICIAL EN CAJA	2,496	5,246	8,235	12,119	11,299	10,492	11,284	9,304	8,025	6,980	3,865	2,166	2,496
INGRESOS POR VENTAS	6,305	5,591	5,829	4,848	6,140	5,561	4,838	6,786	5,932	6,050	5,058	5,764	68,702
COBROS AÑO ANTERIOR	4,892	4,150	3,800	-	-	-	-	-	-	-	-	-	12,842
TOTAL INGRESOS	**13,693**	**14,987**	**17,864**	**16,967**	**17,439**	**16,053**	**16,122**	**16,090**	**13,957**	**13,030**	**8,923**	**7,930**	**84,040**
COMPRAS Y GASTOS													
COMPRAS	3,200	2,279	4,134	2,966	3,860	3,233	4,029	4,963	5,437	6,434	5,256	3,255	49,046
PAGOS AÑO ANTERIOR	2,540	1,451	75	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,066
GASTOS FIJOS													
GASTOS DE ADMÓN.	608	620	630	629	665	630	615	665	630	632	615	649	7,588
GASTOS DE VENTAS	128	134	133	131	143	139	127	145	135	133	129	140	1,617
BONO 14 Y AGUINALDO	-	-	-	-	-	-	106	-	-	-	-	106	212
PAGARÉ													
CUOTA PAGARÉ	343	343	343	343	343	343	343	343	343	343	343	343	4,116
INTERESES PAGARÉ	313	313	313	313	313	313	313	313	313	313	313	313	3,756
IMPUESTOS													
IVA POR PAGAR	126	112	117	97	123	111	97	136	119	121	101	115	1,374
ISO	189	-	-	189	-	-	189	-	-	189	-	-	756
DIVIDENDOS	1,000	-	-	1,000	-	-	1,000	-	-	1,000	-	-	4,000
INVERSIONES	-	1,500	-	-	1,500	-	-	1,500	-	-	-	-	4,500
TOTAL GASTOS	**8,447**	**6,752**	**5,745**	**5,668**	**6,947**	**4,769**	**6,819**	**8,065**	**6,977**	**9,165**	**6,757**	**4,921**	**81,031**
SALDO EN CAJA	**5,246**	**8,235**	**12,119**	**11,299**	**10,492**	**11,284**	**9,304**	**8,025**	**6,980**	**3,865**	**2,166**	**3,009**	**3,009**

Fuente: elaboración propia, con base a la información proporcionada por la Distribuidora.

En los cuadros anteriores se presentan los Estados de Flujo de Caja Proyectados para los años 2020 y 2021, el cual se realizó con base a las proyecciones de ventas y compras, también se evalúo el historial de los gastos operativos, y gastos e ingresos financieros. Se estimó un aumento proporcionalmente a las ventas de los gastos de administración y ventas, los gastos e ingresos financieros se estimaron según el historial de las deudas del pagaré, el interés que se paga por esta deuda es del 7%, se incluyó también intereses de otra deuda que tiene la Distribuidora.

Se calcularon los impuestos correspondientes, la Distribuidora está inscrita ante la Superintendencia de Administración Tributaria –SAT- en el régimen opcional simplificado, acreditado ISO a ISR.

Según información proporcionada por la Distribuidora al 31 de diciembre del año 2019, la Distribuidora tiene dividendos por pagar Q.8, 000,000.00, por lo que se proyectó en cuatro pagos durante el año 2020, en los meses de enero, abril, julio y octubre.

Se estimaron en inversiones para el año 2020 y 2021, la cantidad de Q.4, 500,000.00 en los meses de febrero, mayo y agosto, porque la Distribuidora tiene planes de expandirse.

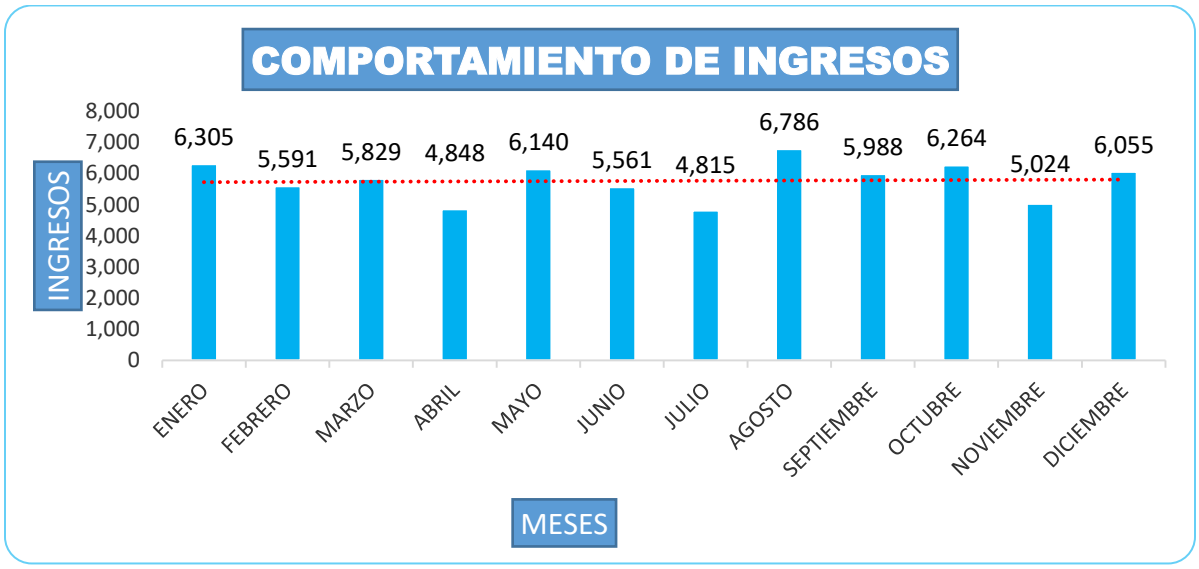
Después de sumar ingresos y restar egresos el Estado de Flujo de Caja proyectado arroja un monto final en caja al finalizar el año 2020 de Q.2,496,000.00 y de Q. 3,009,000.00 para el año 2021.

A continuación se presenta el comportamiento de los ingresos durante el año 2020.

Figura 4

Comportamiento de Ingresos Año 2020

(Cifras expresadas en millones de quetzales)



Fuente: tomada de los ingresos del año 2020.

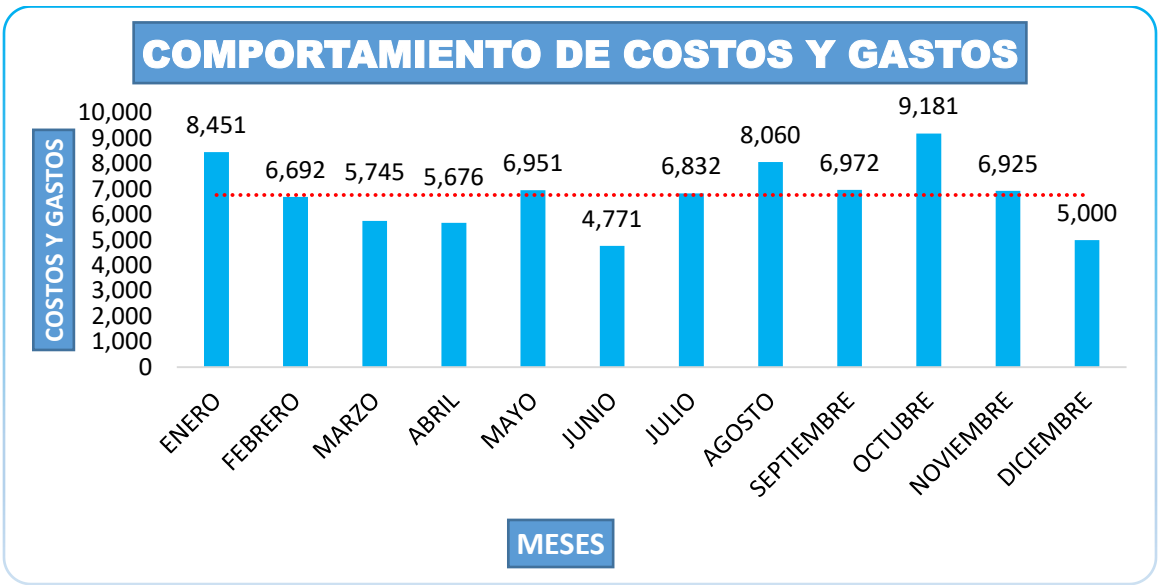
La presente gráfica representa el comportamiento de los ingresos durante el año 2020, la cual indica por medio de la línea de tendencia que los ingresos se mantendrán estables durante todo el año, siempre que se cumpla con las ventas establecidas en el presupuesto.

En la siguiente gráfica se presenta el comportamiento de los costos y gastos para el año 2020.

Figura 5

Comportamiento de Costos y Gastos Año 2020

(Cifras expresadas en quetzales)



Fuente: tomada de los costos y gastos del año 2020.

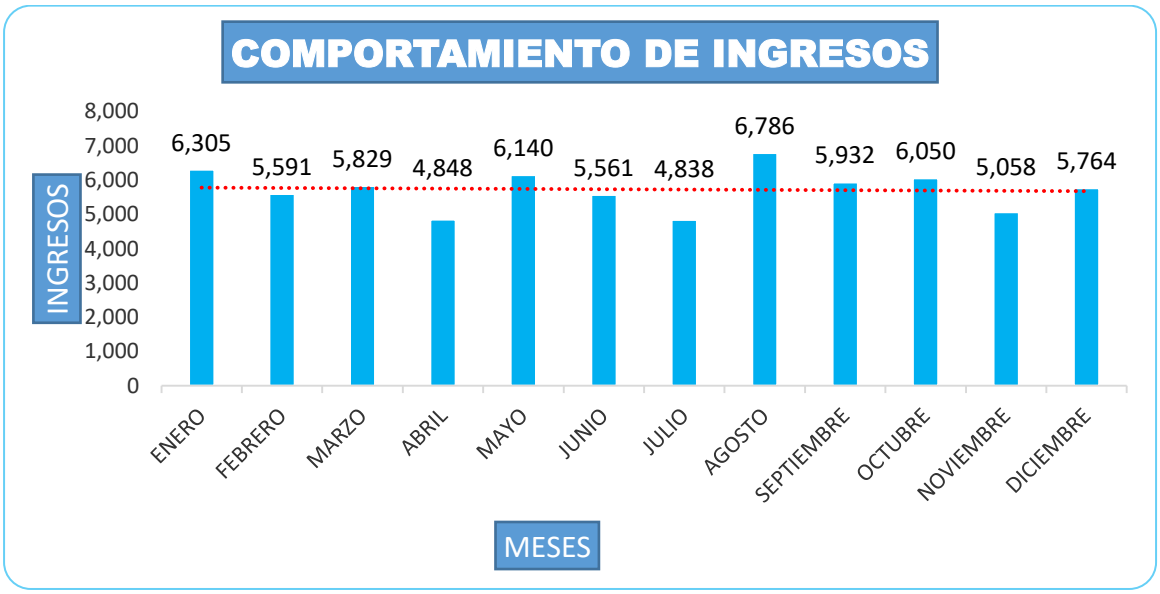
La presente gráfica representa el comportamiento de los costos y gastos para el año 2020, la línea de tendencia indica que habrá un leve aumento en algunos meses como enero, julio y octubre, ya que esos meses representan pagos trimestrales de impuestos como ISO y algunas inversiones que se realizarán.

A continuación se presenta el comportamiento de los ingresos (ventas) para el año 2021.

Figura 6

Comportamiento de Ingresos Año 2021

(Cifras expresadas en millones de quetzales)



Fuente: tomada de los ingresos obtenidos del año 2021.

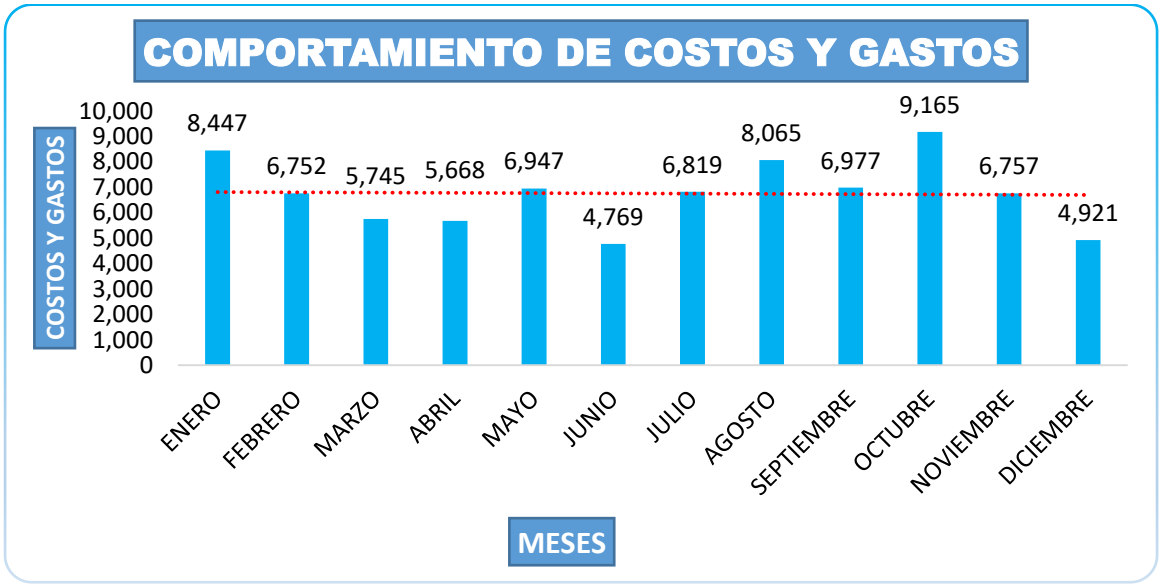
La presente gráfica representa el comportamiento de los ingresos durante el año 2021, la cual indica por medio de la línea de tendencia que los ingresos se mantendrán estables durante todo el año, siempre que se cumpla con las ventas establecidas en el presupuesto.

En la siguiente gráfica se presenta el comportamiento de los costos y gastos para el año proyectado 2021.

Figura 7

Comportamiento de Costos y Gastos Año 2021

(Cifras expresadas en quetzales)



Fuente: tomada de los costos y gastos obtenidos del año 2021

La presente gráfica representa el comportamiento de los costos y gastos para el año 2021, la línea de tendencia indica que habrá un leve aumento en algunos meses como enero, agosto y octubre, ya que esos meses representan pagos trimestrales de impuestos como ISO y algunas inversiones que se realizarán.

En la Distribuidora, es fundamental tener una estructura organizacional adecuada. Para el correcto funcionamiento, que optimice los procesos internos y externos. Y la planificación presupuestaria, como una herramienta fundamental. Para el correcto funcionamiento de la Distribuidora o en un área en específica. Con el desarrollo de los procesos, en la elaboración e implementación del presupuesto de ingresos y gastos, se consigue alcanzar, los objetivos trazados en la presente investigación, debido a que el presupuesto como herramienta administrativa financiera, permite detallar y controlar, los diferentes tipos de ingresos y desembolsos necesarios para el funcionamiento de la empresa, además de establecer el saldo de efectivo, que puede ser utilizado en la inversión de instrumentos financieros.

CONCLUSIONES

1. El diseño e implementación del presupuesto de ingresos y gastos, para la Distribuidora de Productos Oncológicos. Es el que le permitirá anticipar el total de fondos de efectivo disponible, así como los gastos totales enlazados con la información proyectada del estado de resultados. Para que exista una alineación con los objetivos financieros de la empresa, de esta manera se puede reaccionar oportunamente con las obligaciones de la empresa.

2. El modelo de presupuesto de ingresos y gastos, para la Distribuidora de productos oncológicos, está diseñado e integrado, por los saldos iníciales de efectivo más los ingresos mensuales que genere, restando los gastos de cada periodo mensual, de esta manera se podrá determinarlos los saldos disponibles de efectivo, para fortalecer la administración de los recursos financieros, en la toma de decisiones.

3. El presupuesto de ingresos y egresos, de la Distribuidora de Productos Oncológicos presenta los ingresos por ventas realizadas y los gastos para cumplir con las obligaciones de la empresa, permitiendo determinar los flujos netos de efectivo, para ayudar a la administración a fortalecer el desarrollo financiero y tomar las mejores decisiones en instrumentos de inversión.

4. El presupuesto proyectado 2020, muestra excedentes de flujos generados por la operación de Distribuidora, estos flujos pueden ser colocados en inversiones, para generar rendimientos que mejoren la situación financiera de la empresa, por ejemplo los depósitos a plazo fijo, bonos del tesoro de la República de Guatemala, inversión en acciones y bonos corporativos o puede utilizarlo en la reducción de la deuda intercompañia, así como la expansión del negocio.

5. La implementación y elaboración del presupuesto de ingresos y gastos para la Distribuidora, permitirá controlar y planificarla gestión administrativa, hacia las necesidades de financiamiento que se generen cuando existan flujos de efectivo negativos y no se puedan cubrir con los saldos disponibles. Esto puede ocurrir en

cualquier momento de la operación, sobre todo cuando se paguen dividendos extraordinarios o inversiones importantes. Así podrá anticiparse a la búsqueda de fuentes de financiamiento que provean los recursos necesarios para dar liquidez a la operación.

6. La industria farmacéutica, tiene una gran participación en el mercado local e internacional, tomando como base la investigación y desarrollo de nuevos medicamentos, que ayudan a la salud de los seres humanos, en esta industria existe otra gran división que son las distribuidoras de productos oncológicos, que realizan la función de administrar y distribuir de manera eficiente, los medicamentos. Para llevar con eficiencia dicha función, se analizaron las bases financieras, para diseñar un presupuesto de ingresos y gastos.

7. Tener una adecuada estructura organizacional y planificación presupuestaria, para el correcto funcionamiento de la operación, que optimice los procesos internos y externos, es fundamental para la Distribuidora, porque ayuda a dar solución a los problemas en tiempo oportuno. Con la herramienta de presupuesto de ingresos y gastos, se podrá tener a detalle cada ingreso y desembolso que son necesarios para el funcionamiento de la Distribuidora, para optimizar tiempo y cumplir con los objetivos planeados por la empresa.

8. La Distribuidora de Productos oncológicos no cuenta con un presupuesto de ingresos y gastos, lo que provoca que no se tenga un buen control sobre la información financiera, tampoco tiene un departamento financiero, para realizar la gestión presupuestaria y actualmente operan sin ninguna base para realizar sus objetivos. Lo que hace más difícil efectuar la administración financiera.

9. Al analizar los resultados del presupuesto proyectado de ingresos y gastos, se obtuvo excedentes de flujos, con estos excedentes la Distribuidora podrá disponer y llevar a cabo nuevos proyectos de inversión o la inclusión de una nueva línea de medicamentos, ampliando su portafolio de productos, logrando una mejora en la cobertura y distribución de los productos oncológicos, llegando ser más competitiva en el mercado de la industria farmacéutica.

RECOMENDACIONES

1. Para que la Distribuidora, logre obtener un mejor control presupuestario, es necesario la utilización de una herramienta financiera, que le ayude a cumplir con los objetivos trazados y al utilizar el presupuesto de ingresos y gastos lograra tener, mejor control para realizar proyecciones de corto y mediano plazo, estableciendo las disponibilidades futuras, para evaluar si se tendrá o no liquidez, para anticiparse a cualquier acontecimiento.

2. Para que la administración de la Distribuidora, pueda tener un detalle real de los ingresos y gastos, es recomendable diseñar e implementar el modelo de presupuesto proyectado, que contenga todos los elementos de ingresos y egresos, así como el saldo de los flujos netos de fondos, para conocer con mayor precisión los saldos disponibles de efectivo.

3. Conociendo los flujos netos del presupuesto proyectado, se le recomienda a la administración, que pueda planificar la ejecución de algunos gastos en aquellos periodos, en donde tenga mayores flujos positivos, gestionando los fondos sin necesidad de recurrir fuentes de financiamiento, logrando el cumplimiento de sus obligaciones, manteniendo la continuidad de su operación.

4. La administración debe buscar información, en instrumentos de inversión financiera y actualizarse en la búsqueda de las diversas opciones de inversión, invirtiendo en opciones más rentables, aprovechado que el presupuesto proyectado 2020, refleja excedentes de flujos de efectivo, siempre con el balance adecuado entre riesgo y rendimiento, o también es recomendable lograr expandir el negocio.

5. La administración también debería de implementar un portafolio de fuentes de financiamiento, para que estén disponibles en el momento de requerir efectivo, derivado de un déficit esperado por la realización de pagos extraordinarios, ya que es recomendable que la empresa logre cubrir los pagos de dividendos a los

accionistas y también tenga financiamiento para cualquier proyecto de inversión que sea rentable para la empresa.

6. La Distribuidora debe invertir también en la investigación y desarrollo de los productos farmacéuticos, tomando en consideración la asesoría médica, antes de utilizar los medicamentos para que se obtengan resultados positivos, con el tratamiento de cualquier padecimiento de salud, logrando presupuestar un rubro importante para llevar a cabo la investigación, para ofrecer productos de buena calidad que satisfagan las necesidades de los clientes.

7. Para que la Distribuidora logre cumplir con los objetivos planteados, es recomendable implementar políticas, para que se puedan cumplir con la gestión de administración presupuestaria, involucrando a toda la administración en la elaboración del presupuesto de ingresos y gastos, con responsabilidad dándole el seguimiento oportuno y de esta manera optimizar el tiempo en los procesos internos y externos, que ayudara a darle solución a los problemas encontrados.

8. Para que la Distribuidora sea más competitiva, aprovechando bien los recursos financieros, logrando una buena administración, es necesario que tenga un presupuesto de ingresos y gastos, que le ayude a tener un buen control sobre la gestión financiera, es recomendable que se hagan todos los esfuerzos necesarios, para llevar a cabo la implementación del diseño de presupuesto proyectado que se presenta en esta investigación.

9. Para que la Distribuidora aproveche de manera eficiente el excedente de los flujos proyectados, lo recomendable es obtener contratos de distribución directo con el fabricante, o representaciones de nuevas líneas de medicamentos y así poder comprar con precio FOB, importar directamente de origen logrando obtener un porcentaje más alto en la rentabilidad.

BIBLIOGRAFÍA

BANGUAT. (12 de 01 de 2018). *Banco de Guatemala (BANGUAT)*. Recuperado el 05 de 04 de 2019, de Banco de Guatemala (BANGUAT): //www.banguat.gob.gt/

Barbuno Ruiz, J. (2011). *Presupuestos, un enfoque de direccionamiento estrategico,gestion y control de recursos.* Bogota: Macgraw Hill Interamericana, S.A.

Batres, G. A. (2014). *"PRESUPUESTO OPERATIVO Y FINANCIERO DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS PARA EL HOGAR" (Tesis de Licenciatura).* UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA, Guatemala.

Cantafio, F. F. (01 de 03 de 2017). *Medicamentos*. Recuperado el 28 de 04 de 2018, de Actualización en Propiedad Intelectual y en Bioética, Facultad de Derecho, UBA.: http://www.salud.gob.ar/dels/printpdf/132

Congreso de la Republica de Guatemala. (1971). decreto 2-70. *Código de Comercio de Guatemala* . Guatemala: Ediciones Alenro.

Congreso de la Republica de Guatemala, . (2006). Reglamento para el Control Sanitario de los Medicamentos y Productos Afines. *Acuerdo Gubernativo 712-99* .

Congreso de la Republica. (2009). Decreto 1441 Codigo de Trabajo. Ediciones Alenro 2003.

Del Rio Gonzalez, C. (2012). *MANUAL DE: COSTOS, PRESUPUESTO Y ADQUISICIONES* (1era ed.). Mexico: Cosegraf.

Diaz Cruz, M., Parra Hernandez, R., & López Castañeda, L. (2014). *Presupuestos.* Bogotá: Pearson Educación de Colombia Ltda.

Gamarro, O. D. (2017). *"EL SISTEMA DE PRESUPUESTO MAESTRO COMO HERRAMIENTA DE PLANIFICACIÓN Y CONTROL FINANCIERO EN EL SECTOR DE EMPRESAS LOTIFICADORAS DEL DEPARTAMENTO DE GUATEMALA" (Tesis de Maestria).* UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA , Guatemala.

Laboratorios PiSA, S.A. de C.V. (2005). *Buenas Prácticas de Fabricación* (Unica Edicion ed.). Mexico.

Ministerio de salud publica y Asistencia Social (MISPA). (2006). Diario Oficial de Centroamerica. *NORMATIVA 48 - 2005* . Guatemala: Ministerio de Salud Publicas.

Montenegro, G. F. (2011). *EL SISTEMA DE PRESUPUESTO MAESTRO COMO HERRAMIENTA PARA EL CONTROL DE LOS RECURSOS FINANCIEROS EN LAS EMPRESASPROVEEDORAS DE LA INDUSTRIA DEL MUEBLE (Tesis de Maestria).* UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA, Guatemala.

MSPAS. (2012). *Perfil Farmacéutico de la REPÚBLICA DE GUATEMALA.* Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social de Guatemala. Guatemala: Ediciones Alenro.

Navarro, M. H. (2018). *EL PRESUPUESTO COMO HERRAMIENTA DE GESTIÓN Y SUS EFECTOS EN LA ESTRATEGIA DE LAS EMPRESAS AGROINDUSTRIALES DE LA REGIÓN ICA, 2014-2017 (Tesis de posgrado).* FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y FINANCIERAS SECCIÓN DE POSGRADO, Peru.

Petrecolla, D. (2011). *Condiciones de Copetencia en el sector de medicamentos de Centroamerica.* Panama: Grupo centroamericano de politica de competencia y Banco Interamericano de Desarrollo.

Rodriguez Yunta, D. E. (2012). DESAFÍOS ÉTICOS DE LA INVESTIGACIÓN CON ANIMALES, MANIPULACIÓN GENÉTICA. *Rev Peru Med Exp Salud Publica. , 29* (4), 535-540.

Ruiz, S. A. (03 de agosto de 2017). *Compañias Farmaceuticas*. Obtenido de Cincodias: https://cincodias.elpais.com/cincodias/2017/08/02/companias/1501690621_944786.html

Salgar, R. C. (2018). *DISEÑO DE UN SISTEMA DE INFORMACIÓN CONTABLE PARA LA MICROEMPRESA COMUNICACIÓN MÓVIL (Tesis de Licenciatura).* CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS SEDE CUNDINAMARCA CENTRO REGIONAL GIRARDOT, Colombia.

Santiago, N. (2018). *Formulación de presupuestos.* Ambato, Ecuador: Pío XII.

Steiger Arevalo, W. R. (2012). *Elaboración de un manual para el estudio de factibilidad para el desarrollo de formas farmacéuticas sólidas en la industria farmacéutica guatemalteca (Tesis de Maestria).* UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA , Guatemala.

Tinoco, G. A. (2019). DEFINICIÓN DE CÁNCER: UNA CONTROVERSIA CIENTÍFICA ENTRE EL PARADIGMA ORTODOXO Y EL CRÍTICO EN ONCOLOGÍA. *Revista Colombiana de Filosofía de la Ciencia , 18* (38), 2463-1159 doi:10.18270/rcfc.v18i36.2271.

Villalobos, C. M. (2016). *ELABORACIÓN DE UN MODELO DE PRESUPUESTO Y PROPUESTA DE CONTROL PARA ALCANZAR LA UTILIDAD OBJETIVA DE LA CONSTRUCTORA ARQUIVC SAC CHICLAYO 2014 (Tesis de Licenciatura).* UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO ESCUELA DE CONTABILIDAD. Chiclayo: UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO .

Zetina Toache, L. M. (12 de 04 de 2020). *Padecer Cancer en Epoca de covid19*. Recuperado el 23 de 09 de 2020, de CANCER consultants: http://www.oncomedica.com.gt/padecer-cancer-en-epoca-de-covid19-tratarse-o-no-tratarse-he-aqui-el-dilema-un-criterio-personal/

ANEXOS

Anexo 1. Entrevista

La presente entrevista tiene como objetivo conocer su opinión sobre **“DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE PRESUPUESTO DE INGRESOS Y GASTOS DE UNA EMPRESA DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS ONCOLÓGICOS UBICADA EN GUATEMALA.”**

DATOS PERSONALES Y VOLUNTARIOS

Nombres y Apellidos:

Profesión:

Especialización profesional:

Cargo que desempeña:

---

1. ¿En el ejercicio de su profesión ha participado en la gestión de un sistema presupuestario? Si la respuesta es afirmativa; ¿cómo ha sido su participación?, ¿cómo elaboraban el presupuesto?, ¿quién lo elaboraba?, ¿se hacía bajo un planeamiento estratégico, o dentro de un plan de desarrollo a corto plazo?, ¿Qué opina al respecto?

……

2. ¿Conoce a otras Distribuidoras, que utilicen un sistema presupuestario como herramienta de gestión para asegurar el logro de las metas planificadas?

……

3. ¿La empresa está cumpliendo con los objetivos planteados?

……

4. ¿Qué opinión tiene usted sobre el presupuesto de ingresos y gastos como un sistema integral y su trascendencia en la gestión estrategia?

……

5. ¿Se está canalizando los recursos al área que los necesita y en las cantidades necesarias?

……

6. ¿Existe un presupuesto bien elaborado?

……

7. ¿Se sabe cuánto se gasta y el costo total de tener este negocio?

……

8. ¿Existe un plan de inversiones? ¿Se cumple a cabalidad?

……

9. ¿Se cuentan con los recursos necesarios para operar el negocio?

……

10. ¿En que desea invertir la empresa en los siguientes cinco años?

……

11. ¿Cuáles son los problemas ante la falta de un sistema de control de presupuesto?

……

12. ¿En que se basan para la realización de la estructura del presupuesto?

……

Anexo 2. Encuesta

La presente técnica tiene por finalidad recoger información de importancia relacionados con el tema **“DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE PRESUPUESTO DE INGRESOS Y GASTOS DE UNA EMPRESA DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS ONCOLÓGICOS UBICADA EN GUATEMALA.”**.

Al respecto se solicita que en las preguntas que a continuación se acompaña, elijan los encuestados (órganos de dirección, funcionarios y jefaturas) las alternativas que considere apropiadas, marcando al lado derecho en el espacio correspondiente con un aspa (“X”), se le recuerda que está técnica es anónima, así mismo se agradece su participación.

---

1. ¿Cree usted que la estimación de gastos e ingresos es importante en las estrategias de las empresas Distribuidoras de productos oncológicos?

   a) Si ( )
   b) No ( )
   c) No opina ( )

Justifique su respuesta:

2. ¿Es importante un portafolio de inversiones dentro de las estrategias financieras de las distribuidoras?

   a) Si ( )
   b) No ( )
   c) No opina ( )

Justifique su respuesta:

3. ¿Dentro de las estrategias de crecimiento de las empresas distribuidoras de es importante el presupuesto de inversiones?

a) Si ( )
b) No ( )
c) No opina ( )

Justifique su respuesta:

4. ¿Son importantes las decisiones de financiamiento en las estrategias de crecimiento de las distribuidoras?

a) Si ( )
b) No ( )
c) No opina ( )

Justifique su respuesta:

5. ¿Considera usted importante que las distribuidoras tengan un sistema integral presupuestario como parte de las estrategias de corto y largo plazo para asegurar su crecimiento en forma sostenible?

a) Si ( )
b) No ( )
c) No opina ( )

Justifique su respuesta:

6. ¿Considera usted que la gestión de operaciones de las distribuidoras debe basarse en herramientas de evaluación de la gestión?

a) Si ( )
b) No ( )
c) No opina ( )

Justifique su respuesta:

7. ¿En su opinión el uso de una herramienta estratégica en las distribuidoras pueden para garantizar mejores retornos financieros?

   a) Si ( )
   b) No ( )
   c) No opina ( )

Justifique su respuesta:

8. ¿Cree que las distribuidoras deben establecer una estructura de capital que maximice la rentabilidad de sus accionistas como objetivo estratégico?

   a) Si ( )
   b) No ( )
   c) No opina ( )

Justifique su respuesta:

9. ¿En su opinión el costo de capital es una herramienta fundamental en el planeamiento estratégico financiero de las distribuidoras?

   a) Si ( )
   b) No ( )
   c) No opina ( )

Justifique su respuesta:

10. ¿Considera que el sistema integral presupuestario, influye en el plan de la alta dirección y en la gestión estratégica que permita a las distribuidoras crecer con visión de largo plazo?

   a) Si ( )
   b) No ( )
   c) No opina ( )

Justifique su respuesta:

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Estado de Resultados Al 31 de diciembre 2018.....32

Tabla 2. Estado de Resultados Al 31 de diciembre 2019.....33

Tabla 3. Efectivo y Saldos en Bancos Al 31 de diciembre 2019 34

Tabla 4. Análisis de Cuenta por cobrar Al 31 de diciembre 2019.....35

Tabla 5. Propiedad Planta y Equipo Al 31 de diciembre 2019 36

Tabla 6. Análisis de Proveedores Al 31 de diciembre 2019 36

Tabla 7. Análisis de Ingresos Al 31 de diciembre 2019.....37

Tabla 8. Análisis de Gastos sobre ventas Al 31 de diciembre 2019.....38

Tabla 9. Análisis de Gastos de Administración Al 31 de diciembre 2019.....39

Tabla 10. Análisis de Gastos e Ingresos Financieros Al 31 de diciembre 2019 40

Tabla 11. Ventas Realizadas Año 2018 45

Tabla 12. Ventas Realizadas Año 2019 46

Tabla 13. Proyección de Ventas Año 2020 48

Tabla 14. Proyección de Ventas Año 2021 49

Tabla 15. Compras Realizadas Año 2018.....51

Tabla 16. Compras Realizadas Año 2019.....52

Tabla 17. Proyección de Compras Año 2020.....54

Tabla 18. Proyección de Compras Año 2021.....55

Tabla 19. Estado de Resultados Proyectado Año 2020.....56

Tabla 20. Estado de Resultados Proyectado Año 2021.....57

Tabla 21. Estado de Flujo de Caja Proyectado Año 2020.....59

Tabla 22. Estado de Flujo de Caja Proyectado Año 2021.....60

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Calculo promedio por producto Ventas Año 2020 47

Figura 2. Comparación de ventas Años 2018, 2019, 2020, 2021 50

Figura 3. Calculo promedio por producto Compras Año 2020 53

Figura 4. Comportamiento de Ingresos Año 2020 62

Figura 5. Comportamiento de Costo y Gastos Año 2020 63

Figura 6. Comportamiento de Ingresos Año 2021 64

Figura 7. Comportamiento de Costo y Gastos Año 2021 65